

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE
MESTRADO**

CARLOS LEONI

***JAMMO IN CANTINA? C QUE SABE!*
A ITALIANIDADE NA GASTRONOMIA PAULISTANA.
MARCAS DE HOSPITALIDADE E AMOROSIDADE**

Caxias do Sul

2016

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE
MESTRADO**

CARLOS LEONI

***JAMMO IN CANTINA? C QUE SABE!*
A ITALIANIDADE NA GASTRONOMIA PAULISTANA.
MARCAS DE HOSPITALIDADE E AMOROSIDADE**

Dissertação de Mestrado, apresentada como exigência parcial, para a obtenção do título de mestre em Turismo e Hospitalidade, no programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – da Universidade de Caxias do Sul.

Orientadora: Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista.

Caxias do Sul

2016

L585j Leoni, Carlos

Jammo in Cantina? C que Sabe! A Italianidade na Gastronomia Paulistana: Marcas de Hospitalidade e Amorosidade / Carlos Leoni. – 2017.

104 f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2017.

Orientação: Maria Luiza Cardinale Baptista.

1. Hospitalidade/Amorosidade; Gastronomia; Italianidade; Cidade de São Paulo. I. Baptista, Maria Luiza Cardinale, orient. II. Título.

CARLOS LEONI

JAMMO IN CANTINA? C QUE SABE!
A ITALIANIDADE NA GASTRONOMIA PAULISTANA.
MARCAS DE HOSPITALIDADE E AMOROSIDADE

Dissertação de Mestrado apresentada, como exigência parcial, para a obtenção do título de mestre em Turismo e Hospitalidade, no programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade.

Aprovada em: _____ / _____ / 2017.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Marcia Maria Cappellano dos Santos
Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra Ana Paula Garcia Spolon (Convidada)
Universidade Federal Fluminense

IDENTIFICAÇÃO

Natureza do trabalho: Dissertação

Linha de pesquisa: 2 - Turismo, Cultura e Educação

Titulo: *Jammo In Cantina? C Que Sabe!* A Italianidade na Gastronomia Paulistana: Marcas de Hospitalidade e Amorosidade

Objeto de estudo: As relações entre Italianidade, Gastronomia e Hospitalidade- Amorosidade na cidade de São Paulo/SP, observadas na cantina C que Sabe!

Questão-problema: Quais são as marcas de Hospitalidade e Amorosidade relacionadas à italianidade na Gastronomia da cidade de São Paulo/SP, considerando práticas gastronômicas da Cantina C que Sabe!

Objetivo geral: Identificar e caracterizar marcas de Hospitalidade e Amorosidade, na italianidade da Gastronomia Paulistana, considerando práticas gastronômicas da cantina C que Sabe!

Objetivos específicos: 1º) Discutir aspectos teórico-conceituais de hospitalidade e amorosidade na Gastronomia, 2º) Apresentar aspectos de italianidade na Gastronomia Paulistana, considerando as práticas gastronômicas da cantina C que Sabe! e 3º) Articular a relação desses conceitos com práticas gastronômicas da cantina C que Sabe!

Vínculo Acadêmico: Bolsista (taxa) CAPES, do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade e Integrante do Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese (UCS-C-NPq).

AGRADECIMENTOS

À vida e à natureza, que conspiram positivamente, para os resultados desejados.

À Aline, minha mulher, que sempre me encorajou, apoiou e alertou, quando as forças do cosmos davam os sinais, grande incentivadora e companheira da jornada da vida.

Ao casal Renato e Yvone, meus pais, que ao atenderam a natureza, me geraram e propiciaram uma experiência de vida plural.

À Andrea, minha irmã, que sempre me apoiou, dos projetos de ir à Lua, a organizar os almoços de domingo.

À Cora, minha sogra e segunda mãe, pela disponibilidade e o carinho de sempre, nas conversas sobre a dissertação.

À Laura, minha filha, pelo fato de existir, me fez ver o mundo sob outras possibilidades.

Aos amigos, que me acompanham, sempre na torcida e apoio.

Aos colegas, que se transformaram em amigos, do PPGTURH – UCS.

À turma 15 DP do PPGTURH - UCS.

À Maria Luiza Cardinale Baptista, minha orientadora, um farol no meio do universo, a sinalizar e a alertar, sempre com uma farta distribuição de bem-querer- bem.

Ao Bruno Stippe e família, pela generosidade, carinho e disposição em me receber e compartilhar a história de vocês.

Ao amigo Carlos Alberto Dória, por sua gentileza no compartilhamento do conhecimento acadêmico e préstimo incondicional.

Ao professor e amigo, Guilherme Bridi, pelo incentivo, apoio e credibilidade, nesta etapa que se inicia na minha vida acadêmica.

A todos os professores, colaboradores, amigos e colegas do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da UCS, pelas trocas, disposição, convívio, carinho e incentivo.

A todos os autores que contribuíram, de forma significativa, para a realização deste trabalho.

RESUMO

Esta dissertação trata da italianidade na gastronomia paulistana, considerando as marcas de hospitalidade e amorosidade, analisadas na Cantina C Que Sabe! O objeto empírico corresponde a uma cantina tradicional, estabelecida há mais de 80 anos, no bairro da Bela Vista, na região conhecida como Bixiga, na cidade de São Paulo, Brasil. A pesquisa realizada é um trabalho transdisciplinar, que transita entre as áreas da Hospitalidade/Amorosidade, Gastronomia, Comunicação e História. Trata-se de um estudo de caráter exploratório e qualitativo, desenvolvido a partir da estratégia metodológica denominada Cartografia dos Saberes por Baptista (2014), cujos pressupostos epistemológico-teóricos são alinhados à Ciência Contemporânea. Considera, neste sentido, o caráter processual, sistêmico e complexo dos fenômenos, a serem analisados e a importância do reconhecimento da dimensão subjetiva da pesquisa. Assim, parte do levantamento dos saberes pessoais, dos saberes teóricos, para criar uma Usina de Produção, com aproximações e ações investigativas: tais como, entrevista com o proprietário da cantina, visitas ao local para observações sistemáticas, registros fotográficos e análises de materialidades visuais, diário de campo e conversas informais. A Cantina C que Sabe! constitui-se em síntese expressiva da italianidade na gastronomia paulistana. Nesse lócus investigativo pode-se perceber a relação dos conceitos de hospitalidade e amorosidade com as práticas gastronômicas.

Palavras-chave: Hospitalidade/Amorosidade; Gastronomia; Italianidade; Cidade de São Paulo.

ABSTRACT

This dissertation deals with the Italianity in the gastronomy of São Paulo, considering the marks of hospitality and amorousness, analyzed in Cantina C Que Sabe!. The empirical object corresponds to a traditional canteen, established more than 80 years ago in the city, in the district of Bela Vista, in the Bixiga region. The research carried out is a transdisciplinary work that transits between the areas of Hospitality, Amorousness, History, Gastronomy and Communication. This is an exploratory and qualitative study. The methodological strategy is supported by Cartography of Knowledge, presented by Baptista (2014), which is based on assumptions aligned with Contemporary Science. It considers, in this sense, the procedural, systemic and complex character of the phenomena to be analyzed and the importance of the recognition of the subjective dimension of the research. Thus, part of the survey of personal knowledge, theoretical knowledge, to create a Production Plant, with approximations and investigative actions: interview with the owner of the canteen. Site visits for systematic observations, photographic records and analysis of visual stains, field diary and informal conversations. Cantina C Que Sabe!, presents significant brands that characterize hospitality, love, allied to several aspects that to the Italianity of São Paulo. The set of aspects related to these three flags - hospitality, amorousness and italianity - are associated with their gastronomic practices. The Cantina constitutes, therefore, an expressive synthesis of Italianity in the gastronomy of São Paulo, and also, it associates the relation of these concepts with its gastronomic practices.

Keywords: Italianity; Gastronomy; Hospitality / Amorousness; Sao Paulo City.

*“Jammo, jammo,
‘ncoppa jammo ja’!
Jammo, jammo,
‘ncoppa jammo ja’!*

*Se n’è sagliuta, oje né’, se n’è sagliuta,
la capa giá.
La capa giá!*

*Funiculí - funiculá,
funiculí - funiculá!
‘Ncoppa jammo ja’,
funiculí - funiculá!*

*E’ ghiuta, po’ è tornata, po’ è venuta,
sta sempe ccá.
Sta sempe ccá!*

*Aisséra, Nanninè’, mme ne sagliette,
tu saje addó’.
Tu saje addó’!*

*La capa vota, vota attuorno, attuorno,
attuorno a te.
Attuorno a te!*

*Addó’, ‘sto core ‘ngrato, cchiù dispiette,
farne nun pò.
Farne nun pò!*

*Lo core canta sempe no taluorno,
sposammo, oje né’.
Sposammo, oje né’!
Jammo, jammo,
‘ncoppa jammo ja’!
Jammo, jammo,
‘ncoppa jammo ja’!*

*Addó’ lo ffuoco coce, ma si fuje,
te lassa stá.
Te lassa stá!*

*Funiculí - funiculá,
funiculí - funiculá!
‘Ncoppa jammo ja’,
funiculí - funiculá!*

*E nun te corre appriesso e nun te struje,-
sulo a guardá.
Sulo a guardá!*

*Jammo, jammo,
‘ncoppa jammo ja’!
Jammo, jammo,
‘ncoppa jammo ja’!*

*Funiculí - funiculá,
funiculí - funiculá! ‘
Ncoppa jammo ja’,
funiculí - funiculá!’”*

*Letra de: Peppino Turco
Música de: Luigi Densa*

*Funiculí - funiculá,
funiculí - funiculá!
‘Ncoppa jammo ja’,
funiculí - funiculá!*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Matriz da Cartografia dos Saberes.....	21
Figura 2: Mapa do Estado de São Paulo, em 1886, com os municípios para onde foram os primeiros imigrantes italianos.	34
Figura 3: Mapa das regiões da Itália	35
Figura 4: Número de imigrantes que entraram no Estado de São Paulo, segundo nacionalidade, entre 1872 – 1971.....	36
Figura 5: Mapa das regiões da Itália com dados de emigração para o Brasil e portos de embarque.	37
Figura 6: Aspectos da Culinária em contraponto com os da Gastronomia	39
Figura 7: Mapa do bairro do Bixiga	47
Figura 8: Atividades relacionadas a hospitalidade	52
Figura 9: Quadro-síntese das marcas de hospitalidade e amorosidade na italianidade paulistana da Cantina C Que Sabe!	89

LISTA DE FOTOS

Foto 1: Igreja Nossa Senhora da Achiropita.....	49
Foto 2: Fachada da Cantina C que Sabe!.....	62
Foto 3: Chefe Bruno Stippe.....	63
Foto 4: Corredor de Entrada da Cantina C que Sabe!.....	64
Foto 5: Salão principal da Cantina C que Sabe!.....	65
Foto 6: Textos visuais apresentados pela cantina.....	68
Foto 7: Composição com elementos do dia a dia da cozinha italiana.....	70
Foto 8: Prato típico da culinária italiana.....	71
Foto 9: Bandejas jogadas ao chão.....	73
Foto 10: Grupo executando músicas nas mesas.....	74

SUMÁRIO

MENU

1	<i>ANTIPASTO</i> – INTRODUÇÃO	13
2	<i>PRIMO PIATTO</i> – ASPECTOS METODOLÓGICOS	20
2.1	CARTOGRAFIA DOS SABERES	20
2.2	SOBRE APROXIMAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS	24
2.3	SOBRE A TRAMA DAS TRILHAS TEÓRICAS	29
3	<i>SECONDO PIATTO</i> - ASPECTOS DA ITALIANIDADE, GASTRONOMIA E CULINÁRIA.....	32
3.1	A VINDA E A VIDA DOS IMIGRANTES ITALIANOS	32
3.2	A GASTRONOMIA E A CULINÁRIA ITALIANAS	37
3.3	OS IMIGRANTES NA CIDADE DE SÃO PAULO – SP	45
4	<i>RIFLESSIONE SULLA OSPITALITÀ</i> – REFLEXÃO SOBRE HOSPITALIDADE/AMOROSIDADE.....	50
4.1	HOSPITALIDADE À MESA	55
4.2	A CONEXÃO COM AMOROSIDADE	59
5	<i>JAMMO IN CANTINA? C QUE SABE!</i> – VAMOS À CANTINA? C QUE SABE!	62
5.1	<i>GUARDA CHE BELLO!</i> - OLHA QUE LINDO!	67
5.2	<i>LA SERATA!</i> À NOITE!	75
5.2.1	Família Italiana.....	76
5.2.2	A importância da cozinha.....	77
5.2.3	Hospitalidade/Amorosidade do chefe Bruno Stippe	78
5.3	<i>LA CHIACCHIERA</i> - CONVERSA	80
6	<i>MACEDONIA</i> – CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	94

1 ANTIPASTO – INTRODUÇÃO

O título desta dissertação, *Jammo in Cantina? C que Sabe!* corresponde a uma mistura entre uma expressão da língua napolitana, *Jammo* já, que significa vamos lá, com inspiração na música típica italiana Funiculí Funicolá¹, e o título Cantina C que Sabe! acrescidos do subtítulo, “A italianidade na gastronomia paulistana: Marcas de Hospitalidade e Amorosidade”.

Trata-se de um espaço gastronômico singular, cujas nuances serão apresentadas nesta dissertação, que se propõe como convite gastronômico, para saborear a experiência e ida à cantina. Uma curiosidade é que a cantina já traz no título uma expressão do resultado de uma *chiacchiera*² em família. O relato da cena de criação do nome já explicita traços, que vão marcar a cantina, em toda sua história, bem como se vincular a uma história maior do que se pode chamar de italianidade paulistana. Conta-se que:

[...] Bruno tinha 11 anos e se lembra da circunstância em que surgiu o curioso nome da casa – ele sentiu a sugestão literalmente na carne. Bruno lembra-se de estar no Landau dos pais, voltando da sauna unisex que todos frequentavam no centro da cidade. Roberto (pais do Bruno), então, perguntou à mulher: “onde vamos almoçar mamãe”? E ela: “Cê que sabe, papai”. Deu um estalo em Roberto: esse era o nome da nova casa. Bruno lembra: “Meu pai abriu os braços de euforia e acertou o cotovelo em cheio no meu nariz”. E surgia o novo restaurante – no mesmo ponto. [...]. Fonte: Revista Go Where Gastronomia. Ano XIII. Número 94, 2016. ISSN 1807-3816

Considerando essa expressão inicial do que pode significar o encontro com o território gastronômico da cantina, *jammo! Vamos em frente!* Este trabalho pretende analisar as relações entre italianidade, gastronomia e hospitalidade-amorosidade na cidade de São Paulo/SP, nos bairros de concentração dessa imigração. O objeto de

1 Aissera, Nanninè, me ne sagliette, tu saje addo'? (Tu saje addo'?) Addo' 'stu core 'ngrato cchiu' dispietto, farme nun po'!(Farme nun po'!) Addo' lo fuoco coce, ma si fuie, te lassa sta! (Te lassa sta!) E nun te corre appriesso, nun te struie, sulo a guarda'! (Sulo a guarda'!) Jammo, jammo, 'ncoppa jammo ja' jammo, jammo, 'ncoppa jammo ja' Funiculí - funiculá, funiculí – funiculá 'ncoppa jammo ja', funiculí – funiculá. Livre tradução: Ontem à noite, Aninha, eu subi, Você sabe onde? (Você sabe onde?) Onde este coração ingrato não pode mais me fazer despeito (me fazer despeito) Onde o fogo queima, mas se foge Te deixa ficar! (Te deixa ficar) E não corre junto, não te cansa, a olhar o céu! (a olhar o céu) Vamos, vamos, vamos lá em cima Vamos, vamos, vamos lá em cima Funiculì, Funiculà! Funiculì, Funiculà!

2 Tagarellice, conversa, cavaco masculino, falatório masculino, palavreado masculino, palração, lábia. Fonte: <https://www.infopedia.pt/dicionarios/italiano-portugues/chiacchiera>.

estudo da pesquisa é “A Italianidade na gastronomia paulistana: Marcas de hospitalidade e amorosidade, analisadas na Cantina C Que Sabe!”. O objeto empírico analisado encontra-se no bairro da Bela Vista, na região conhecida como Bixiga, na cidade de São Paulo; é uma cantina tradicional, estabelecida há mais de 80 anos.

A pesquisa resulta de um processo de descoberta, em que são fortes as minhas lembranças marcadas pela italianidade³. Venho de uma família em que avós e bisavós, maternos e paternos, são imigrantes italianos, oriundos de diferentes regiões da Itália e com modos e costumes também diferentes entre si. Almoços dominicais em família foram uma constante na minha vida. A preparação das refeições e da massa para ser consumida, durante o mês, evento do qual todos participavam de alguma maneira, aos poucos, foi despertando em mim, desde bem cedo, uma ligação muito forte com os fazeres da cozinha, com a cultura culinária italiana e com a gastronomia em geral. Com o passar do tempo, comecei a me interessar pela História da Gastronomia, por sua influência na formação social e cultural, pelos regionalismos e por tudo mais que se relacione com alimentação, cultura culinária e gastronomia.

Na adolescência, iniciei, também por necessidade, minhas aventuras na cozinha. Meu pai trabalhava, minha mãe ia para a faculdade e eu e minha irmã tínhamos que “nos virar”. O fato de ela ser mais nova fez com que eu tomasse a frente na cozinha. Houve muita tentativa e erro, depois, tentativa e algum acerto, depois tentativa e acerto mais do que erro. Na época, não existia muita literatura sobre gastronomia ou cultura culinária que eu conhecesse, já que o meu interesse, no fundo, era por isso; mas, sempre que dava, lia alguma receita para fazer o almoço.

Por outro lado, havia a questão dos modos à mesa. Tudo muito curioso. Por um lado, a família do meu pai, muito simples, porém rígida; do outro, a minha mãe: educação clássica, boas maneiras, etiquetas, porém mais flexível. Dessa situação, brotou uma mescla curiosa de valores, cultura, etiqueta e acolhimento. Essa mistura cultural, com o acréscimo das características brasileiras, é o que me constitui como pessoa e também como pesquisador, interessado na temática que apresento neste texto.

Com o passar dos anos, fui lendo mais sobre gastronomia, hospitalidade e comunicação. Sou graduado em Publicidade e Propaganda e trabalhei durante 27 anos em produção de cinema e TV; paralelamente, sempre estudando, e de forma interessada, a gastronomia. Ao ingressar no Mestrado em Turismo e Hospitalidade, na Universidade de Caxias do Sul, comecei o percurso de atividades que, também, me

3 Em coerência aos pressupostos epistemológicos e teóricos da Ciência Contemporânea, que são referência do Amorcomtur! Grupo de Estudos em Amorosidade, Comunicação, Turismo e Auto-poiese, o sujeito pesquisador é sujeito efetivo da pesquisa; portanto, se expressa em primeira pessoa do singular, quando o que estiver sendo relatado assim demandar. A lógica adotada é usar singular ou plural, conforme o conteúdo que está sendo expresso, e impessoalizar, quando não houver necessidade de explicitação do sujeito do texto.

associaram ao grupo de pesquisa AMORCOMTUR!, Grupo de Estudos em Amorosidade, Comunicação, Turismo e Autopoiese, liderado pela Dr^a. Maria Luiza Cardinale Baptista. O nosso grupo de pesquisa trabalha, por assim dizer, uma linha caosmótica de entrelaçamentos de questões transdisciplinares, com base nos conceitos de Felix Guatari (1992), Gilles Deleuze (1995), Humberto Maturana (1998), especialmente. As pesquisas do grupo são desenvolvidas a partir da Cartografia dos Saberes, de Maria Luiza Cardinale Baptista (2014), que também é a estratégia metodológica escolhida para esta pesquisa. A primeira trilha dessa estratégia envolve o resgate dos saberes pessoais. Nesse sentido, são apresentadas, a seguir, reflexões pessoais que foram construindo sinalizadores para o que desenvolvi como (viagem investigativa)⁴ no Mestrado, como o foco investigativo em princípio, eleito.

Conforme vem sendo salientado, a proposta de realizar esta dissertação esteve ligada à experiência pessoal e ao desejo de identificar sinalizadores para as marcas da italianidade na Gastronomia, no caso aqui, da Gastronomia Paulistana. Desde muito cedo, trago uma percepção singular sobre o que é ser italiano. Quando digo isso, refiro-me aos sujeitos efetivamente nascidos na Itália e aos seus descendentes, que evidenciam traços no seu modo de ser, na fala, nas relações interpessoais, nas reuniões familiares, nos negócios, na sociedade e à mesa. No que diz respeito à hora da refeição, minha percepção amplifica-se. Noto, mais claramente, as semelhanças culturais e sociais, bem como as diferenças com relação a outros contextos. A percepção dessas várias marcas acaba determinando uma “identidade” estereotipada, que também implica em diferenciações, dependendo da região italiana de origem.

O relato de lembranças e percepções, registradas no Diário de Campo, ajuda a compreender a construção do problema, em seu processo. Na minha infância, sentia muito essas marcas e, por viver em uma família de imigrantes italianos, ou, no mínimo, de origem italiana, achava tudo uma festa, uma explosão de alegria, de sentimentos acolhedores, um porto seguro. Tanto é que, no meu entendimento infantil, ser italiano ou de família italiana soava como uma espécie de parentesco, como um primo distante. Quando alguém dizia que iria para a Itália, era como se fosse visitar uma quantidade enorme de parentes. Em resumo, era um sentimento de união e identificação muito forte com essa cultura. Marcas pessoais também presentes na pesquisa.

Com o passar do tempo, esse sentimento de que somos todos meio parentes, foi se ampliando. O jeito dessas pessoas, os oriundi, era e é muito parecido, ao menos quando se fala de algumas regiões da Itália – no caso, refiro-me especialmente ao sul da Itália. Minhas percepções, pelas vivências, sinalizam que são acolhedores, generosos, mas não ingênuos; trabalhadores vorazes, com uma gentileza característica, mas, às vezes, intensos e exagerados, barulhentos, famintos, porém capazes

4 A expressão aqui está sendo utilizada no sentido atribuído por Baptista (2014), em seus estudos sobre metodologia de pesquisa.

de surpreender com atos de extrema bondade. Outros aspectos, ainda com base nas minhas vivências, dão conta de que muitos italianos têm como marca a valorização da união familiar e um vínculo grande com a terra e suas origens. Vale dizer, ainda, que isso é mesclado a um alto grau de crítica, um nível alto de exigência consigo e com os outros.

Isso tudo me deu o entendimento de que não somos todos parentes consanguíneos, no sentido de ancestralidade, mas resultado de uma mistura de culturas, tecidas e estabelecidas em um conceito de italianidade. Trata-se de um conceito complexo, porque a constituição do sujeito-trama⁵ italiano, também, tem essa característica. Esse sujeito resulta de um processo histórico, consolidado a partir da cultura, da geografia e dos enfrentamentos. Ao mesmo tempo, diante das adversidades, emergiram laços de afeto intensos, que tantas vezes fizeram a diferença entre a vida e a morte.

No início da pesquisa, procurava o que seria o ponto de formação, o gene caracterizador da italianidade e percebi que esse gene não era um ponto, mas vários feixes que transversalizaram o sujeito italiano, constituindo-o. Entendo que essa diversidade de feixes em comum é que forma e dá sentido a esse sentimento de italianidade, mas isso nem sempre é comum a todos os *oriundi*. Não é necessário possuir todos eles, mas alguns já são suficientes, para identificarmos a italianidade.

A percepção dos elementos que formam o universo doméstico também provocou a observação desses aspectos em outros ambientes. É o caso da experiência que se tem ao comer fora de casa, em locais que servem o mesmo tipo de alimento, feito sob a mesma concepção culinária, em ambientação acolhedora, calorosa, com aromas familiares e domésticos, com o intuito de fazer o sujeito sentir-se parte do seu local de origem. Cada vez mais esses elementos, tanto no âmbito familiar (doméstico) como no comercial, se assemelham, buscando, dessa maneira, reconstruir a marca intersubjetiva da italianidade na Gastronomia.

Vale ressaltar, aqui, que o horário das refeições é o momento social em que não estamos só suprimindo as necessidades básicas de alimentação para a sobrevivência. É também um momento de convivência, de compartilhar o alimento, de congratamento, de troca de ideias e histórias, de acolhimento, de conforto, de aconchego e de hospitalidade. O encontro para as refeições torna-se sagrado, ou consagrado, pelos ritos habituais que se perpetuam por meio dos costumes e tradições, da cultura originada pelas necessidades instauradas pelo tempo e espaço regional. O tecido dessa trama transdisciplinar dialoga com um universo abrangente e complexo. Nesse processo, hospitalidade e amorosidade são essenciais.

Percebe-se a italianidade por meio das características dos atravessamentos

5 A expressão está sendo utilizada aqui no sentido de Baptista (2010), considerando os múltiplos aspectos que constituem o sujeito.

desse sujeito. Podemos destacar, entre elas, a hospitalidade, a amorosidade e a calorosa acolhida. Destaca-se, nesse sentido, que a hospitalidade, “[...] como um conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social” (CAMARGO, 2004, p. 17), é um dos atravessamentos que marcam a italianidade, é percebida no convívio social, familiar e comercial, aproximando esse sentimento de uma origem comum. É fácil perceber esses traços na própria cidade de São Paulo. Alguns bairros da cidade apropriaram-se, de alguma maneira, dessa forma hospitaleira e caracterizam-se por um viés acentuado de italianidade, ainda que em ambiente de megalópole com características plurais. Diante do estudo, da reflexão sobre esses aspectos, em confluência com a história de São Paulo, pode-se pensar que foi se formando uma cidade em que os italianos ‘se perderam’ e ‘se acharam’, ao mesmo tempo. E, encontrando-se, reconheceram-se e construíram novos modos de italianidade.

A Gastronomia é uma área de estudo que se entrelaça com o Turismo, em grande conexão, com a Hospitalidade. Nesse aspecto, o tema é desenvolvido, aqui, estabelecendo relações entre essas trilhas teóricas, derivando para temáticas próximas e complementares. Na trama teórica conceitual, destacam-se, como base, nesse sentido, autores como Brillat Savarin – *Fisiologia do Gosto* (1995), Carlos Alberto Dória – *Estrelas no Céu da boca* (2006), *Com Unhas, Dentes e Cuca* (2008), *A Culinária Materialista* (2009), *Formação da Culinária Brasileira* (2014), *E-Boca Livre* (2015), Massimo Montanari – *O Mundo na Cozinha* (2009), *Comida como Cultura* (2015) e Nicola Perullo – *O Gosto como Experiência* (2013), para a Gastronomia; Jacques Derrida – *Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar de Hospitalidade* (2003), Marcel Mauss – *Sociologia e Antropologia* (2003) e Luiz Octávio de Lima Camargo - *Hospitalidade* (2004) para a Hospitalidade entendida como dádiva. Kye- Sung Chon, Raymond T. Sparrowe - *Hospitalidade* (2003) e Danny Mayer – *Hospitalidade e Negócios* (2007), para a Hospitalidade comercial. Isabel Baptista e Marcia Maria Cappellano dos Santos – *Laços Sociais* (2014), para o Acolhimento. Humberto Maturana *Linguagem na Educação e Política* (1998) e Maria Luiza Cardinale Baptista – *Amorosidade Comunicacional no Turismo: Dispositivo para hospitalidade em tempos de complexidade e Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação* (2014) para a Amorosidade.

Essas trilhas teóricas constituem a base que se entrelaça à noção de italianidade, que, por sua vez, tem expressão empírica na presença de imigrantes italianos pelo país, com concentração na cidade de São Paulo⁶. Percebe-se, quanto à imigração italiana, que, na cidade de São Paulo, tem-se a predominância de imigrantes oriundos da região sul da Itália, mas também há aqueles das demais regiões, em menor escala.

Esta pesquisa sinaliza, ainda, a conseqüente transformação e a adaptação da

⁶ Chegaram a representar 90% dos 50.000 trabalhadores ocupados nas fábricas paulistas, em 1901 (TRENTO, 1989).

cultura italiana na região. Tem-se uma expansão da italianidade, que vai se mostrando entrelaçada com a cultura de São Paulo, o que se pode chamar de uma italianidade paulista/paulistana. Trata-se, portanto, de discussão relevante para o entendimento dos profissionais e acadêmicos das áreas de Gastronomia, Turismo e Hospitalidade.

A cidade de São Paulo tem 1.521.110 Km², e possui a maior população do país, estimada em 11.967.825 habitantes (IBGE, 2015), com uma densidade demográfica de 7.398,26 hab/km² e com 0,805 no Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM 2010). De acordo com o Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo⁷, em 2015 a cidade arrecadou quase 280 milhões de reais em impostos sobre serviços referentes ao setor de turismo, recepcionando, no total, mais de 10 milhões de turistas, tanto brasileiros (83,46%) como estrangeiros (16,54%). Segundo o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de São Paulo – (SinHoRes/SP), os números no setor de alimentação apresentam-se elevados. Existem mais de 12 mil restaurantes, contemplando 55 etnias culinárias diferentes, só perdendo para Nova York, que tem 66 tipos de etnias culinárias. Em São Paulo, encontram-se 500 churrascarias, 256 restaurantes japoneses, 15 mil bares e 3.200 padarias, produzindo 10,4 milhões de pãezinhos por dia e 1.200 pizzarias produzindo impressionantes um milhão de unidade/dia, ou 720 pizzas por minuto. O faturamento mensal ultrapassa 400 milhões de reais por mês e cinco bilhões de reais/ano (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2016).

No setor hoteleiro, a cidade apresenta-se com mais de 400 hotéis e 70 hostels e 42 mil unidades habitacionais disponíveis, com taxa de ocupação média de 68%, conforme dados de 2014 colhidos no Observatório Turístico da Cidade de São Paulo. Lembrando, ainda, que esses números, não incluem hospedagem em casas particulares, agenciada, por exemplo, pelo airbnb, o que aumenta significativamente esse número. A oferta cultural também é bastante elevada. São 280 salas de cinema, 120 teatros, 88 museus, 75 bibliotecas, 53 parques e áreas verdes, 39 centros culturais, nove cineclubes, sete casas de espetáculos, sete estádios de futebol, 72 shopping centers, 184 casas noturnas, aproximadamente 400 quilômetros de ciclovias e assim por diante, mostrando a grande oferta de opções para moradores e visitantes. (OBSERVATÓRIO DO TURISMO, 2016).

De acordo com os dados acima, fica clara a pertinência de um estudo sobre os temas da Gastronomia, Turismo e Hospitalidade, relacionados à cidade de São Paulo. O entendimento conceitual, as aproximações e transversalidades, analisadas sob o filtro da italianidade, propiciam uma visão particular da cultura da cidade de São Paulo, no modo de ser de seus descendentes, que, muitas vezes, é absorvida por

7 O Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, núcleo de estudos e pesquisas da São Paulo Turismo, analisa o comportamento do turismo paulistano, contribuindo para que o destino se torne cada dia melhor para seus visitantes e moradores.

outras culturas que chegaram por lá.

A pesquisa sob o foco da italianidade resgata e valoriza a lembrança da importante força de trabalho e cultura que os italianos trouxeram para a região. Esta análise traz à tona a reflexão, contribuindo para a construção de um olhar especial para essa forma de exercer atividades profissionais.

Em síntese, os objetivos foram delineados buscando englobar, como proposição, os aspectos aqui sinalizados. Fica assim definido como objetivo geral: Identificar e caracterizar marcas de italianidade na gastronomia de cantinas, pela vertente da hospitalidade e da amorosidade, considerando práticas gastronômicas da Cantina C que Sabe!

Já os objetivos específicos são:

- Discutir aspectos teórico-conceituais de hospitalidade e amorosidade na gastronomia;
- Apresentar aspectos de italianidade na Gastronomia Paulistana, considerando as práticas gastronômicas da cantina C que Sabe!;
- Articular a relação desses conceitos com práticas gastronômicas da Cantina C que Sabe!

A questão problema pode ser assim enunciada: Quais são as marcas de hospitalidade e amorosidade relacionadas à italianidade na gastronomia da cidade de São Paulo/SP, considerando práticas gastronômicas da “Cantina C que Sabe!”?

A dissertação foi estruturada em seis capítulos. Depois da introdução, o capítulo 2 apresenta aspectos metodológicos, um estudo de caso de caráter qualitativo, amparado na Cartografia dos Saberes, estratégia metodológica que sustenta a pesquisa. Os aspectos da italianidade são abordados no capítulo 3, que contempla, ainda, a história da vinda e da vida dos imigrantes italianos, para o Brasil, seus costumes, cultura e adaptação à nova realidade. Na sequência, o capítulo 4, *Riflessione sulla Ospitalità/Amorosità*, apresenta conceitos da Hospitalidade e suas aproximações com a Amorosidade, suas complexas relações e reflexões sobre o tema. O capítulo 5 é um convite a conhecer a Cantina C que Sabe! Já no título traz a origem inusitada do surgimento do nome da cantina, com as suas origens do sul da Itália, *Jammo in Cantina? C que Sabe! E*, finalizando, o capítulo 6, se apresenta como sobremesa, com as considerações finais sobre o trabalho apresentado.

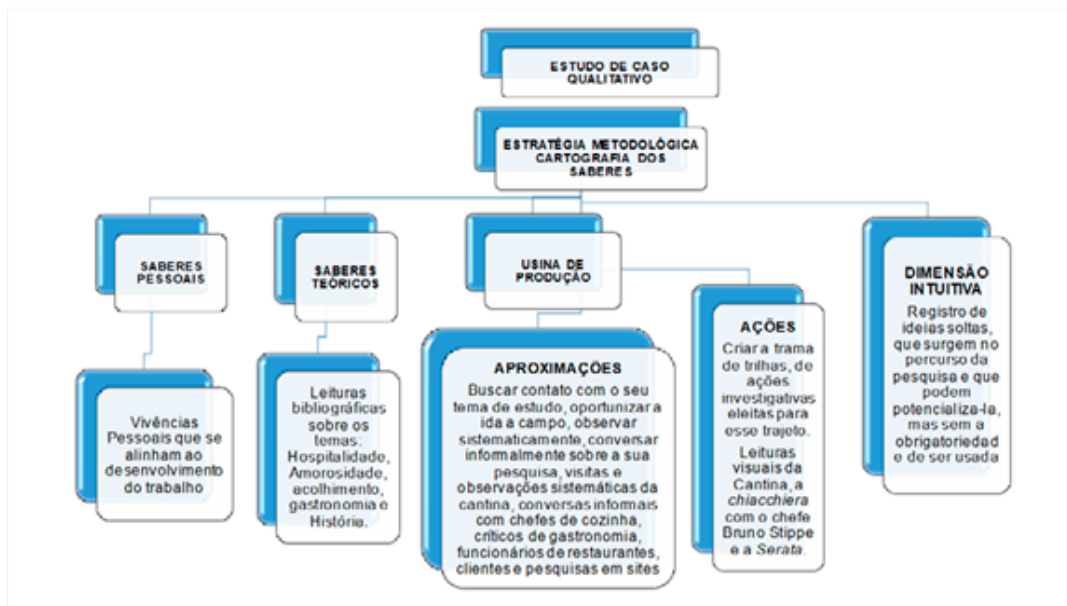
2 **PRIMO PIATTO – ASPECTOS METODOLÓGICOS**

A proposta, neste momento do texto, é servir a composição essencial que possibilitou fazer a pesquisa. Assim parte-se da apresentação estratégica metodológica Cartografia dos Saberes, para delinear aspectos dos saberes teóricos e das tramas das trilhas desenvolvidas.

2.1 **CARTOGRAFIA DOS SABERES**

A estratégia metodológica está amparada na Cartografia dos Saberes, como o conjunto de ações operacionais para a produção investigativa, apresentada por Baptista (2014). Inicia-se pelo registro dos saberes pessoais, os quais podemos definir como informações que o pesquisador já traz em sua bagagem de conhecimento, que passam a fazer parte de seu diário de campo. Outra trilha da Cartografia dos Saberes são os saberes teóricos, que, uma vez explicitados, manifestam as parcerias dialógicas para a composição da base teórica da pesquisa. A dimensão intuitiva da pesquisa é o registro de ideias, que surgem no percurso da pesquisa e que podem potencializá-la. Trata-se, aqui, de espaço para o registro de intuição. A outra trilha da Cartografia dos Saberes, a usina de produção, corresponde a duas perspectivas: aproximações investigativas e ações investigativas. A primeira é “a criação de situações para que o pesquisador viva a pesquisa, na perspectiva de um objeto paixão-pesquisa”. Inicialmente, há a necessidade de o pesquisador buscar contato com o seu tema de estudo, oportunizar as primeiras aproximações com a ida a campo, observar e sistematizar em diário de campo, conversar informalmente sobre a sua pesquisa. E em um segundo momento, com base nos dados das aproximações, ele pode criar a trama de trilhas, de ações investigativas eleitas para esse trajeto. Nesta pesquisa, com base no resultado das aproximações, foram feitas escolhas e definidas as ações, com foco relacionado ao núcleo da pesquisa (FIGURA 1).

Figura 1: Matriz da Cartografia dos Saberes



Fonte: Elaborado pelo Autor.

A partir das trilhas selecionadas, foi constituída a matriz cartográfica da pesquisa, com as tramas teóricas e de ações que atravessam os temas observados. Desse modo, considera-se, também, as experiências de vida, o que corresponde a linha da cartografia denominada Saberes Pessoais, como forma de construção do conhecimento. O resgate das lembranças serve como referência para a pesquisa, tecendo uma rede de dados e informações, que são utilizados na formação das trilhas selecionadas.

Pode-se destacar o caráter participativo, nos diversos momentos da pesquisa. Segundo Denzin (1989), “[...] a observação participante será definida como uma estratégia de campo que combina, simultaneamente, a análise de documentos, a entrevista de respondentes e informantes, a participação e a observação direta, e a introspecção.” (DENZIN, 1989 apud FLICK, 2004, p.152).

As particularidades do objeto de estudo e suas relações teóricas revelaram-se complexas e demandaram um auxílio para efetivas observações. Nesse sentido, em alguns momentos, recorri à Semiótica⁸, como uma espécie de lente reveladora especial, para leituras textuais específicas, no caso das narrativas visuais.

O trabalho de pesquisa, em termos da Usina de Produção, foi feito por meio

⁸ A semiótica deve ser assim entendida como a teoria que procura explicar o ou os sentidos do texto pelo exame, em primeiro lugar, de seu plano do conteúdo (BARROS, 2005).

de análise bibliográfica e de entrevista com o chefe de cozinha e proprietário da Cantina C que Sabe!, a qual foi agendada, previamente, para uma semana após o primeiro contato. O encontro foi no dia 10 de agosto de 2015, no início da noite, na Cantina C Que Sabe!, na Rua Rui Barbosa, 192. Fui recebido por um garçom, que me levou ao encontro do Chefe Bruno Stippe, que, no momento, estava reunido com familiares e amigos, muito descontraídos. Fui tratado como um amigo de longa data, com cumprimentos e apresentações. No grupo de amigos, encontrava-se o comediante Ary Toledo, o que acentuou a descontração do momento, contando piadas e fazendo muitas brincadeiras.

O encontro iniciou com o chefe Bruno contando um pouco da história da cantina. Os avós começaram a oferecer alimentação aos imigrantes italianos da região, servindo pratos tradicionais da culinária do sul da península. No início, isso ocorria somente na hora do almoço; depois, o almoço estendeu-se para a hora do jantar. O pai dele assumiu o comando da cantina, relacionando-se com artistas, atletas e personalidades.

A abertura da produtora de vídeo iniciou com o programa “O Machão na Cozinha”, para o qual vários desses frequentadores ilustres eram convidados a participar, elaborando uma receita da cozinha italiana. Anos depois, o chefe Bruno iniciou como auxiliar do pai nesse mesmo programa, que passou a se chamar “Pilotando o Fogão” e que vai ao ar até hoje, semanalmente, pela Rede Gazeta de Televisão. É o mais antigo programa televisivo sobre culinária do país, ainda no ar. Atualmente, é apresentado pelo chefe Bruno e seu irmão e sócio Victor Stippe.

O tema Hospitalidade foi abordado durante nossa conversa. O entendimento do chefe sobre isso é muito elaborado. Surge de forma natural e com conceitos intuitivos que parecem ser inerentes à sua própria personalidade, no ambiente que envolve a cantina e seus colaboradores. Segundo ele, se não apresentam essa característica, hospitaleira, não duram muito por lá. Bruno retoma lembranças de conversas com o avô e o pai e de conselhos dados por ambos, que se referiam à Hospitalidade, mesmo sem saber, às vezes, que era sobre isso que estavam falando no momento. Trata-se de uma percepção apurada sobre os anseios dos clientes, que ele desenvolveu como resultado desses conselhos passados de pai para filho.

Um comentário surgiu no momento em que um casal chegou e cumprimentou o chefe. Ele usou o mesmo como exemplo. Disse que o cliente é um sujeito muito carente, que não vai lá só para comer, vai para ser bem atendido, mimado e lembrado, quando chega, e para levar boas lembranças, quando sai. Vale destacar que tivemos várias interrupções, durante a entrevista, justamente, quando chegava algum cliente, que era sempre recebido calorosamente, com brincadeiras. Vários deles eram chamados pelo nome. Destaquei esse fato para o entrevistado e ele explicou que chamar pelo nome o cliente é importante. Não que ele fique decorando os nomes, mas afirma

que se trata de uma forma de marcar a importância do cliente para ele. Isso ocorre de forma natural. Ressalta que quando esquece o nome, o cliente também é recebido de forma calorosa.

Os temas Cultura Culinária e Gastronomia tiveram uma abordagem técnica, mas também conceitual: falamos dos desequilíbrios e das confusões no emprego dos dois termos, de suas diferenciações conceituais. Ele vê a formação de chefe de cozinha hoje como se fosse um título adquirido por ter cursado Gastronomia ou Culinária e não como consequência da evolução do trabalho, que vem sendo feito ao longo dos anos. Ele mesmo passou a se definir como chefe após a morte do pai, quando assumiu a gerência da cantina e o controle da cozinha.

Bruno não é proprietário só da Cantina C Que Sabe!, mas também de uma pizzaria em Roma, Itália, juntamente com um parente que mora lá e para onde viaja, frequentemente, para ver seu negócio, e como representante da *Federazione Italiana Cuochi - Delegazione Brasile (F.I.C.)*, da qual é o atual presidente. Percebi, nessa conversa, que é uma pessoa totalmente voltada à cozinha e extremamente vinculada à cultura italiana, também ligado às tradições e envolvido com as ações do bairro do Bixiga, participando de eventos que promovam a cultura italiana e, também, organizando-os.

Em várias ocasiões, durante o decorrer da entrevista, fui apresentado, para clientes, familiares e amigos, que passam por ali diariamente para uma breve conversa, como um conhecido que ele estava ajudando na realização de um trabalho. Percebe-se que é uma figura muito querida, carismático e afetuoso. Ele também aparenta ter personalidade forte, ser rígido e de opinião estruturada, assim como muito religioso e de grande apego à família e às tradições.

Ficamos em uma mesa localizada no final do corredor de acesso à cantina e, durante o tempo todo da entrevista, foram servidos café e água mineral várias vezes e, em alguns momentos, foram chamadas pessoas para dar uma opinião ou confirmar um fato. Percebemos, mutuamente, semelhanças em nossas histórias de vida, gostos e opiniões, e até algumas pequenas coincidências. Ao final, fui convidado a jantar, ou praticamente intimado a fazê-lo. Uma mesa simples, com a mais italiana das músicas embalando um *spaghetti alla carbonara*, muito bem executado e encerrando uma entrevista que durou pouco mais de uma hora e selou uma *amizade a la Italiana*.

Finalizando esta parte, os aspectos metodológicos, esclareço ainda que: o levantamento bibliográfico vinha ocorrendo antes mesmo do início do mestrado. Posso dizer que desde que comecei a me envolver com o tema, venho fazendo pesquisas, que, inicialmente, ocorriam de forma autodidata e uma organização de dados e informações particulares. Com o tempo, essas obras foram sendo catalogadas de forma mais organizada, buscando uma sistematização e alinhamento às normas acadêmicas.

Como já foi ressaltado, o referencial teórico é transdisciplinar, transitando por áreas do conhecimento como História, Antropologia, Sociologia, cultura geral, cultura de etnias, Comunicação, Turismo e Hospitalidade, entre outras. Nem todos os temas estão relacionados na bibliografia, mas eles fazem parte da minha Cartografia dos Saberes, da construção do meu conhecimento e estão aqui mencionados para ilustrar essa construção, como algo processual e que não se limita exclusivamente a esta pesquisa. As obras relacionadas estão mais filtradas e direcionadas para a pesquisa, navegando nos temas cultura culinária, Gastronomia, italianidade, História e história da alimentação.

A análise visual dos ambientes também foi realizada e está apresentada em textos descritivos e interpretativos, associados a fotografias, por necessidade pessoal de textualizar o que vejo. A disciplina Narrativas Visuais e Midiatização do Turismo apresentou, no seu conteúdo programático, a proposição das abordagens das linhas narrativas visuais, como resgate da ‘ad-miração’, assim como a poética das mensagens não verbais, procurando considerar as imagens compostas pelo visual e pela representação mental, com os diversos elementos da significação: construção das narrativas visuais, *punctum* e *studium*, a imagem marca – natureza emocional associada à visualidade.

A aproximação com os diversos autores/pesquisadores, apresentados na disciplina, destacando-se R. Barthes e M. Joly, propiciou a familiaridade com essas teorias, que me apoiaram, com a capacidade instrumental na construção narrativa no ambiente da italianidade.

2.2 SOBRE APROXIMAÇÕES BIBLIOGRÁFICAS

A construção desta dissertação decorreu de um processo de aproximações bibliográficas, processo desenvolvido especialmente nas últimas duas décadas. Ao longo desse período, foram sendo encontrados textos que se entrelaçam e constituem hoje marcas do meu pensamento relacionado à Gastronomia e à cultura culinária. Optei por trazer alguns destaques do processo. O tema em questão, desde muito cedo, tomou importância na minha vida e despertou curiosidade e (apetite) de querer saber mais.

Inicialmente, foram os cadernos especiais e as revistas, que publicavam receitas de pratos que eram as básicas e, com o tempo, foram ganhando complexidade. Quase que concomitante a isso, às vezes, alguma matéria sobre a história de um determinado prato ou de um evento gastronômico também chamava a minha atenção, assim como a etiqueta à mesa interessava-me, não para segui-la, mas, sim, na forma

de questionamento sobre os porquês de ser de determinado modo e não de outro. Isso acionou um conjunto de percepções e sensações que surgiu na minha vida, por volta de oito anos de idade, quando comecei a me interessar e a perceber essa disposição sobre culinária e seus hábitos e costumes. Nessa época a gastronomia ainda não existia para mim.

O livro *Não é Sopa* (1989), de Nina Horta, foi o primeiro contato que tive com um universo mais amplo de culinária e gastronomia. Trata-se de um livro de crônicas literárias com o tema culinária e gastronomia, publicadas no jornal *Folha de S. Paulo*, no qual a autora tem uma coluna há muitos anos. Nessa mesma época, surgiu a primeira revista brasileira que tratava de culinária e gastronomia, a *Revista Gula*, fundada pelo jornalista especializado em gastronomia e enogastronomia J. A. Dias Lopes, que publicava, além das receitas, (que, diga-se de passagem, abordavam nova leitura e realidade culinária e gastronômica), reportagens sobre história e entrevistas com chefes, cozinheiros, *someliers*, *restauranters* e todos os tipos de atores desse universo.

Com isso, o meu universo cresceu junto com a vontade de querer saber mais e mais sobre o tema. Em dezembro de 2000, o jornal *O Estado de S. Paulo* criou o caderno *Paladar*, no qual, novamente, o jornalista J. A. Dias Lopes aparece, desta vez assinando a coluna *O Melhor de Tudo*, atualmente intitulada *História da Mesa*. O caderno *Paladar* tem a mesma linha da revista *Gula*, embora não muito aprofundado por ser uma publicação semanal, mas de grande importância, não só para mim, como referência, mas também para uma nova geração de interessados pelo universo da culinária e da gastronomia.

As publicações mencionadas possibilitaram o meu contato com diversos novos autores e também provocaram uma ruptura da minha parte com obras essencialmente técnicas. O meu interesse foi se focando e fui me atendo mais à cultura, sociologia, antropologia, história da alimentação.

As obras de Luis da Câmara Cascudo, *A História da Alimentação no Brasil* (2011) e *Antropologia da Alimentação no Brasil* (2008), foram de grande importância na minha formação e entendimento sobre esse universo complexo da formação da cultura, vista através das lentes da culinária e da gastronomia. O encontro com a obra *A Fisiologia do Gosto*, de Brillat Savarin (1995), que é considerada a certidão de nascimento da gastronomia e a primeira obra que aborda esse tema, na forma que constitui o conceito do que é gastronomia, também foi marcante.

A leitura da obra *O Homem que Comeu de Tudo*, de Jeffrey Steingarten (2000), também contribuiu para o meu entendimento do que é gastronomia, mais especificamente, da visão norte-americana da gastronomia francesa.

O historiador italiano Massimo Montanari, com suas obras *Comida como Cultura* (2013), que estabelece relações diversas para a formação de um saber regional,

e *O Mundo na Cozinha: história, identidade, trocas* (2009), deram-me um panorama do que pensam diversos historiadores, antropólogos e sociólogos, que discutem o papel da cozinha como instrumento definidor de identidade cultural e, ao mesmo tempo, como veículo e produto de trocas culturais.

A *História da Alimentação*, de Jean-Louis Flandrin e Massimo Montanari (2015), apresenta, também, vários historiadores, sociólogos, antropólogos e pesquisadores, contando a história humana sob o ponto de vista da alimentação. Passa pela Antiguidade, Idade Média, Moderna e Contemporaneidade, relacionando diversas culturas e cruzando-as com diversas outras, chegando a uma análise crítica da época atual.

O autor Carlos Alberto Dória, com sua obra *Estrelas no Céu da Boca* (2006), aborda a necessidade de entendimento dos nossos sabores, a revelação de ingredientes tipicamente brasileiros, vistos como fonte não só de prazer, mas também, como uma análise técnica universalizada para isso e, ainda, a formação de cozinheiros ou chefes com a capacidade de fazer essas leituras e interpretá-las em suas cozinhas.

Com *Unhas, Dentes & Cuca: Prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos*, Dória (2008) realiza em conjunto com o chef Alex Atala. Uma obra que desmistifica os segredos da cozinha para os leigos, através de histórias e desconstruções conceituais, mostra técnicas e o uso de equipamentos. O livro apresenta definições básicas e expõe ao leitor o que é preciso compreender no complexo universo da cozinha.

A obra de Dória (2009), *A Culinária Materialista: A construção racional do alimento e do prazer gastronômico*, tem vários capítulos independentes que abordam temas culturais, históricos e conceituais ligados à nutrição, culinária e gastronomia, suas distinções, escolhas alimentares, civilização e sua formação alimentar e como pode acontecer isso. O livro também aborda o tema transmissão de conhecimento, por meio das receitas e fala sobre como nascem as tendências gastronômicas, através desse processo.

Formação da Culinária Brasileira (DÓRIA, 2014) mostra uma cartografia alimentar sob aspectos sociais, culturais, econômicos e políticos, transversalizando esses aspectos todos para desvendar a complexidade que forma o caldo alimentar de nosso país.

Dória (2015), ainda, apresenta a obra, *e-Boca Livre*, organizada por Carla Castellotti. São vários textos extraídos do blog homônimo do autor que mostram como a culinária e a gastronomia estão misturadas ao nosso cotidiano.

Em *Da Alimentação à Gastronomia* (2005), as autoras Wilma Maria Coelho Araújo, Raquel Braz Assunção Botelho, Verônica Cortez Ginani, Halina Mayer Chaves Araújo e Renata Puppim Zandonadi realizam um roteiro histórico transdisciplinar da alimentação do preparo ao consumo, marcados pela relação entre o ritual da mesa e

suas formas de socialização no curso da História.

Já *O Gosto como Experiência: Ensaio sobre filosofia e estética do alimento*, de Nicola Perullo (2013), é um ensaio em que o autor apresenta o paladar como uma experiência complexa a ser observada e analisada. Instiga a reflexão sobre a relação do sujeito com o alimento que está por trás dessas escolhas. O paladar não está somente no sentido gustativo das papilas, mas abrange um todo sensorial que não se limita ao corpo.

O livro *Carême: Cozinheiro dos Reis*, de Ian Kelly (2005), relata a vida de Antonin Carême, abandonado pelo pai na Paris pós-revolução e sua dura trajetória nas cozinhas, até chegar à condição de ser o primeiro chef celebridade de que se tem registro, disputado por reis, nobres e toda a elite européia. Foi um grande cronista do início do século XIX, relatando o que acontecia nos salões, no mundo da diplomacia e, principalmente, o que acontecia com os criados desses reis, nobres e elite, numa severa crítica a condições de trabalho a que se submetiam para poder sobreviver.

Alexandre Dumas (2005), em seu livro *Memórias Gastronômicas de Todos os Tempos*, descreve a paixão pela comida, com um relato de suas experiências no universo gastronômico da época em que viveu, de 1802 a 1870, na França.

Ariovaldo Franco, em *Gastronomia - Uma breve História Ilustrada* (1986), traça uma linha do tempo da pré-história até o séc. XX, pautada pelo envolvimento do ser humano com o alimento e as suas formas de preparo, preservação e consumo, as consequências da falta dos insumos para a sociedade e os conflitos que gera.

Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor, livro organizado por Donald Sloan (2005), traz a colaboração de administradores, pesquisadores de hospitalidade, comunicadores, jornalistas, turismólogos, gastrônomos, sociólogos, linguistas, acadêmicos e empresários. Essa obra tem um significado importante para mim, pois traz a aproximação do universo gastronômico com o universo da hospitalidade e do turismo.

Nessa mesma linha, o livro *Hospitalidade e Negócios – O rei da gastronomia de Nova York Conta o Segredo do Sucesso*, do autor Danny Mayer (2007), descreve a trajetória do autor, um apaixonado por comida, no mundo dos negócios do ramo de restaurantes e a forte influência que a hospitalidade tem nos seus estabelecimentos, chama atenção um conceito, que ele denomina de “hospitalidade consciente”, que acredita ser a chave do sucesso para o seu negócio, bem como para todo e qualquer tipo de relacionamento comercial.

Sobre *Hospitalidade e Amorosidade*, minhas leituras são mais recentes. No caso da primeira temática, a aproximação iniciou-se com as pesquisas feitas em um curso de especialização, no ano de 2010, e quanto à segunda, mais atual, tive os primeiros contatos já cursando o mestrado, principalmente, ao ingressar no grupo de pesquisa Amorcomtur! Grupo de Estudos e Produção em Comunicação, Turismo,

Amorosidade e Autopoiese (UCS-CNPq), coordenado pela Profa. Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista e, também, ao cursar as disciplinas: Comunicação -Trama e Subjetividade no Turismo e Narrativas Visuais e Processos de Midiatização do Turismo, ambas ministradas pela mesma professora.

Antes de ingressar no programa de pós-graduação em Turismo e Hospitalidade, no mestrado da UCS, fiz uma especialização em comunicação estratégica no IPA- Faculdades Metodistas do Sul. No meu trabalho de conclusão de curso (TCC), apresentei o tema: A Hospitalidade como Agente da Comunicação Organizacional: Um estudo de caso em um restaurante na cidade de Porto Alegre – RS (LEONI, 2013). Nesse período, tomei contato com os conceitos de Hospitalidade e sua relação com o universo gastronômico. Passei a ler tudo que encontrava relacionado à proposição para a execução do TCC, principalmente, por ser um tema apaixonante e com aplicabilidade para tudo na vida, uma forma agradável de viver-se e posicionar-se, um despertar para essa forma.

De início, li a obra de Marcel Mauss, *Sociologia e Antropologia* (2003), focado, principalmente, na segunda parte do livro, o *Ensaio Sobre a Dádiva: Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. As três obrigações: dar, receber e retribuir, observadas e analisadas, mostram uma forma cíclica de bem conviver, perpetuar-se e reconhecer o outro por esse processo crescente de superação e transmissão de diversos tipos de valores.

Luiz Octávio de Lima Camargo é um autor bastante produtivo, mas há uma de suas obras que embora de aparência despretensiosa, tem um conteúdo didático muito interessante: *chama-se Hospitalidade* (2004). Ela traz uma visão didática e esclarecedora sobre Hospitalidade e sua relação com o turismo, pois define com clareza conceitos de Hospitalidade relacionados a vários campos do Turismo e Gastronomia.

Apartir desta última obra, obtive pistas sobre outros livros para ler na sequência: *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*, de Ada de Freitas Maneti Dencker e Marielys Siqueira Bueno (2003), que congrega artigos de vários autores pesquisadores de Turismo e Hospitalidade, com temas diversos ligados a esse universo, por exemplo.

Célia Maria de Moraes Dias organizou a obra *Hospitalidade Reflexões e Perspectivas* (2002), que reúne trabalhos de autores de muitas áreas, como turismólogos, comunicólogos, jornalistas, arquitetos, relações-públicas, nutricionistas, geógrafos, acadêmicos de literatura e letras e sociólogos, cujos temas também são relacionados a Turismo, Gastronomia, Região, Lugares, Comunicação e Serviços.

Dando sequência, destaco a *Hospitalidade: Um relacionamento global de conhecimentos e atitudes*, que é um livro organizado pela dupla Silvana Furtado e Roberta Sogayar (2009), que conta com a colaboração de vários autores ligados à Hospitalidade e ao Turismo. Divide-se em duas etapas: a primeira aborda o que eles

chamam de “o presente do conhecimento” e a segunda parte é voltada para métodos, técnicas e instrumentos de aplicação do conhecimento para a solução de problemas, com abordagens múltiplas, variáveis e complexas do Turismo e Hospitalidade.

Finalizando essa sequência, temos uma obra organizada por Silvana Furta-
do e Francisco Vieira, intitulada Hospitalidade: Turismo e estratégias segmentadas (2011), que também reúne diversos artigos de autores ligados aos temas Hospitalida-
de, Turismo e Gastronomia.

A respeito da Italianidade, não há propriamente desenvolvido, ainda, um refe-
rencial teórico para esta pesquisa. Pode ser mencionando, no entanto, o livro *Il Libro Per Le Famiglie – Piccola enciclopedia popolare della vita pratica, Firenze, Adriano Salani, Editore, 189*, da Biblioteca Familiar e que se tornou uma tradição na orientação das questões familiares. Recentemente, li *A Cabeça do Italiano* de Beppe Severgnini (2008), que narra uma viagem de dez dias que o autor realizou pela Itália. Durante esse trajeto e tempo, faz divertidas observações sobre como funciona o raciocínio do povo italiano, sua cultura, seus conceitos e seu modo de vida peculiares.

2.3 SOBRE A TRAMA DAS TRILHAS TEÓRICAS

A partir das aproximações no percurso bibliográfico, foi se constituindo, aos poucos, a trama das trilhas teóricas, com amarrações entre as concepções principais que constitui este trabalho.

Para falar da Cultura Culinária Italiana, neste sentido, as referências principais são as obras *Comida Como Cultura e História da Alimentação*. O primeiro livro é de Massimo Montanari (2013), historiador italiano e pesquisador dedicado à história da alimentação. Sua obra relaciona as diversas origens da formação da culinária, sob o ponto de vista cultural da sociedade italiana através dos tempos. A segunda obra é da autoria conjunta de Jean Louis Flandrin e Massimo Montanari. Jean Louis Flandrin foi um historiador francês que mudou profundamente, com suas pesquisas e estudos, o entendimento histórico dos conceitos de família, sexualidade e poder. A partir do final dos anos 1970 até sua morte, em 2001, voltou suas pesquisas e estudos para a história do gosto e as práticas alimentares.

Sobre a Cultura Culinária Brasileira, tenho como referência a obra *Formação da Culinária Brasileira - Escritos sobre a Cozinha Inzoneira*, de Carlos Alberto Dória, graduado em Ciências Sociais (USP) e Doutorado em Sociologia (Unicamp), também dedicado à pesquisa sobre a história e a formação da cultura culinária. Essa obra auxilia no entendimento de como a humanidade desenvolveu seus hábitos alimentares e como isso se aperfeiçoou ao longo do tempo, por meio da cultura de cada região e

da miscigenação delas, aperfeiçoando técnicas de preparo, cultivo e criação de ingredientes, promoção da hospitalidade e regras à mesa, interação social ou segregação social, que seguem acontecendo até os dias de hoje, esses aspectos são muito bem observados, também, por Flandrin e Montanari (1998).

As relações de Hospitalidade, aqui mencionadas, por sua vez, estão embasadas indiretamente no trabalho de Marcel Mauss, com os estudos sobre a dádiva, e o ciclo “dar, receber e retribuir”. Destaco também a obra de Anne Dufourmantelle, que convida Jacques Derrida a falar de Hospitalidade (2003), onde o conceito de estar transponível, como uma casa, de portas e janelas abertas e a soleira da porta como a fronteira. Encontram-se em discussão, os limites da disposição à dessas relações, sua transposição e, similarmente, a reflexão do porquê da existência dessas divisas, que podem ser físicas ou imaginárias.

Os conceitos de Hospitalidade e Acolhimento, aqui, são considerados como fenômenos muito próximos, sob os pontos de vista de Marcia Maria Cappellano dos Santos e Isabel Baptista (2014), autoras que também observam as diferenças entre as escolas francesa e inglesa ou anglo-saxônica, ambas baseadas em sistemas de trocas sociais. A primeira escola baseia-se no tripé: “dar, receber e retribuir”, fundada no fenômeno da dádiva. Já a segunda está alicerçada nos aspectos de mercado e seus resultados econômicos. Em outro texto sobre o fenômeno humano do Acolhimento, as autoras, apresentam a relação como determinada por trocas psicoafetivas, dizendo que

Nessa direção, acolhimento é concebido como fenômeno e não como comportamento humano específico, ou como ato de vontade de um único sujeito. Trata-se de um fenômeno que se instala no espaço constituído entre dois sujeitos que desejam acolher e ser acolhidos (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA In SANTOS; BAPTISTA, 2014, p. 52).

Embora a ênfase deste trabalho não seja a hospitalidade comercial, foram consultados autores nessa perspectiva, que ajudaram a refletir também sobre a dimensão do negócio que precisa ser hospitaleiro e amoroso. É o caso, por exemplo, da Hospitalidade como comércio, algo intangível, que agrega valor ao serviço, sob a visão dos autores, Kye-Sung Chon e Raymond T. Sparrowe, com a obra Hospitalidade: Conceitos e aplicações (2003). Neste texto, os autores explanam a história da hospitalidade comercial, como funciona e a ética relacionada à prestação de serviços de hospitalidade.

Continuando com o mesmo ponto de vista comercial, Danny Meyer, empresário do ramo da Gastronomia, que atua em Nova York com vários empreendimentos, escreveu o livro Hospitalidade e Negócios (2007), onde expõe suas ideias e ações,

empregadas em seus estabelecimentos. Trata-se de uma visão capitalista, porém muito sensível e bem fundamentada. Trazendo conceitos da hospitalidade como o dom e a dádiva. Apresenta, inclusive, a ideia do *Umbuntu*⁹, como expressão de entendimento caloroso traduzida na forma de: “Estou vendo você”. Ela atinge, com vigor, a necessidade humana de ser e sentir-se percebido. Desta maneira, é aplicada aos serviços prestados aos seus clientes. Para o autor,

Hospitalidade é o fundamento de minha filosofia de negócios. Praticamente nada é mais importante do que como alguém se sente numa transação comercial. A hospitalidade existe quando você acredita que o outro está do seu lado. O contrário também é verdadeiro. A hospitalidade está presente quando alguma coisa acontece por você. Está ausente quando alguma coisa acontece a você. Estas duas singelas preposições – por e a – dizem tudo. (MEYER, 2007, p. 18).

Ao falar de Amorosidade, parto das visões de Humberto Maturara com a obra *Emoções e Linguagem na Educação e Política* (1998) e Maria Luiza Cardinale Baptista (2014) com os textos *Cartografia dos Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposição metodológica para uma ciência em mutação e, também, Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação*.

A Amorosidade é compreendida como potência e ética. Nas palavras de Humberto Maturana (1998, p. 22), “O amor é a emoção que constitui o domínio de ações em que nossas interações recorrentes com o outro fazem do outro um legítimo outro na convivência”. A cooperação solidária, como antítese à competição, que traz, no seu significado intrínseco, o não reconhecimento do outro, na forma de egocentrismo, sendo que o que importa nessa forma é, única e exclusivamente, o eu. Nas palavras de Maria Luiza Cardinale Baptista, “tudo que não sou eu é o outro”.

9 Segundo o arcebispo anglicano, Desmond Tuto autor de uma teologia Ubuntu, pode-se entender como: “a minha humanidade está inextricavelmente ligada à sua humanidade”. Essa noção de fraternidade implica compaixão e abertura de espírito e que se opõe ao narcisismo e ao individualismo. Fonte: http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/5388182.stm

3 *SECONDO PIATTO* - ASPECTOS DA ITALIANIDADE, GASTRONOMIA E CULINÁRIA

3.1 A VINDA E A VIDA DOS IMIGRANTES ITALIANOS

No processo histórico, a promessa de vida na nova terra era muito sedutora, pois oferecia certificado de propriedade rural ou, no mínimo, um bom emprego no campo. Isso era o que os agentes de imigração divulgavam. Eles eram pessoas que rodavam a Itália toda a arrebanhar famílias para viver no Brasil. Esses agentes ficaram com a fama de serem extremamente desonestos, com suas falsas promessas para iludirem os candidatos a emigrarem (GAMBINI, 2006).

A viagem ao Brasil era sofrida, de 25 a 30 dias navegando em condições muito precárias e o óbito não era raro. A chegada também tinha o seu lado traumático. Embora o novo país fosse muito belo e exuberante, tinha suas diferenças na língua e nos costumes, e estranhezas, como o fato de os imigrantes nunca terem visto pessoas negras. Ficava evidente, também, a falta de honestidade dos agentes de imigração, aspecto que só era descoberto quando se chegava aqui. Muitos italianos que chegavam ao Brasil trabalhavam num regime semiescravo. Eles não podiam ir embora, pois deviam, para os donos da terra onde trabalhavam ou para o governo, que haviam financiado a passagem. Essa situação findou-se, quando a Itália decretou, em 1902, que não poderia haver mais emigração com subsídios do governo Brasileiro. Mesmo após esse decreto, contudo, muitos imigrantes foram ludibriados e voltaram para a Itália ou reemigraram para outras regiões (GAMBINI, 2006).

A unificação da Itália ocorreu em 1870. Antes disso, a península era formada por vários reinos independentes, alguns governados austeramente, por famílias reais da França e Áustria, com apoio da igreja católica. Era um país novo, com culturas regionais milenares e com a tarefa de inventar um sentido de nação italiana. Isso só se concretizou em 1929, com a Igreja Católica, reconhecendo a Itália como Estado, com o tratado de talião, firmado por Benito Mussolini e o Papa Pio XI. A igreja reconhecia o Estado Italiano em troca da criação do Estado do Vaticano, mais indenizações pela perda de propriedades ocorridas pela unificação da Itália. (TRENTO, 1989)

A primeira grande leva de imigração ocorreu entre 1885 e 1902, como forma de substituição da mão de obra escrava. Esses imigrantes chegaram sem ter o sentimento de pertencimento de uma nação. A Itália não estava formada como tal, em sentimento e reconhecimento e no Brasil os italianos eram considerados pessoas de segunda categoria. Isso fez com que ocorresse uma união desses imigrantes, mesmo de regiões diferentes, com suas culturas e costumes peculiares. Eles se uniram como

forma de acalantar os sentimentos variados de saudades, segurança, preservação de história pessoal, tradições, festas religiosas e, principalmente, comer como na terra natal.

A abolição da escravidão ocorreu em 1888. Portanto, os primeiros imigrantes que aqui chegaram ainda conviveram com o sistema escravocrata. Na condição de substituição da mão de obra escrava, eram tratados com pouca diferença do que eram os escravos (antes da abolição), e depois, como pessoas de segunda classe. A vida tornou-se muito dura, muito além do que imaginavam e, também, muito aquém do que fora prometido ao migrarem para a nova terra.

A abolição se realizou, mas o pensamento vigente entre os donos de terras permaneceu escravocrata. Com isso, várias famílias de imigrantes italianos, que se instalaram no interior do estado de São Paulo, para trabalhar nas lavouras de café, se sentiam pouco à vontade, ou não se adaptavam ou não aceitavam as circunstâncias e mudaram para a cidade de São Paulo, quando, não raro, retornaram para Itália.

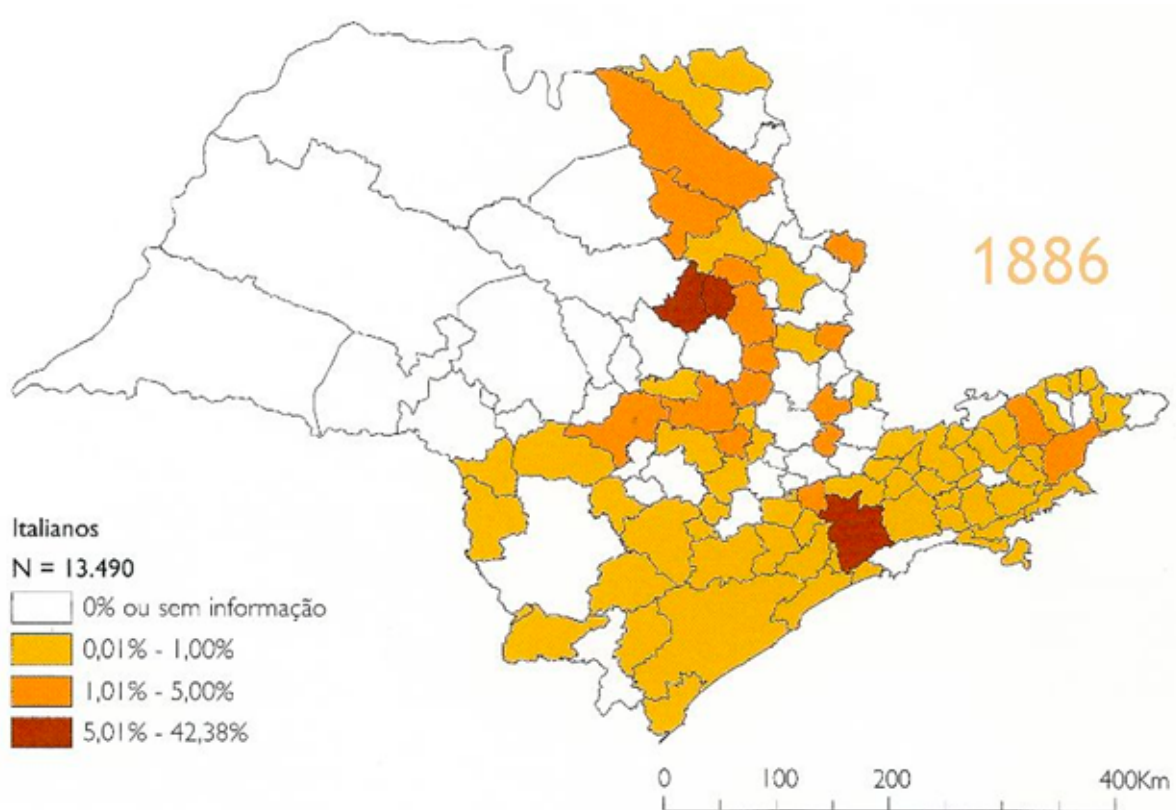
Com isso, a cidade de São Paulo recebeu esses imigrantes de volta, mais os que estavam chegando da Itália e também de vários outros países. A cidade teve um crescimento demográfico expressivo nesse período¹⁰. Muitos se estabeleceram nos bairros operários, para trabalharem nas indústrias, e, também, nos bairros centrais, com grande preferência para os bairros da Bela Vista (Bixiga), Braz, Belenzinho, Cambuci, Mooca e Ipiranga, entre outros.

A vida em São Paulo não era fácil. Era muito trabalho, praticamente sem descanso, preconceitos dos nativos com os imigrantes, saudades da terra natal e a adaptação para a nova realidade. Com esse cenário, os imigrantes italianos iniciaram um processo de adaptação cultural, calcado nas suas tradições, sendo a comida um representante fortíssimo dessa nova identidade que se formava. “[...] fosse um obstáculo à salvaguarda da identidade, isto é, do patrimônio cultural que cada sociedade reconhece em seu próprio passado[...]” (MONTANARI, 2009, p.12).

A imigração italiana para o Brasil concentrou-se no Estado de SP, interior e capital (FIGURA 2). Essa imigração não foi homogênea no que diz respeito às regiões de origem desses imigrantes na Itália.

10 São Paulo, segundo Trento (1989), teve um crescimento expressivo em um curto período de tempo em função do número de imigrantes que chegaram. Em 1872, a cidade contava com 23.243 habitantes e pulou para 44.030 (1886), 64.934 (1890), 130.775 (1893), 239.820 (1900), cerca de 400.000 (1914), 579.033 (1920), 1.060.120 (1934). Ressaltando, ainda, que em 1920, quase 2/3 dos habitantes da cidade eram estrangeiros ou descendentes, sendo que os italianos representavam mais da metade da população adulta do sexo masculino.

Figura 2: Mapa do Estado de São Paulo, em 1886, com os municípios para onde foram os primeiros imigrantes italianos.



Fonte: www.fca.unicamp.br.

Os imigrantes que foram para o Sul do Brasil eram, na sua grande maioria, vindos das regiões do norte da Itália: Vêneto, Trentino – Alto Adige e Friuli – Venezia Giulia. Os imigrantes que foram para o Estado de São Paulo e sua capital são mais diversos vindos do norte, do centro e sul da Itália, observando-se um maior número desses imigrantes das regiões da Calábria, Sicília, Púglia, Lázio, Basilicata, Abruzzo, Molise, Úmbria e Marche (FIGURA 3) (IMIGRANTESITALIANOS, 2016).

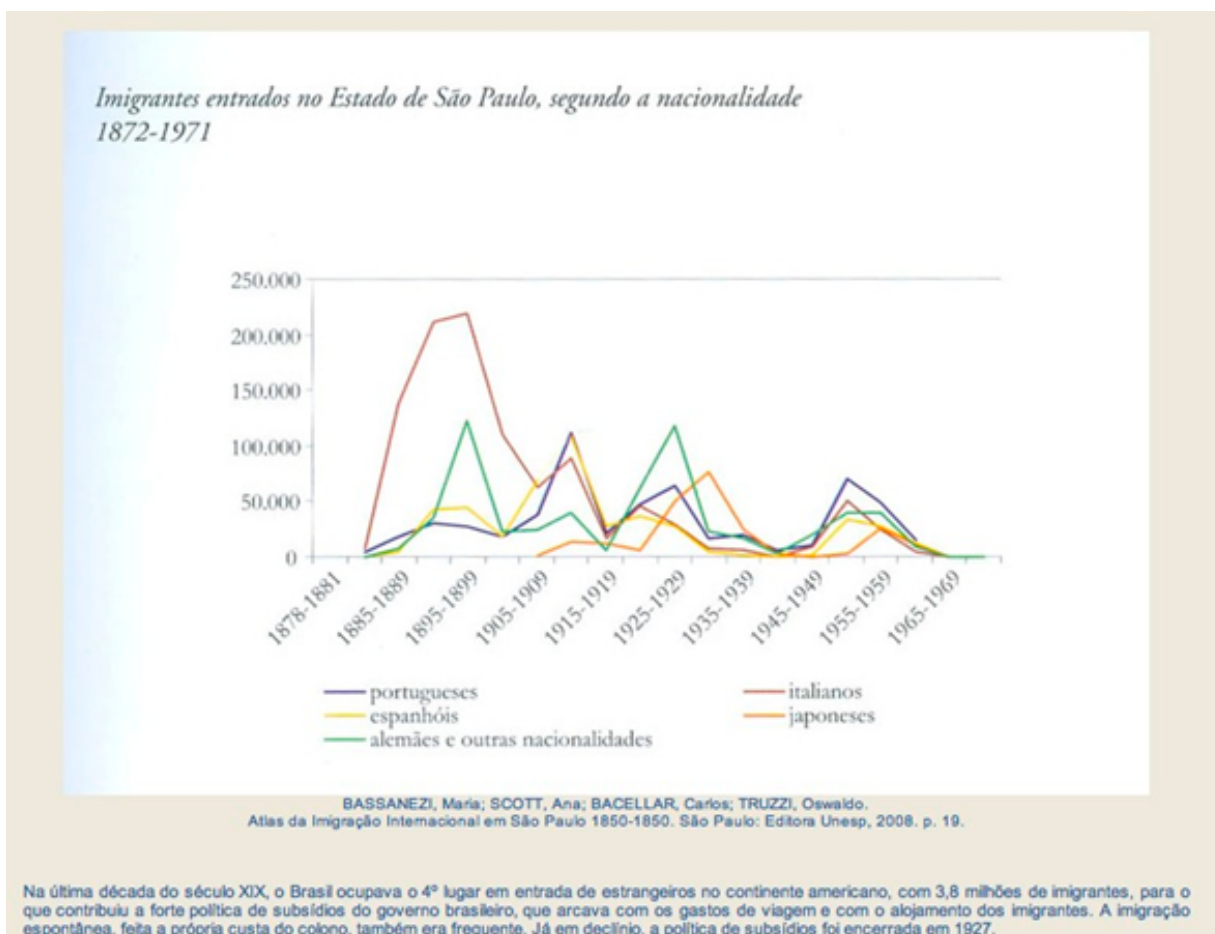
Figura 3: Mapa das regiões da Itália



Fonte: THUMBS, 2016

Percebe-se, quanto à imigração italiana, que, na cidade de São Paulo, tem-se a predominância de imigrantes oriundos da região sul da Itália, mas também há aquelas das demais regiões, em menor escala (FIGURA 4).

Figura 4: Número de imigrantes que entraram no Estado de São Paulo, segundo nacionalidade, entre 1872 – 1971.



Fonte: BRASIL500ANOS, 2016.

A contribuição desses imigrantes foi considerável tanto no aspecto de força de trabalho como no aspecto cultural, o que acabou influenciando, profundamente, a formação da identidade da cidade, na arquitetura, no urbanismo, no futebol, no modo de falar bem, como na hospitalidade, no acolhimento, na religiosidade e na gastronomia, característicos da cultura italiana (FIGURA 5).

Figura 5: Mapa das regiões da Itália com dados de emigração para o Brasil e portos de embarque.



Fonte: BRASIL500ANOS, 2016

3.2 A GASTRONOMIA E A CULINÁRIA ITALIANAS

Falar a respeito de gastronomia é algo que inspira cuidados. Isso se dá pelo fato de ser fundamental deixar claro o conceito, para evitar confusões, na utilização do termo. Neste ponto do texto, então, precisa-se esclarecer este aspecto. Para Savarin (1995, p.143)

A gastronomia é um dos principais vínculos da sociedade; é ela que amplia gradualmente aquele espírito de convivência que reúne a cada dia as diversas condições, funde-as num único todo, anima a conversação e suaviza os ângulos da desigualdade convencional.

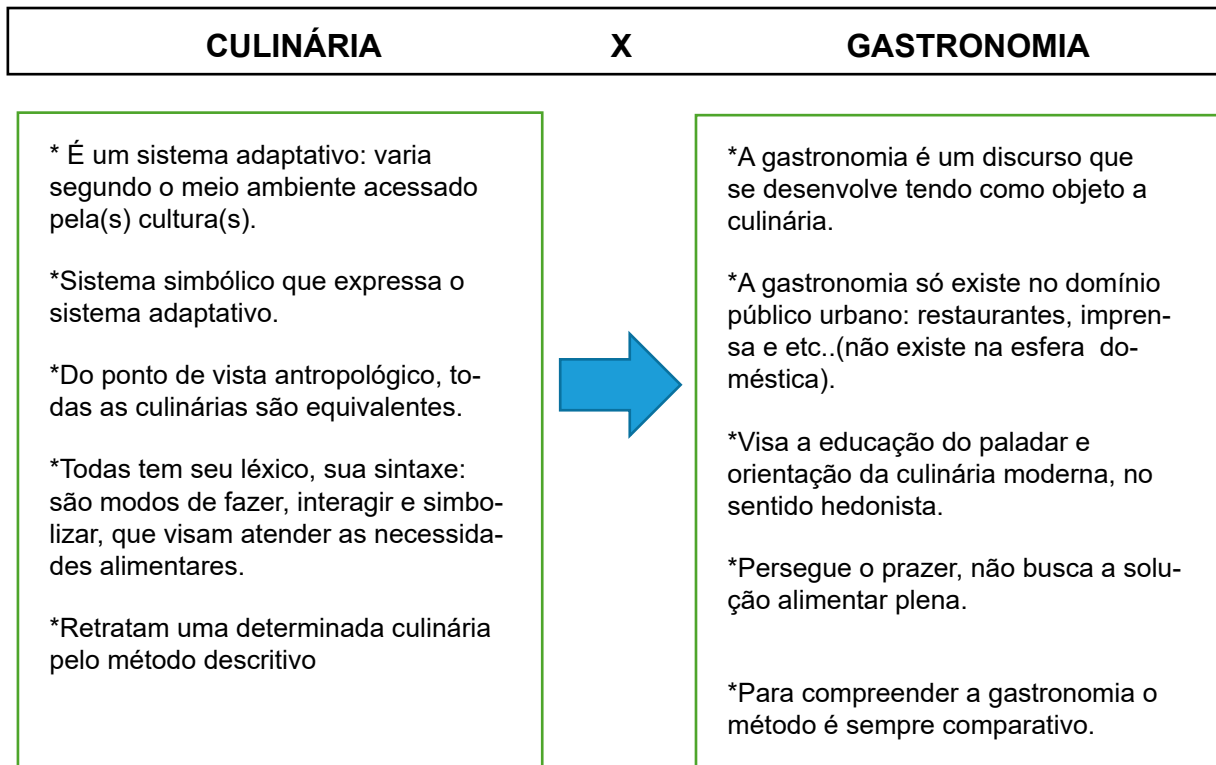
A terminologia da palavra gastronomia, vem do grego, *gaster* (ventre, estômago), radical *nomos* (lei) e sufixo *ia* de substantivo, interpreta-se como o estudo e observância das leis do estômago. Assim sendo, entende-se por gastronomia o pensar sobre a alimentação, a comparação entre alimentos, ou pratos, ou técnicas e fazeres da cozinha. Abrange a culinária, compreendida como a técnica utilizada para o preparo do prato, bem como ingredientes necessários à sua elaboração. Cozinha, além de ser o local físico, onde se realiza os fazeres ligados à alimentação é, também, entendida como a ação de preparar, a execução, o fazer. Dória (2008, p. 175) explica

[...] tenhamos claro: culinária é o conjunto de técnicas, de matérias-primas e de modos de fazer que correspondem às várias adaptações possíveis dos homens ao meio-ambiente em que vivem. Gastronomia é o discurso e a prática que se estabelece em torno deste objeto – a culinária –, com o propósito de potencializar sabores e outros prazeres sensoriais que se organizam em torno da mesa.

A atenção com as definições conceituais não se deve a um refinamento artificial, mas sim da real necessidade de esclarecer a importância cada uma das referências. Costumeiramente nota-se o desalinhamento teórico, referente à gastronomia, termo que passou ser usado como sinônimo de culinária e, até, de cozinha.

Dória, em aula, no curso sobre Cultura Culinária Brasileira, realizado no Centro de Pesquisa e Formação (CPF), do Sesc São Paulo, em novembro de 2014, avançou no esclarecimento sobre a natureza da análise gastronômica. Explicou que a gastronomia possui um objeto, que é a culinária, mas não possui uma teoria, como a teoria literária, ou a teoria musical. Ela necessita relacionar a experiência do comer, com a fisiologia humana (referindo-se ao funcionamento dos sentidos), a cultura, a noção de gosto vigente, na época, entre outras diversas variáveis. (FIGURA 6)

Figura 6: Aspectos da Culinária em contraponto com os da Gastronomia



Fonte: Escola do Gosto

Outro ponto relevante a ser observado são os sistemas alimentares e culinários. Os sistemas alimentares são os resultados encontrados pelos habitantes de uma determinada região para solucionar as suas necessidades alimentares. Os sistemas culinários são as diversas modalidades de se lidar com os alimentos disponíveis. Dória (2009, p. 46) exemplifica como o sistema alimentar sendo uma língua e o sistema culinário sendo um dialeto.

Complementa de maneira que “[...] as cozinhas concretas, como são praticadas, participam simultaneamente das duas esferas, a segunda – sistemas culinários – não diverge da primeira a ponto de negá-las”. Dória (2009, p.46)

Para entender melhor a formação de uma cultura culinária, precisamos analisar, ao longo do tempo, como uma região cria, influencia e é influenciada pela cultura de outras regiões. Para Araújo (2005, p. 15), “A gastronomia é a história da alimentação. Sua essência é a mudança, a temporalidade, a visão de passado como processo contínuo de perspectivas sobre tendências, sobre o constante e o eventual”

presumindo-se que, a partir do momento em que o ser humano deixa de ser nômade e fixa-se à terra, ele passa a fazer parte da geografia local e a depender do que essa região lhe fornece. Diz Montanari (2013, p. 6) que:

Comida é cultura quando produzida, porque o homem não utiliza apenas o que encontra na natureza (como fazem todas as outras espécies animais), mas ambiciona também criar a própria comida sobrepondo a atividade de produção a de predação.

É possível deduzir, também, que, no momento em que essa relação homem-terra-região se estabelece, tem-se o desenvolvimento humano na forma de criação de ferramentas, técnicas de plantio e criação, estabelecendo-se a formação de uma aldeia que depende do que essa região fornece em termos de água, fertilidade da terra, diversidade animal (caça), posicionamento geográfico e acesso a outras aldeias, em que podem acontecer trocas, estabelecendo-se relações comerciais.

Dependendo do caso, uma aldeia pode prosperar, transformar-se em uma vila, desenvolver-se para uma cidade e uma sociedade. Montanari (2007, p. 12) explica: “Porque somos onívoros, podemos escolher, e essas escolhas que marcam fronteiras e indicam pertencimentos são feitas de forma exibicionista, já que, quase sempre, as refeições são públicas”. Apoiando esse argumento, Dória (2007, p. 47), diz que:

Na história das transformações culinárias, também precisamos considerar o domínio técnico sobre os recursos naturais, isto é, a agricultura, a domesticação das espécies, o conhecimento do ciclo de vida daqueles elementos comestíveis e até mesmo como são representados todos esses elementos, ou seja, como a natureza representa um desafio para o homem e como este o resolve concretamente. Essa é a linha de evolução cultural que os sistemas alimentares seguem, às vezes se interpenetrando e realizando trocas entre civilizações.

Os gregos, pais da civilização como a conhecemos no ocidente, voltaram-se à gastronomia, à teoria e à prática da arte culinária e ao prazer de apreciar bons pratos. Conta Araújo (2005, p. 33), fala da:

Sociedade de senso comunitário edificada sobre muitas e pequenas planícies costeiras, às vezes separadas por montanhas. A sociedade grega tem um desenvolvimento econômico, artístico, cultural e social notório e no campo gastronômico também.

Por outro lado, nos séculos VII e VI A.C., sob influência dos habitantes da Etrúria, conhecida hoje como Toscana, nascia Roma, um agrupamento de aldeias de hábitos primitivos. A ascensão do Império Romano e suas conquistas sobre uma

vasta região, que abrangia a Europa e parte do Oriente, incluindo a Grécia, incorporou hábitos sociais, culturais e gastronômicos à cultura romana.

De acordo com Montanari (2013), as cozinhas típicas e regionais são processos de lentas fusões e mestiçagens, desencadeadas nas áreas fronteiriças e, depois, arraigadas nos territórios, como emblema de autenticidade local. Sua natureza é sempre híbrida e múltipla. Vide, por exemplo, a chamada dieta mediterrânea, tributária de heranças tão diversas e remotas, como a cultura islâmica ou os produtos americanos.

As influências recebidas de outras culturas, as suas possíveis adaptações, a formação de uma culinária própria originária das adaptações e as de origem espontânea, de raiz criacional da própria região, com o passar do tempo, formaram o que conhecemos hoje como a gastronomia italiana.

Rica e diferente entre si, de grande diversidade e semelhanças, tal gastronomia tem variações, conforme a região e até entre cidades vizinhas. Há mudanças de nome do mesmo prato e nomes iguais para pratos diferentes, o que origina regras extremamente rígidas, para a sua confecção de origem controlada.

A cultura culinária italiana no Brasil teve como marca, desde sempre, a diversidade, o que revela o modo de vida desse povo, nos mais diversos aspectos. Compactuando com isso, diz Montanari (2013, p. 12) que: “a linguagem alimentar representa identidades, posições sociais, gêneros, significados religiosos e, por isso, ela é ostentatória e cenográfica”. A cultura culinária é a representação histórica da gastronomia.

Para a adaptação dessas culturas tão diversas nas novas regiões, num novo continente, onde a biodiversidade é muito diferente da de origem, houve um esforço necessário, no sentido de manter a alimentação com que estavam acostumados os imigrantes, desde então. A utilização de ingredientes regionais, nos pratos tradicionais de origem italiana originou o surgimento de uma cultura culinária ítalo-brasileira, com características fortes de italianidade e ingredientes brasileiros. Um pequeno exemplo é o filé à parmegiana, que não existe na cidade de Parma e nem na Itália.

É invenção de cozinheiros Italianos residentes no Brasil, que adaptaram e criaram um ícone da cozinha brasileira com alma italiana.

A cozinha, sob o domínio matriarcal, dessas famílias de imigrantes que aqui chegaram, inicialmente teve que se adaptar aos ingredientes locais, à sua cultura culinária de origem. Montanari (2009, p. 12) conta que: “[...] as identidades culturais não estão inscritas no patrimônio genético de uma sociedade, mas incessantemente se modificam e são redefinidas, adaptando-se a situações sempre novas[...]”.

Com o intuito de complementar a renda familiar, as mulheres exerciam várias atividades, destacadamente cozinhar e servir pratos da sua cozinha, tradicionalmente

italiana, para, principalmente, imigrantes italianos. Onde as *mammas* e *nonnas*¹¹ cozinhavam, os homens da casa serviam e as crianças ajudavam em tudo para o que fossem chamadas. Surgiam, assim, as primeiras cantinas. Collaço (2009, p. 36), diz que:

Nesse sentido, há menções constantes às *mammas* ou *nonnas*. Eram referidas como grandes cozinheiras e foi a partir desse ponto que se percebeu que não estavam restritas unicamente ao universo doméstico, ao menos quando a partir de seu conhecimento e trabalho começaram a servir outros imigrantes em pequenas mesas frente aos cortiços dos bairros étnicos. Eram os embriões do que mais tarde seriam as cantinas.

Surpresas surgiram com essa nova forma, adaptada, do uso de ingredientes desconhecidos, ou conhecidos, mas de difícil acesso por conta do seu valor. Foi o caso da farinha de trigo, que, na Itália, era restrito a quem tinha poder aquisitivo elevado. No Brasil, por uma série de fatores geográficos, políticos e econômicos, o acesso à farinha de trigo foi oportunizado, pela criação de moinhos pelo Conde Francesco Matarazzo¹², um personagem que ilustra muito bem essa trajetória italiana no Brasil. Iniciou suas atividades comerciais com a banha de porco e depois entrou para o comércio de farinha de trigo, o que resultou na criação do primeiro grande moinho de trigo de São Paulo.

Isso possibilitou a execução e criação de pratos tradicionais italianos, não usuais a esses imigrantes. A farinha de trigo, como já mencionado, era um ingrediente de difícil acesso. Assim sendo, torna-se rotineira a execução de pratos, que antes viviam no imaginário dos imigrantes e que raríssimas vezes teriam passado pelos pratos dos mesmos. O uso da farinha de trigo promoveu a criação de uma cozinha ítalo-paulistana e também permitiu o resgate de receitas que habitavam o seu imaginário, já que, em sua terra natal, eram de difícil acesso. Desse modo, os italianos vivenciam a fartura, tanto na quantidade como na variedade de pratos. Collaço (2009, p. 60) conta que:

11 O termo *mamma* refere-se às mães italianas, em geral, mulheres dedicadas à vida doméstica e com grande habilidade na cozinha, assim como as avós (*nonnas*).

12 Francesco Matarazzo era importador, desde os anos 1890, trazendo farinha de trigo dos Estados Unidos e Canadá. Durante uma década, não teve problema algum, mas quando se deflagrou o confronto entre Estados Unidos e Espanha, teve de buscar na Argentina o produto, decidindo investir na construção de um moinho que naquele momento seria uma grande novidade. Isso implicou em uma melhora considerável no abastecimento de farinha de trigo, bem como elevação da qualidade do produto que, em geral, chegava já azedo em função do tempo em que permanecia estocado nos navios. Além disso, antes de chegar a Santos, os poucos importadores e modestos moinhos ficavam somente no Rio de Janeiro, o que dificultava ainda mais obter um produto de boa qualidade. E fornecer farinha de trigo para um mercado crescente foi uma oportunidade vislumbrada por Francesco Matarazzo. (COLLAÇO, 2009).

A disponibilidade de alguns produtos e a ausência de outros precisou contar então com a habilidade das cozinheiras que adaptaram seus conhecimentos à nova realidade. Mesmo com a dispersão desse saber gastronômico, houve a consolidação de um espaço culinário italiano, descartando e apropriando produtos e técnicas em um processo que foi lentamente criando uma linguagem comum entre imigrantes e também reconhecida entre a população local.

Analises realizadas por Montanari (2013), indicam que o gosto, é um produto cultural, resultado de uma realidade coletiva e compartilhável, onde as escolhas são resultado de uma construção histórica. O objeto de desejo não é mais a abundância alimentar, mas o singular; não o que sacia com abundância, mas o que desperta e chama a consumir mais. O autor conta que:

Os cidadãos europeus, que durante séculos consumiram pão preto confeccionado com cereais inferiores como centeio, espelta ou cevada, certamente desenvolveram uma coerência psicológica e fisiológica para aquele tipo de alimento: isso não impede que tenham sempre desejado comer pão branco de trigo, como os nobres e como os habitantes da cidade (MONTANARI, 2013, p. 111).

Segundo Collaço (2009), ocorreu a formação desses estabelecimentos em uma época em que comer fora de casa não era um hábito muito comum. Frequentar uma cantina era algo parecido como ir comer na casa de alguém da família, só que não tendo uma obrigatoriedade econômica imediata. Era usual pagar a conta, que ficava anotada em caderneta, no dia determinado em que se recebia o salário do mês.

A mesma autora ainda sugere que a comida tinha um papel de resgatar elementos da memória da terra natal e exercia um papel controlador. Isso ocorria na medida em que caracterizava e/ou reforçava suas representações em torno dessa cozinha, o que era muito importante para grupos de imigrantes que ainda não se situavam na nova vivência. Para Collaço (2009, p. 69), “A força dos vínculos comunitários estava muito presente entre vários interlocutores especialmente aqueles com raízes nos bairros que ficaram tradicionalmente associados aos italianos”.

Partindo do princípio de que comida é cultura, portanto, sujeita às mudanças de tempo e espaço, geograficamente falando, tem a capacidade de adaptar-se às necessidades. Dessa maneira, Carneiro (2013, p. 10), expõe:

A comida para os seres humanos é sempre cultura, lembra Montanari, nunca apenas pura natureza. A humanidade adotou como parte essencial de suas técnicas de sobrevivência os modos de produção, de preparação e de consumo dos alimentos, desde o conhecimento sobre as plantas comestíveis até o uso do fogo como principal artifício para transformar o alimento bruto em um produto cultural, ou seja, em comida. A cozinha, assim, funda a própria civilização.

Para Montanari (2013), a comida é cultura quando produzida, na perspectiva de que o homem não vive só do que a natureza oferece; é cultura quando é preparada, transformada pelo uso do fogo e uma elaborada tecnologia exteriorizada na realização dos fazeres da cozinha. Comida é cultura, quando consumida no entendimento de que o homem, embora sendo onívoro, pode comer de tudo, mas só o faz perante escolhas determinadas por ele próprio, por influências econômicas, passando pela nutrição e indo a questões identitárias. Esse autor segue por uma trilha, onde conceitua o cozinhar como atitude fundamentalmente humana “por excelência”, já que o homem é o único que transforma um produto dado pela natureza em algo distinto, transformando-o pela ação do cozimento e mistura de ingredientes, em algo fabricado e não natural.

Ainda segundo Montanari (2013). Essa cultura, historicamente, manteve-se, durante séculos, primordialmente na mão das mulheres, que eram as encarregadas do preparo, as detentoras dos segredos da cozinha. Os homens caçavam, buscavam a comida na forma de ingrediente, mas cabia às mulheres a transformação. Isso vai até a pré-Revolução Francesa, quando se inicia a introdução dos homens nos fazeres culinários e, a partir da industrialização, pela demanda que ocorre nos centros urbanos, tem-se a inversão desses papéis. A mulher continua encarregada da cozinha, mas só no ambiente doméstico. Os homens passam a dominar, quase que com exclusividade, as cozinhas profissionais. Esse fato permanece até meados dos anos de 1990, onde, novamente, lentamente, inicia-se uma mudança, onde a mulher começa a dividir a cozinha profissional com os homens e estabelecendo um patamar de igualdade só muito recentemente.

Ao observar historicamente, o que se conhece hoje como fazeres da cozinha, percebe-se que eles nascem de uma cultura oral e de observação/repetição, criada pelas mulheres. O que se tem hoje é um avanço e aprimoramento do que foi criado, por necessidade e facilitação de técnicas, embora rudimentares, de grande tecnologia. Montanari (2013, p. 60) explica que:

Em todo caso, a complexidade das operações de cozinha não está ligada (como erroneamente poderíamos pensar) ao plano profissional dos cozinheiros: pelo contrário, é justamente para preparar os alimentos de subsistência mais comuns que as técnicas manuais mais complexas foram adaptadas, aquelas que exigem mais tempo e maior habilidade. [...] operações exigidas para preparar a tortilha no México ou o cuscuz no norte da África, para moer o milho na África central, para tornar comestíveis os tubérculos de mandioca na Oceania. Operações como essas exigem horas e horas de trabalho altamente especializado, desenvolvido corriqueiramente pelas mulheres (protagonistas, desde sempre, do trabalho de cozinha e detentoras das técnicas que o definem) e transmitido simplesmente por meio da prática e da imitação.

As mulheres imigrantes italianas, ao desenvolverem o trabalho de servir comida, num sistema quase doméstico, iniciam o que viria a ser hoje o que conhecemos como cantina. Isso ressalta, portanto, a importância que essa atitude teve na formação de uma cultura italiana fora da Itália, evidenciando a necessidade de manter as tradições da terra natal e a adaptação, tanto de ingredientes para a confecção de pratos típicos italianos, bem como o desenvolvimento de pratos, que nunca existiram na Itália.

Esse desenvolvimento se dava, contudo, com bases tão fortes nessa cultura, que vários imigrantes, que aqui chegaram, perguntavam de que região era esse prato. Afirmavam que nunca tinham visto esses pratos na Itália, mas, pelo fato de que continham todos os ingredientes culturais e culinários, eles sabiam, instintivamente, que se tratava de um prato de origem italiana, mas de concepção brasileira, mais precisamente ítalo-paulistano.

Essa cultura, que se forma a partir das bases provenientes da península itálica, transforma uma cidade, que se desenvolve a passos largos, graças ao trabalho desses imigrantes. Na sua maioria, eles eram oriundos desse país, a Itália, que também estava em formação e procurando uma identidade, por causa de sua recente unificação.

3.3 OS IMIGRANTES NA CIDADE DE SÃO PAULO – SP

Neste ponto, são observados os aspectos que se estabeleceram entre os imigrantes italianos, a cidade de São Paulo e seus habitantes. Abordando os temas relacionados ao trabalho, moradia, relações sociais e familiares, sempre em um contexto interpelado pela cultura italiana e sua relação com a comida.

Os imigrantes, que não foram para o interior do estado de São Paulo, ficaram na capital paulista, para trabalhar na indústria, que estava em franca expansão e concentrava-se em moradias do tipo cortiço, por serem mais baratas. Quando tinham melhores condições, viviam em casas nos bairros do Brás, Bom Retiro, Mooca, Ipiranga, Bixiga, Glicério e Cambuci, entre outros. Nesses bairros, passaram a acontecer as festas religiosas das comunidades de imigrantes oriundos da Itália, ocorrendo variações, em função de que cada região desses imigrantes tem suas tradições e costumes.

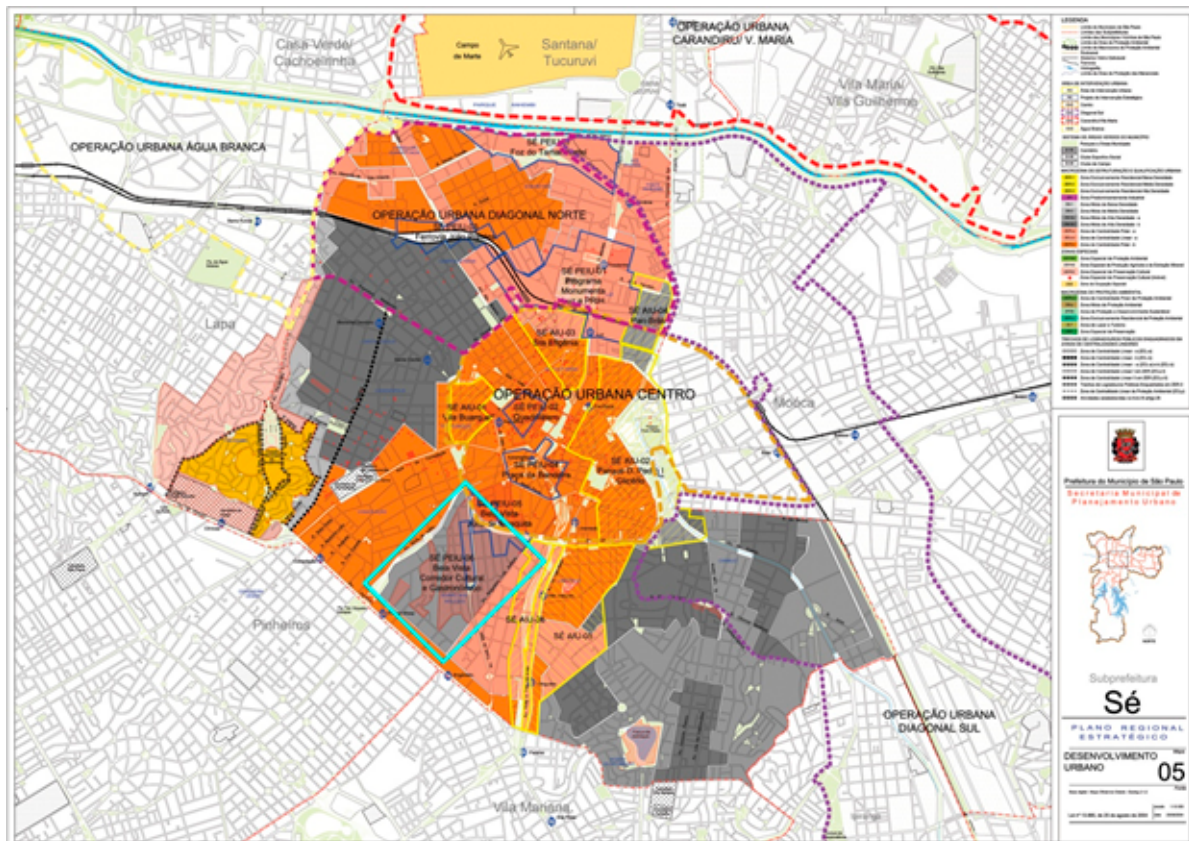
Os italianos sempre tiveram uma vida social muito voltada ao entorno da mesa, fazendo as refeições em conjunto, sendo ligados à terra e ao que ela pode proporcionar para sua alimentação. A vida campestre sempre foi muito desenvolvida na Itália e eles trouxeram para o Brasil as marcas desse modo de viver. Aqui acharam terreno fértil, passando a cultivar os alimentos com os quais estavam habituados e também podendo preservar a cultura culinária Italiana, com algumas adaptações, quando necessário.

Na cidade de São Paulo, os italianos foram a grande força de trabalho que fez funcionarem as máquinas inglesas que deram origem ao nosso impressionante processo de industrialização. A partir de 1890, cinco bairros operários italianos (os “5 Bês”) foram-se formando: Brás, Belém, Barra Funda, Bixiga e Bom Retiro (que anos depois se tornou bairro judeu). Alguns viajantes estrangeiros comentavam que São Paulo mais parecia uma cidade italiana, com jornais nessa língua, casas comerciais típicas, agremiações” (GAMBINI, 2006, p. 279).

Os imigrantes que não estavam trabalhando na indústria possuíam pequenos estabelecimentos comerciais e prestavam serviços diversos. Alguns dedicavam-se ao artesanato, e também havia os que se dedicaram à alimentação. Surgiram, assim, pequenos restaurantes, cantinas, comércio de produtos típicos Italianos e, com o passar do tempo, vieram as pizzarias.

Segundo o chefe de cozinha Espejo (1996), “Essa cozinha se originou nos lares dos imigrantes italianos, evoluindo depois para pequenas casas de pasto, onde a mamma era a cozinheira e os demais membros da família eram os atendentes” (ESPEJO, 1996, p. 16). Esses estabelecimentos encontravam-se por todos esses bairros citados, mas, por alguma razão, os que obtiveram maior fama concentravam-se no bairro do Bixiga (destacado em azul), zona central de São Paulo (FIGURA 7).

Figura 7: Mapa do bairro do Bixiga



Fonte: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/> (2017)

A definição do que é uma “cantina” é muito variada. Pode ser uma espécie de café ou taberna, em quartéis, escolas, estações ferroviárias e rodoviárias. Restaurante rústico, casa de pasto. Fábrica de vinhos ou loja em que se vendem vinhos. Restaurante especializado em cozinha italiana e vinhos. Nesse sentido, o que difere uma cantina de um restaurante, de uma tratoria?

Ainda segundo Espejo (1996), uma cantina é: “pequeno restaurante, com atmosfera e pessoas alegres, a começar pelos atendentes”. Essa não é, contudo, a percepção única, uma cantina tem, também, alguns aspectos presentes e observáveis que a definem como tal e, também, é o esperado pelos clientes. Alguns itens foram levantados com uma dose de bom humor.

- 1 – Comida farta, no sentido estrito de porções individuais generosas.
- 2 – Comida de boa qualidade, o que deve ser garantido pela rotatividade da matéria prima.
- 3 – Avaliação alta: numa escala de zero a dez, a nota dada à comida deve ser sempre pelo menos sete.
- 4 – Ambiente alegre e agradável, sem luxo, porém com o indispensável para uma refeição plenamente satisfatória, embora sem os requin-

tes de um banquete palaciano.

5 – O serviço deve rápido, sem fricotes, podendo o garçom assumir os papéis de maitre, cumin (ajudante do garçom) e garçom propriamente dito.

6 – O salão deve estar banhado de calor, o humano e o do forno, e muitas vezes um pouco do aroma que exala da cozinha, quase sempre colocada à vista dos comensais.

7 – As mesas, pequenas, devem ser do tipo abre-fecha, podendo-se juntar duas ou mais, afim de acomodar desde um casal até uma família inteira. É imprescindível estarem sempre revestidas de toalhas xadrezes, nas cores da bandeira Italiana.

8 – Nas paredes, nenhum espaço vazio. Elas devem estar forradas de posters alusivos à Itália, cardápios, troféus e objetos vários, ofertados por clientes assíduos, além de fotos de frequentadores ilustres, tiradas in-loco, com autógrafa. Penduradas no teto, garrafas de vinho, peças de provolone, camisetas, etc.

9 – O couvert básico, opcional (daí o inevitável vai e volta, assinalado por mais de um especialista na matéria), consta de: pão italiano; azeitonas pretas temperadas com alho e orégano; torradas, também com alho e orégano (receita originada da famosa bruschetta) e manteiga.

10 – As bebidas não devem pesar excessivamente na conta, por isso a preferência é pelo “vinho da casa”, em jarras, a cerveja e os refrigerantes.

11 – Café, sempre carinhosamente chamado de cafezinho, é servido com casca de limão. No geral, é difícil tomar.

12 – Finalmente, a conta. A regra básica é que a conta seja considerada baixa pelos comensais, em função da fartura e da qualidade dos pratos oferecidos.

A estes doze itens, que definem o ideário fundamental da cantina, só falta acrescentar a antecâmara do próximo capítulo, sobre o cardápio: todas as cantinas paulistanas mantêm um cardápio similar em 90% dos itens. (ESPEJO, 1996, p. 22)

Deve-se levar em conta que esses itens apresentados acima foram observados há vinte anos, e que a realidade socioeconômica mudou muito durante esse período.

Assim, foi-se consolidando a imagem de que, nesse bairro, o Bixiga, encontram-se locais onde se come muito bem a “autêntica cozinha Italiana”. A região ficou muito conhecida, também, pela festa da paróquia da Nossa Senhora da Achiropita, (FOTO 1), que ocorre todo ano, no mês de agosto. A tradicional festa em homenagem à Santa foi trazida da Itália pelos imigrantes e, desde 1908, vem sendo realizada. Inicialmente, ocorria para arrecadar fundos para a construção da Igreja, que hoje leva o nome da Santa. Atualmente, o resultado financeiro da festa é direcionado para as obras da paróquia.

Foto 1: Igreja Nossa Senhora da Achiropita



Fonte: Acervo do autor (2016).

Os imigrantes italianos, se estabeleceram em diversos bairros em São Paulo, que são ícones da representatividade da cultura italiana, e entre esses bairros o Bixiga, um legítimo representante da italianidade paulistana. A região possui muitos elementos de italianidade, tais como festas religiosas, estabelecimentos que comercializam produtos de origem italiana, ou de características italianas. Moradores que preservam os costumes que seus antepassados trouxeram e, também, um autêntico modo de vida ítalo-paulistano.

4 RIFLESSIONE SULLA OSPITALITÀ – REFLEXÃO SOBRE HOSPITALIDADE/AMOROSIDADE

Início essa reflexão, narrando como ocorreu a aproximação com o tema hospitalidade. Aconteceu em um curso de extensão em Comunicação Estratégica, realizado em 2013 no Instituto Metodista do Sul (IPA), em Porto Alegre/RS.

Na época, conforme já mencionei, observei a hospitalidade, sob o olhar da comunicação organizacional, analisando um restaurante na cidade de Porto Alegre e sua relação com os frequentadores da casa e os colaboradores da mesma. A comunicação não verbal e as relações interpessoais foram pontos considerados e, posteriormente, analisados. As conclusões que esse trabalho inicial forneceu, servira como ponto de partida para este estudo.

O caráter interdisciplinar da hospitalidade resultou entendimentos prósperos, em áreas como Antropologia, Sociologia, Geografia, Economia, Administração, Psicologia e outras Ciências Sociais e Humanas, guiadas por diversos princípios, em que cada qual contribuiu de forma distinta. Considera-se a visão de todos os elementos que compõem a hospitalidade, de forma única e indivisível.

O conceito nasce sob influência da religiosidade, observado por Mauss (2003), que caracteriza por dádiva, o ato inicial de presentear ou entrar em relação, que forma um ciclo interminável, denominado “dar, receber e retribuir”. Camargo (2004, p. 16) explica esse ciclo como:

Dar, receber e retribuir são também os três deveres que ele entende como chave explicativa das relações sociais nas sociedades arcaicas. O contato humano não se estabelece como uma troca, como um contrato. Começa com uma dádiva que parte de alguém. A retribuição é uma nova dádiva que implica um novo receber e retribuir gerando dons e contradons, num processo sem fim.

Este ponto de vista sobre a hospitalidade é observado entre os estudiosos do tema, na divisão de nomenclaturas, sendo que esta se nomeia de: Comunidade acadêmica Francesa, que observa as relações humanas como um todo, onde os sujeitos estão em relação por afinidades as mais diversas. Justamente por essa característica, pode-se considerar que um fato social total é empiricamente definido, mas incorpora a completude cultural, considerando as peculiaridades econômicas, religiosas e estéticas, entre outras. Cria-se, assim, um conjunto de leis não escritas, que se estabelecem neste momento.

As regras de boa convivência não são escritas; são subjetivas e estabelecem vínculos, ordenam relações, lideranças e solidariedade. E o rompimento dessas regras pode gerar a hostilidade.

De acordo com Camargo (2004), a expressão “não escrita” leva, de pronto, a ideia de que a hospitalidade é um sistema comunicacional interpessoal, com conteúdos verbais e não-verbais, que estipulam rituais que variam de grupo para grupo social e que são entendidas como aceitação ou não de vínculo social.

O ciclo considerado por Mauss (2003), dar, receber e retribuir, neste caso, passa a ser dar e receber. Por isso, pode considerar a situação de retribuir como uma outra forma de pagamento, desconsiderada neste tipo de relação.

A caridade e a solidariedade não se observam neste contexto. O Cliente solicita o serviço, lhe é prestado e o anfitrião recebe por isso. O cliente não tem obrigação alguma de retribuir por isso, não estreitando vínculo social e tornando a relação superficial.

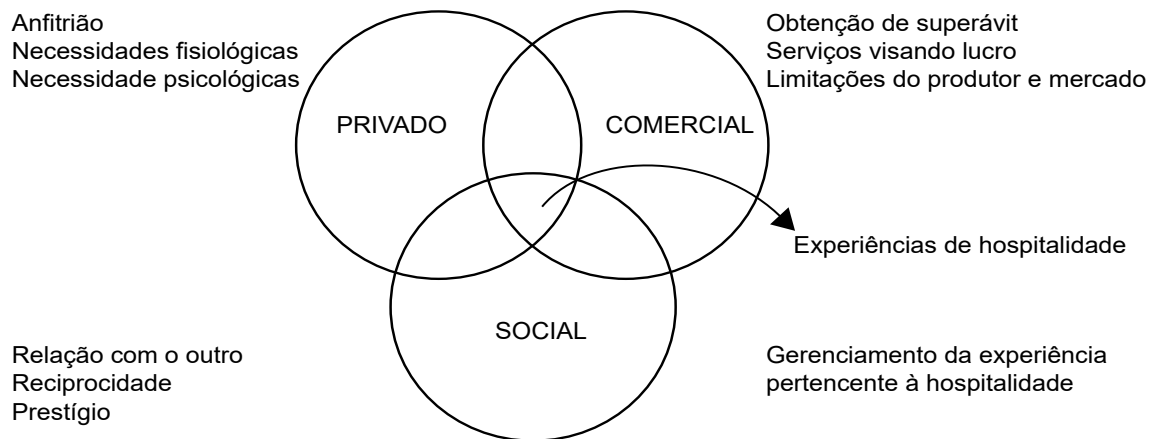
O outro grupo dedica-se ao estudo das relações da hospitalidade comercial. Ao contrário da Escola Francesa, não verifica a dádiva e, por consequência, a tríade, dar, receber e retribuir. Neste caso, o anfitrião oferece alimento, hospedagem, produto ou serviço, em troca de retribuição financeira. Para essa perspectiva, na literatura da área, encontra-se a denominação de Escola Inglesa ou Anglo-saxônica (referida por Santos e Baptista, 2014) e Americana¹³ (mencionada por Camargo, 2004).

Desta maneira, a hospitalidade pode ser interpretada como uma mescla de atitudes originárias nos alicerces da sociedade. Ao longo da história da humanidade, nota-se a existência dessas relações e a sua evolução, no decorrer do tempo, em todos os grupos humanos, com suas características particulares, de acordo com a sua cultura. A hospitalidade compreende a reciprocidade nas trocas e mediante sentimentos de altruísmo e solidariedade.

Isto posto, considera-se os domínios da hospitalidade, como sendo social, privado e comercial, sendo que cada domínio pode operar independentemente uns dos outros, como também, imbricados (FIGURA 8).

13 Nos EUA, o termo hospitalidade remete a instituições empresariais e pessoas envolvidas na prestação de serviços de alimentação, hotelaria, agências de turismo, emissão de bilhetes e etc. (CHON; SPARROWE, 2003)

Figura 8: Atividades relacionadas a hospitalidade



Fonte: (LASHLEY, 2004, p. 6)

Segundo Lashley (2004), o domínio social da hospitalidade conceitua os cenários sociais, onde a hospitalidade e suas variáveis ocorrem unidos aos efeitos de forças sociais, no que diz respeito à produção e ao consumo de alimentos, bebidas e hospedagem. O domínio privado examina questões relacionadas à oferta da tríade, dar, receber e retribuir, no ambiente doméstico, apreciando a relação entre anfitrião e hóspede. O domínio comercial entende a oferta de hospitalidade como atividade econômica e inclui os setores privado e público.

A imbricação dos domínios da hospitalidade resulta em várias análises, com diversas variáveis e leituras. Por exemplo: o domínio social em relação aos domínios privado e comercial; o domínio privado, em relação aos domínios social e comercial; o comercial em relação, ao social e privado.

Ponderando uma imbricação, onde o foco é o domínio comercial, mas também, sob as considerações dos outros domínios, formando uma teia de relações, que incrementa cooperação, para a percepção de uma hospitalidade comercial mais atenta e humanizada.

A diferenciação entre anfitrião e hospiteiro é prudente. O anfitrião, imagina-se uma pessoa que não deixará faltar alimento e bebida para seu convidado, além de agradá-lo e satisfazê-lo de forma legítima. A atitude hospiteira exige uma conveniência, que segundo Telfer (1996, p. 86), é “alguém que recebe frequentemente e atenciosamente e por motivos não-pertinentes à hospitalidade”. Entenda-se por “motivos pertinentes”: desejo de companhia, prazer em acolher, agradar outra pessoa, compaixão e solidariedade. E os motivos “não-pertinentes”, às investidas em obter favores, deslumbramento e vantagem comercial, entre outros.

A partir deste ponto, procura-se associar as imbricações dos domínios da hospitalidade à área de alimentação e bebida, e, também, simultaneamente, busca-se estabelecer relações entre as discussões relativas à hospitalidade e as análises efetuadas na Cantina C que Sabel!

A alimentação, sob o ponto de vista do domínio social da hospitalidade, tem o aspecto de valor ético, ritualístico e agregador, este último no sentido de agrupar sujeitos, mas, também, no sentido de agregar valor à cultura vigente e, sob outro ponto de vista, de se constituir em valor monetário.

Voltando ao domínio social da hospitalidade, as ações que ocorrem e decorrem da alimentação regem condutas sociais diversas. Inicia-se muito antes do sentar-se à mesa, com o cultivo e os cuidados com a plantação, criação de animais para abate, a caça e a pesca. Posteriormente, com a colheita, abate e conservação da carne, onde, em diversas culturas, nota-se a comemoração pela passagem das atividades executadas pelo grupo, podendo ser por motivos de fé ou não, desse mesmo grupo, ou como forma de agradecimento a natureza, pelo que lhes foi concedido.

Consequentemente, o trabalho realizado pelo grupo, em conjunto, tem o poder de agrupar o mesmo, criando fortes, laços pela dependência que se tem um dos outros, para esse tipo de trabalho. Isso acarreta uma estruturação social, instaurando-se um sistema hierárquico de poder e liderança. Essa forma pode ser estabelecida pela força de um membro, que vai se destacar pela inteligência ou pela força bruta, sendo que esta última resulta, com o passar do tempo, na falência do grupo como tal. Mas o entendendo-se o líder, como o sujeito que possibilita o trânsito com a sabedoria ancestral desse determinado grupo, e também, as relações com outros grupos vizinhos.

Essa estruturação social estabeleceu regras de convivência dentro do grupo e com os outros grupos, bem como determinou modos de produção dos alimentos, suas preparações, usos de temperos, utensílios e formas de consumo. E ainda hoje, nota-se o grande apelo desse modo de produção e estruturação social, que opera nas sociedades rurais. Para Lasheley (2004, p. 7),

Nas sociedades pré-industriais contemporâneas, e em períodos históricos anteriores às sociedades ocidentais desenvolvidas, a hospitalidade e o dever de acolher tanto vizinhos quanto forasteiros representam um maior imperativo moral. [...]. As crenças a respeito da hospitalidade e as obrigações em relação aos outros estavam fixadas em ideias e visões sobre a natureza da sociedade e a ordem natural das coisas.

As práticas pertencentes ao ato do comer representam particularidades básicas dos seres humanos. Os grupos sociais e familiares constituem-se à volta dos

que partilham o alimento e o consomem juntos. Debater sobre a comida, planejar seu cultivo e criação, bem como armazenamento e conservação, desenvolve raciocínio e linguagem. A distribuição estabelece regras, princípios morais e éticos. E o uso de tecnologia, na cadeia produtiva, caracteriza, fundamentalmente, os grupos humanos. As práticas relacionadas à hospitalidade, sob a forma de alimentar-se, propiciam a avaliação social dos sujeitos, bem como manifestações sociais e de poder. Além do que, as incumbências da hospitalidade propiciam o desenvolvimento de laços sociais e, consecutivamente, na satisfação das carências sociais.

Dando sequência, o domínio privado da hospitalidade tem caráter instituidor da hospitalidade como um todo. É na vivência privada que nasce, que se faz despertar, a hospitalidade. Através da assimilação de costumes de família, ou como dom particular de algum membro desse grupo, que acaba influenciando os outros, criando assim, uma cultura hospitaleira. Desta maneira, é no ambiente privado, que a hospitalidade se constitui originalmente. Lashley (2004, p. 14) diz que:

A família nuclear introduz os indivíduos em regras, rituais, normas e costumes que modelam as atividades de hospitalidade no cenário social. Para entender melhor a questão das atividades de hospitalidade, é necessário entender a oferta de alimentos, bebidas e acomodações na família nuclear.

A hospitalidade, no domínio social, corresponde ao contexto social em que ela acontece. Mesmo originando-se no domínio privado, sofre influências do meio e se desenvolve, assim, a sociedade em questão. Seria uma espécie de amálgama representativo dos domínios privados, expostos conjuntamente, revelando a hospitalidade existente no local. Uma vitrine generalizada dos usos, costumes e modos de comportamento dessa sociedade. A maneira que se portam em casa, refletindo no convívio social, como se relacionam com os outros, ou com grupos, como recebem, como se alimentam em público entre outros tantos fatos e atos, que se podem analisar neste tipo de convívio. Lashley (2004, p. 12) destaca que:

Ao exprimir-se socialmente em espaços públicos, os indivíduos revelam tanto sua ligação com a sociedade quanto sua cultura e compreensão relativamente às normas comuns. As atividades relacionadas à hospitalidade, sob forma de comer e beber, dão oportunidade para a avaliação social dos indivíduos e para manifestações sociais e de status. [...].

A hospitalidade, no domínio comercial, não se realiza no ambiente privado. Ocorre no domínio social, é a oferta de serviços ou produtos, em troca de compensação financeira. Isso não significa que a oferta desses serviços e produtos não ocorra de maneira hospitaleira. Na realidade, isso vai ser variável, uns mais, outros menos e outros muito menos, a ponto de se perceber uma certa hostilidade no trato com o cliente. Quando a hospitalidade, ocorre, no entanto, estabelece-se uma forma muito positiva de se relacionar com o cliente, criando vínculos de fidelização, através de uma relação atenciosa e de aperfeiçoamento da prestação dos seus serviços.

A relação atenciosa deve ser de natureza genuína, despretensiosa, sem afetação, voluntariosamente, para não parecer falsa, treinada ou automatizada. Para tanto, não existe treino, mas, sim, o despertar para a hospitalidade.

Isso vale para a relação comercial, bem como qualquer outra. Tal perspectiva se aplica também ao cliente, que está isento da obrigação de retribuir esse tipo de atenção, pois a sua retribuição é financeira, mas deve (ou deveria) ater-se, também, a esse tipo de relação que visa à gentileza recíproca. Para Chon e Sparrowe (2003, p. 9)

O respeito demonstrado por um hóspede não pode ser segurado não mãos; o ato de puxar uma cadeira para um hóspede não pode ser estocado para uso futuro; e práticas aceitas em uma cultura podem ser consideradas rudes em outras, tornando impraticável a uniformidade dos serviços.

Consequentemente, a atenção para com o outro é fator crucial, para o eficiente resultado das operações de oferta dos serviços de hospitalidade, aqui compreendidos como a oferta dos serviços e produtos ligados às áreas de hospedagem, alimentação e bebidas, agências de turismo, receptivos entre tantos. Essas áreas acabam lidando com uma escala muito variada de pessoas, de diversas culturas e costumes.

4.1 HOSPITALIDADE À MESA

O ato de servir alimento ao outro constata todos os domínios da hospitalidade. Possivelmente junto com as práticas de hospedagem, essa é a atividade que mais se faz notar. Dória preconiza (2006, p. 83): “A gastronomia sempre nos remete ao outro como propiciador de um prazer enunciado. Tomada como arte, como criação portadora de um phatos, de uma aura, [...]”. Isso leva a pensar sobre o ato de cozinhar para o outro, como forma de demonstração de afeto e atenção. Nas palavras de Couto (2009, p. 60):

Cozinhar é o mais privado e arriscado ato.
 No alimento se coloca ternura ou ódio.
 Na panela se verte tempero ou veneno.
 Cozinhar não é serviço.

A concepção da importância do alimento na hospitalidade também é avaliada por Lashley (2004, p. 10), ao analisar essa relação, que leva em conta a alimentação, destinada como parte essencial para sobrevivência e proteção aos viajantes, necessitados e desprotegidos. A importância referente ao vínculo simbólico de confiança e proximidade entre anfitrião e o hóspede. A distribuição de alimento como forma de caridade. “[...] O papel simbólico agregado aos alimentos e aos rituais a eles associados [...]”. E finalmente, considerando o alimento como componente fundamental nos estudos acadêmicos da hospitalidade, “[...] devido à importância de se evitar a fome e à celebração de muitos rituais na vida social e cultural humana”.

Uma visão muito citada é a recompensa psicológica, que os atos de hospitalidade proporcionam. Para Paula (2002, p. 72),

A ideia de compartilhar o alimento se associa ao princípio básico da hospitalidade: o prazer de satisfazer as necessidades dos outros que, explicando por teorias psicológicas, gera uma recompensa acima de tudo emocional e que faz parte da condição humana.

A alimentação também contém aspectos emocionais, relativos à satisfação e à motivação do ser humano, fazendo do ato de alimentar-se, um momento que traz uma expectativa de preenchimento do anseio de satisfação. Isso acontecendo, a experiência é positiva e, portanto, hospitaleira, não ocorrendo, se torna negativa, podendo ser interpretada como inospitaleira¹⁴, ou até mesmo hostil¹⁵

A hospitalidade, neste caso, decorre da leitura do que o hóspede necessita, ou espera, associada com o que se tem a oferecer no momento da refeição. Isso se verifica por meio de práticas, que, na hospitalidade comercial, podem agradar o cliente, oferecendo uma experiência, no mínimo boa, às vezes, são feitas ações simples, como a oferta de mimos ou de pequenos favores, como recurso para a fidelização do cliente. Essa, ao menos, é a lógica da hospitalidade comercial.

No ambiente doméstico, ou familiar, isso acontece na forma de demonstração de afeto e atenção com os seus. Tal como no domínio privado, que abarca o ambiente doméstico, adicionado de compaixão e solidariedade. Paula (2002, p. 75) diz que:

14 Inospitaleiro - Forma de não exercer a hospitalidade. Uma não relação. Camargo (2004).

15 Hostil – Forma agressiva de relação. Camargo (2004).

A hospitalidade ainda pode ser enfocada sob a perspectiva das relações interpessoais e informais, no âmbito familiar ou de relações de amizade, em que o conhecimento mútuo pode assumir o papel de facilitador na identificação das necessidades a serem atendidas.

A necessidade de alimento é inerente ao ser humano, nos alimentamos mesmo antes de nascer. Logo após isso, a ligação intensa com a mãe, nesse momento, revela desde muito cedo na vida das pessoas, a enorme complexidade de sentimentos, que envolve o ato de alimentar. Crescemos cercados de cuidados e hábitos, acostumamo-nos a sabores, a aromas, a texturas, a cores e temperaturas. Com o passar do tempo, desenvolvemos o gosto, cada sujeito particularmente a sua maneira, com base nos costumes que traz da infância. Lembrando que isso nem sempre ocorre de forma positiva, como sendo uma experiência agradável. Nesse sentido, talvez esse sujeito fuja a vida toda dessa lembrança gustativa.

O que trazemos dessa época é o que perseguiremos durante a vida, e, geralmente é no ambiente doméstico que o encontramos, ou nos reportamos. O *gnocchi* da *nonna* será sempre imbatível, inigualável e, após a sua ida ao céu, inalcançável. A referência de nhoque, para esse sujeito, vem cercada de referências, no mínimo inalcançáveis, de forma que será difícil o agrado pleno, ou pelo menos, será motivo de debate. Paula (2002, p. 74) observa que:

O alimento – sua cor, textura, aroma e sabor – remete o indivíduo às mais remotas lembranças de experiências e emoções positivas ou negativas vivenciadas em determinadas ocasiões que, dentro desse contexto, se coloca como grande valor simbólico, intangível e de difícil aferição, uma vez que cada um apresenta experiências de vida ímpares e não quantificáveis.

A hospitalidade, neste caso, faz o papel de entender o outro e suas expectativas, com relação à oferta do alimento, procurando, da melhor forma possível, a satisfação. Isso acontece de diversas formas. Pode ser na dedicação na confecção do prato, no carinho como serve, na atenção em fazer o prato predileto e esperado para a ocasião, enfim, tem-se várias maneiras para se mostrar atento ao outro na relação, através do oferecimento de alimento.

Maffesoli (2002) observa a mesa como espaço de comunicação e conflito, analisa comunidades, através de disputas gastronômicas (veladas ou explícitas), realizadas em eventos religiosos, folclóricos ou sociais. Compreendidas como fato social e orientando que o que chamamos de sociedade é uma diretriz instituída nas diferenças.

O autor considera, ainda, que de fato a refeição leva à comunicação, mas esta se estabelece seguidamente no conflito, onde a própria refeição é um conflito. Determina proximidades ou distanciamentos, hierarquias, provocações, demonstrações de poder e exposições. Ele lembra, inclusive, que a gastronomia pode ser um meio de sociabilidade, por dar lugar à sociabilidade.

Menciona, ainda, um estudo feito por R. Barthes (1970), que observa que a aparência dos alimentos, os ritos de hospitalidade, os menus da vida cotidiana, os saberes, as rodas de aperitivos, a refeição festiva, os diferentes costumes de grupos sociais e etc., são objetos de consumo e práticas sociais, mas constituintes de um legítimo signo.

Concluindo, assim, a comunicação e a convivência à mesa não podem ser considerados cenários sem importância, que dependem de um diálogo padronizado, restritos única e exclusivamente, a esse universo. A comunicação é uma estrutura composta de elementos interdependentes e que ultrapassa a consciência dos sujeitos envolvidos. Não se restringe exclusivamente à expressão verbal, mas sim um composto de palavras, objetos e gestos. Para Maffesoli (2002, p. 136),

Os modos à mesa, os ritos e as regras que presidem o desenrolar do fato culinário remetem à magia, à religião e ao cosmo. É nesse sentido que se pode falar, ao seu propósito, de elo de comunicação específica. É nesse sentido também que o comer foi frequentemente designado como um investimento privilegiado de sexo. A orgia e as bacanais estão aí para indicá-lo, assim como, aliás, as ceias cristãs, de modo eufêmico. A forte carga erótica do comer e do beber faz deles a medição ritual por excelência para que se enfrente coletivamente a angústia do tempo que passa.

Finalizando essas observações, espera-se que: a hospitalidade possa instaurar princípios de convivência, pautados pela cordialidade, gentileza e amorosidade e, quem sabe, uma melhor qualidade de vida na forma de se relacionar.

4.2 A CONEXÃO COM AMOROSIDADE

Ao ingressar no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – (PPGTURH), na Universidade de Caxias do Sul/Brasil, aproximei-me de um outro conceito, o de Amorosidade. Trata-se aqui de abordagem relacionada à ética como ponto fundante nas relações. O contato com o conceito pôde ser observado nas rodas de conversa Amorcomtur!, transdisciplinares e caóticas, em que os integrantes trocam experiências a respeito de suas pesquisas. Durante esses encontros, os pesquisadores conectam-se com o pensamento de outros participantes, em um enorme tecido tramado e potencializador de ideias, sentimentos, entendimentos e entrelaçamentos. A trama de ideias propicia o trânsito entre diferentes disciplinas e a compreensão ampliada, o que potencializa e harmoniza as pesquisas.

Contemplando esse cenário de entrelaçamento, a compreensão do conceito de Amorosidade se estabelece no entendimento de potência para pesquisa na relação ética. Baptista (2014, p. 35) fundamenta:

[...] o amor é a intensidade abstrata que nos possibilita compor substratos existenciais consistentes, o que cria condições para a pulsação e o acionamento de movimentações desejantes em todas as nossas produções, até mesmo aparentemente mais racionais. Seu acionamento, no sentido pleno, direciona as produções para relações éticas e de aceitação mútua, no encontro das diferenças. [...].

Partindo desses pressupostos, as relações humanas estão em constante reconstituições, por meio das ressignificações comunicacionais constantes nas relações. Essa reelaboração tanto pode avançar por processos de ordenamento autorizado pelas partes, como pode gerar um estranhamento das mesmas, restringindo a relação.

Neste sentido, são observados os diversos feixos de significação, que transversalizam os sujeitos, em relação à potência/in-potência, avançando ou não, para um amadurecimento relacional. Baptista (2014, p. 43) afirma.

O sujeito só existe em relação ao Outro e o Outro é tudo o que não é eu. O sujeito de que falo é uma espécie de campo de força múltiplo, complexo, marcado por múltiplas influências. Influências de todos os tipos, desde sua família, suas tribos, sua musicalidade, suas preferências alimentares, suas manias, sua relação com o corpo sua capaci-

dade de expressão, sujeito pensado de uma maneira holística. Sujeito-trama, sujeito considerado no seu todo.

O entendimento da Amorosidade como potência de transformação social aproxima-se do conceito de Hospitalidade nesses termos também. Ambas se assemelham nesse processo e têm a função ética e potencializadora nas relações. Como exemplifica Boff (2005, p. 198) ao falar sobre hospitalidade,

[...] a hospitalidade é antes de mais nada uma disposição da alma, aberta e irrestrita. Ela, como o amor incondicional, em princípio, não rejeita nem discrimina a ninguém. É simultaneamente uma utopia e uma prática. [...].

A pesquisa considera, também, os conceitos de hospitalidade, observados por Marcel Mauss, (2003) na obra *Sociologia e Antropologia*, na qual o fenômeno dar, receber e retribuir é analisado como um dom dado aos seres humanos, a necessidade de acolher o outro, estar aberto às necessidades, aos anseios alheios e estar aberto a ser acolhido como retribuição, num ciclo infundável e que se reforça a cada nova roda iniciada.

Sob essa mesma perspectiva, há o pensamento de Jacques Derrida, na obra “Anne Dufourmantelle (2003) convida Jacques Derrida a falar da hospitalidade”. O ser humano é comparado a uma casa, cujas portas e janelas devem estar sempre abertas ao outro como forma de acolhimento de fluxos intelectuais, culturais, físicos e humanos, uma forma de exercer a hospitalidade plena. E, ao mesmo tempo, conforme o autor, é preciso estar aberto ao acolhimento ofertado pelo outro, também gerando um ciclo de hospitalidade ilimitado, que estreita e cria novas conexões.

O reconhecimento das demandas do outro, como uma forma de confirmação de humanidade existente em cada ser, decorre da oferta de algum tipo de auxílio ao mesmo, gerando um outro ciclo, igualmente infundável e edificante.

Emerge, assim, a perspectiva do acolhimento, também observado como uma relação entre corpo acolhedor e corpo acolhido, na concepção de atender o outro e no sentido de que esse outro, ao ser atendido, também acolhe, criando um ciclo acolhedor/acolhido, acolhido/acolhedor. Esse fenômeno ocorre por consentimento correspondente. Só é acolhido, se estiver predisposto a; só acolhe se, também, existir essa predisposição e identificação da abertura do outro para o acolhimento. Trata-se de uma espécie de percepção de sinais, enviados por ambos os polos, que, imediatamente após, trocam de posição. Inicialmente o sujeito acolhido recebe e acolhe o acolhimento ofertado, e em seguida o sujeito acolhedor sente-se acolhido, pelo fato

de o seu ato de acolher ter sido acolhido. Neste sentido, Santos, Perazzolo e Pereira (2014, p. 50) trazem:

Ao propor a ideia de sujeito primariamente acolhido e primariamente acolhedor, busca-se destacar posições iniciais de um processo em que a alternância relacional desloca os sujeitos que acolhem e são acolhidos. [...] O acolhedor, por outro lado, está, primariamente, na posição de quem recebe o visitante. No entanto, destaque-se que se trata de uma condição primária, pois, se o acolhimento ocorre, acolhedor e acolhido se alteram todo o tempo todo[...].

É nessa troca relacional que se inicia a potência do fenômeno, que entrelaça a Amorosidade, como predisposição para o bem-querer-bem, no sentido do respeito da ética da relação; à Hospitalidade, na perspectiva em atender às necessidades do outro; e o Acolhimento, como o exercício de ambos os conceitos, gerando um ciclo cambiável e frutífero, ciclo esse que ocorre nos três níveis conceituais, cada um fundando a si, todos entrelaçando-se.

Os fenômenos da Amorosidade e da Hospitalidade estão, também, emparelhados com o fenômeno do Acolhimento. Se observarmos a raiz conceitual, todos comungam do mesmo sentido: a relação com o outro em uma perspectiva profunda, proficiente, potencializada e geradora de intensificações cognitivas. De acordo com as observações realizadas por Santos, Perazzolo e Pereira, (2014, p. 49) temos:

[...] as experiências vividas pelos sujeitos primariamente acolhidos e primariamente acolhedores, tendo como suposto que as experiências são processos que traçam as marcas da memória; que fazem convergir a formação das representações para a culminância afetiva geradora das sínteses mentais de prazer ou desprazer; e que, no conjunto viabilizam a transformação humana. [...].

Concluindo, os conceitos de Amorosidade, Hospitalidade e Acolhimento fundem-se, complementam-se e potencializam-se, propiciando uma análise abrangente, desses fenômenos.

5 JAMMO IN CANTINA? C QUE SABE! – VAMOS À CANTINA? C QUE SABE!

Jammo in Cantina é um convite para conhecer a cantina C que Sabe!, através de uma trajetória que apresenta inicialmente a cantina, sua história, o envolvimento do chefe Bruno, desde muito cedo, com ela e com a gastronomia italiana. Após isso, apresenta-se uma análise dos aspectos visuais, que a cantina revela, vistos sob o enfoque teórico e, também, sob o olhar do pesquisador. *La Serata* relata uma visita à cantina, em uma noite onde, além de comer, beber, cantar e comemorar, foram assunto de conversa entre pesquisadores e o chefe Bruno Stippe: a família, comida, lembranças, Itália, amizade, hospitalidade e amorosidade. Finalizando esse capítulo, *La Chiacchiera*, texto em forma de entrevista entre o chefe Bruno e o pesquisador, que se originou em uma entrevista, pingue-pongue em que são apresentadas e comentados trechos da fala de Bruno Stippe, durante as muitas conversas realizadas na pesquisa

A cantina está localizada na rua 13 de maio, no bairro da Bela Vista, na região conhecida como Bixiga, a duas quadras da Igreja Achirópita. Um prédio antigo, com mais de 80 anos, que tem sua fachada de pedra romana, tijolos aparentes, letreiros em neon e toldos sobre as janelas e varanda, com mesas que dão para o passeio público é de propriedade da família Stippe e que funciona ali desde 1931 (FOTO 2).

Foto 2: Fachada da Cantina C que Sabe!



Fonte: Acervo do autor (2016).

A cantina C que Sabe! é comandada pelo chefe de cozinha Bruno Stippe, um autêntico representante da cultura italiana e seus costumes. Inclusive, é o presidente da *Federazione Italiana Cuochi (F.I.C.) Delegazione Brasile*.¹⁶

A imagem do chefe Bruno Stippe (FOTO 3) é grande, calorosa, fraterna e, acima de tudo familiar, assim como todos os que estão diretamente ligados ao estabelecimento.

Foto 3: Chefe Bruno Stippe



Fonte: <http://kobclub.com/o-clube/>

O clima familiar é expresso na cantina de diversas formas. No convívio interno da cantina, entre todos os funcionários (54 ao todo), observa-se a integração existente nesse universo familiar. Emergem brincadeiras, em contraponto a chamadas de atenção, em tom de humor e, às vezes, de sarcasmo, gritos e palavrões, seguidos de risadas, abraços e beijos. Trata-se de um conjunto de sentimentos e expressões que podem ser definidos como de uma “típica família italiana”, ao menos considerando-se os traços dos imigrantes de São Paulo, preponderantemente provenientes do sul da

¹⁶ “No Brasil, seu objetivo é cadastrar os profissionais que trabalham em cozinha italiana e em alimentação italiana em geral, sendo eles italianos ou não, profissionais ou acadêmicos, mas que tenham suas habilidades comprovadas e o respeito às bases tradicionais italianas” (FICBRASILE, 2016).

Itália, das regiões da Campania, Calábria e Sicília. Esse conjunto sentimental passa para o ambiente da cantina e faz parte do conjunto da experiência gastronômica da Cantina C que Sabe.

A entrada é por um corredor com bancos de alvenaria do lado esquerdo e bancos de madeira do lado direito, todos em tom bege. A decoração é feita por muitas fotos de personalidades que frequentam ou frequentaram o local, descrevendo a história do estabelecimento (FOTO 4).

Foto 4: Corredor de Entrada da Cantina C que Sabe!



Fonte: Acervo do autor (2016).

Vitrines com bebidas e plantas ornamentais complementam a decoração desse corredor. Existem dois salões na cantina, um com acesso na metade do corredor e o principal, que se localiza no final do corredor, ambos com a mesma decoração: muitas fitas coloridas penduradas no teto, bem como painéis, garrafas de vinho vazias, coadores de macarrão como luminárias, rolo de macarrão, tábuas de corte e vários apetrechos de cozinha.

Muitos espelhos dispostos dão a impressão de o local ser muito maior do que é. Nos dois salões, também há muitas fotos de personalidades, atores e atrizes, músicos, cantores e cantoras, políticos, atletas, jogadores de futebol e pilotos de Fórmula 1. Trata-se de um ambiente que remete ao sul da Itália, pelos elementos ali presentes (FOTO 5).

Foto 5: Salão principal da Cantina C que Sabe!



Fonte: Acervo do autor (2016).

A ambiência dos salões, com seus exageros e numerosas peças espalhadas pelos mesmos, nos remete a uma paisagem imaginária, muito familiar aos que descendem de famílias italianas.

O cardápio da Cantina C que Sabe não se restringe somente à região sul da Península, mas faz um apanhado geral da culinária e da gastronomia Italiana. O chefe Bruno Stippe morou durante muito tempo na Itália, onde pesquisou a gastronomia de todas as regiões e suas particularidades. Ele, frequentemente, volta à Itália, onde tem família e negócios, também no ramo de restaurantes e alimentação.

A Cantina, bem como os sujeitos envolvidos, dedica-se a expressar uma espécie de “Alma Italiana”, nas minúcias do serviço oferecido esse traço se evidencia na amorosidade do trato com o outro, na calorosa acolhida, nas singularidades das características visuais, na música, na fala das pessoas, em um todo de Italianidade. Vale ressaltar que isso se relaciona com o perfil de italianidade do bairro, podendo ser definido como um microuniverso da italianidade amorosa e hospitaleira na cidade de São Paulo.

Partindo dessa linha de raciocínio, analisam-se, por meio da própria vivência, de pesquisas bibliográficas e entrevistas, quais são as marcas de amorosidade/ hospitalidade observadas nas Cantinas Italianas na cidade de São Paulo, sendo a Cantina C que Sabe!, o microcosmo que reúne essas marcas características.

A partir deste ponto, farei uma análise dos textos visuais expostos neste segmento. Não me atenho a uma ou a outra imagem em especial, mas considero as imagens conjuntamente, por fazerem parte de um mesmo todo.

Quero concentrar as análises sob o foco da Hospitalidade e da Amorosidade, conceitos que transversalizam a pesquisa. A proposta de análise sob o viés teórico, fez surgir questões: será que isso tudo é proposital? Ou é o resultado final do cenário como manifestação cultural, que os proprietários trazem como bagagem de vida? E

fora essa bagagem, há a importância da cultura ancestral nessa formação? Por que cada objeto e a decoração, no geral, remetem a um ambiente tão familiar e conhecido? São muitos os questionamentos.

A primeira resposta é razoavelmente simples: é para o cliente frequentador sentir-se bem e experimentar a atmosfera italiana. As razões para que isso ocorram, ou não, envolvem aspectos subjetivos, com leituras próprias, que podem ser compartilhadas por outros, ou não. Inicialmente, penso que as razões para esse estado de sentir-se bem (bem-estar) transitam pelo resgate inconsciente de lembranças boas, ou mesmo por processos identificatórios. Vale, nesse sentido, a fala de Maturana (1998, p. 15), que nos leva a pensar que o objetivo maior em cenários como esses é acionar a emoção.

[...] ao nos declararmos seres racionais vivemos uma cultura que desvaloriza as emoções, e não vemos o entrelaçamento cotidiano entre razão e emoção, que constitui nosso viver humano, e não nos damos conta de que todo sistema racional tem um fundamento emocional.

Trata-se da busca de agenciar familiaridade e sentimentos de acolhimento, a partir da materialidade de elementos oferecidos. Desse modo, considerando esse viés, sobre a intenção dos proprietários da Cantina C que Sabe!, pode-se afirmar que é genuína, faz parte da personalidade da cantina e da índole das pessoas. Ali está representada a cultura hospitaleira e amorosa dessa família.

O local, cenograficamente falando, colabora para isso. É acolhedor, aconchegante, familiar, vibrante, histórico e com objetos que participaram do cotidiano de vida da maioria das pessoas, tanto no que se refere à italianidade, quanto aos fazeres da cozinha e decoração familiar, no geral.

Não há como oferecer produtos nem serviços, sem o conhecimento dos sujeitos envolvidos e dos platôs e substratos de desenvolvimento de sua subjetivação. Esse conhecimento é cada vez mais complexo, porque os sujeitos vivem em teias complexas de reações, constituindo-se como produções de subjetivação em redes máquicas multifuncionais, multidirecionais, de composições e agenciamentos concretos e abstratos, materiais e imateriais, numa grande engrenagem [...]. (BAPTISTA, 2014, p. 38).

Desenvolver textos visuais implica, também, investigar sensações e sentimentos, geralmente mesclados em um mesmo texto. Esses sentimentos não ocorrem por intuição apenas, mas são produzidos no diálogo silencioso das atitudes dos que

estão em relação. O corpo, por exemplo, diz muito sem emitir nenhuma fala. Um olhar atento inspira os cuidados que envolvem as partes, em que, como observador, posso estar ou não inserido nessa relação.

[...]vocês distinguem as diferentes emoções fazendo algum tipo de apreciação sobre o domínio de ações em que se encontra a pessoa ou o animal, ou fazendo uma apreciação sobre o domínio de ações que sua corporalidade conota. (MATURANA, 1998, p.12).

Emergem aqui alguns questionamentos: como descrever esses cenários, com inúmeros textos visuais, e não mencionar os sons? A música? Os sotaques? Os gestos? Os diversos aromas que circulam? Os diversos pratos com seus conteúdos apetitosos, coloridos e aromáticos? Novamente, tudo muito familiar, emocionante e nostálgico. Na composição de uma marca que sintetiza os traços singulares da cantina, no sentido que vem sendo considerada aqui.

5.1 *GUARDA CHE BELLO!* - OLHA QUE LINDO!

A seguir apresento uma sequência de fotos, considerando vivências, referencial teórico e elementos de materialidade, produzidas na Cantina C que Sabe!, que, sob o meu olhar, representam a italianidade, construída no imaginário do sujeito italiano e descendentes, e, também, de outros sujeitos oriundos de diversos territórios.

Essas fotos são analisadas com base em dois conceitos, imagem como composto de características visuais (restrita aos traços nítidos que compõem a visualidade imagética) e imagem como representação mental (relativa a reconstrução subjetiva produzida pelo receptor) (JOLY, 1996). Para Barthes (1984, p. 15),

Diríamos que a Fotografia sempre traz consigo seu referente, ambos atingidos pela mesma imobilidade amorosa ou fúnebre, no âmago do mundo em movimento: estão colados um ao outro, membro por membro, como o condenado acorrentado a um cadáver em certos suplícios; [...].

A análise da imagem como composto de características visuais, foi feita em camadas, que se sobrepõem, partindo do fundo da imagem para o primeiro plano. O mesmo ocorreu com todas as outras imagens analisadas neste bloco. Iniciamos com

a vista do salão principal da cantina (FOTO 6).

Foto 6: Textos visuais apresentados pela cantina



Fonte: Acervo do autor (2016).

Ao fundo da imagem, tem-se um grande espelho, que tudo reflete à sua frente, criando uma sensação de profundidade, que faz com que o local pareça ser maior do que realmente é. No canto esquerdo desse mesmo plano, uma parede cor de terra, com algo que pode ser um quadro. Notem que ainda mais à esquerda, tem uma parede cor de creme, com vários quadros, mas que forma um prolongamento para o que pode ser um considerado um outro plano. Na sequência, no centro da imagem, uma mesa com algumas pessoas, sendo atendidas por um garçom. Deslocando-se a vista para a direita, um grupo de pessoas, destacando-se uma delas em pé também. Continuando, uma mesa grande, ao centro, com uma pessoa sentada e à esquerda da imagem, mais duas mesas vazias. A partir deste ponto, nota-se o piso da cantina, que é quadriculado em branco e preto. O teto dessa primeira metade do salão é um composto de elementos disformes e pontos de luz.

Observa-se uma parede, com uma grande passagem, que divide o salão em dois, bem como a imagem emoldura o segundo salão, como um outro elemento dentro

do primeiro quadro. No teto, a partir desta parede divisória, temos o ar-condicionado e inúmeros elementos decorativos presos ao teto, como várias fitas coloridas, um ponto forte de luz, chapéu de palha, coadores de macarrão, painéis diversos e raladores de queijo, entre outros. O piso é o mesmo quadriculado em branco e preto. Neste salão, há duas mesas, uma à esquerda, com cinco pessoas, duas voltadas para a frente e três de costas para a entrada, e outra mesa à direita, com duas pessoas, um de frente e outra de costas para a entrada. Atrás desta mesa, há mais duas outras mesas sem pessoas, mas com copos, guardanapos, vidro com azeite e xícara. Próximo à última mesa descrita, tem-se um carrinho de apoio, com vários pratos e na diagonal esquerda deste, uma mesa posta, sem pessoas e com o braço de uma pessoa.

Essa descrição detalhada da imagem, com vários elementos, serve para, em primeiro lugar, esclarecer alguma dúvida que possa pairar sobre ela. Em segundo lugar, para dar consistência às análises que se seguem. O detalhamento ajuda a aprofundar o olhar, detendo-o, com tempo, para produção da reflexão.

Nesta análise, relaciono os textos visuais apresentados na imagem acima com o meu histórico de vida e afetos pessoais. A investigação é feita de duas formas, uma na análise geral que a imagem fornece e a outra sob os objetos nela contidos.

Contemplando a representação da cantina, de um modo integral, o que me remete? Sei que é o salão do estabelecimento, mas não preciso me desprender desse saber para associá-lo à(s) individualidade(s), que possam habitar em minhas memórias. Isto posto, me remete à cantina italiana, não exatamente à Cantina C que Sabe!, mas à totalidade de cantinas que compreendo e entendo como tal. O objeto de estudo, aqui, torna-se uma representação da somatória dos meus conhecimentos sobre cantinas italianas. Como reconhecemos que determinada coisa é determinada coisa? Poderia ser, através dos sinais que ela transmite, pelos objetos que a compõem.

Esses objetos carregam em si símbolos, que acionam lembranças, referências internas, gerando significados muito particulares, que mudam de pessoa para pessoa. Portanto, a narrativa a seguir é a minha leitura das significações relativas do salão principal da cantina.

A imagem do salão da cantina remete a lembranças de família. Os elementos que a constituem são basicamente os mesmos, de outros universos familiares, indo dos aromas, sabores, cores, música, jeito de falar, objetos de decoração e, principalmente a hospitalidade.

Na imagem, os objetos pendurados no teto trazem lembranças muito antigas. Escorredor de macarrão, rolo de macarrão, máquina de macarrão, painéis diversos, frigideiras, colheres de pau, escumadeiras, raladores de queijo e conchas me acompanham desde a infância até hoje. Nesse sentido, esses objetos acionam lembranças das minhas avôs, dos almoços de domingo e a complexa trama de interações que caracteriza um almoço desses.

Na imagem, também, a visualidade decorrente de senhores sentados, logo na mesa em primeiro plano, também é familiar, considerando as figuras de tios e avôs, que já se foram.

No mesmo sentido, os objetos de cozinha que compõem a decoração trazem a lembrança das “nonnas”, e os fazeres e saberes da cozinha da Península, das regiões de cada lado da “famiglia”, das discussões sobre o modo “correto” de executar cada receita, das cores que vibram em grande intensidade, da mesma forma que os humores desse povo (FOTO 7).

Foto 7: Composição com elementos do dia a dia da cozinha italiana



Fonte: Acervo do auto (2016).

Em termos de composto de características visuais, ao fundo, vê-se uma parede cor de creme, com tons esverdeados. Nela, tem-se um grande espelho, dividido em três partes e com várias fotos coladas. À sua volta constam, também, várias outras, presas à parede, com imagens de artistas e celebridades. Observa-se, no reflexo do espelho, pedaço do piso quadriculado branco e preto. Também, no mesmo reflexo, notam-se pedaços de mesas postas. O teto branco em declive, com duas dormentes de madeira escura, sustenta duas luminárias, elaboradas a partir de escorredores de macarrão e conchas.

Na minha visão pessoal da imagem, revivem, novamente, lembranças da infância, quando os objetos de cozinha viravam brinquedos, ou tinham um uso diferente do seu propósito, para fins únicos e exclusivos de divertimento. O escorredor de macarrão, tantas vezes fez o papel de capacete de astronauta, juntamente com as

conchas, de alumínio, que eram potentes armas lasers, ou até mesmo intercomunicadores, um prenúncio do aparelho celular.

As fotos expostas na parede, formando sempre uma composição interessante, também lembram os antigos astros de televisão, teatro, cinema, músicos e atletas, que foram heróis, vilões, notícia e diversão.

Quando nos referimos a uma cantina, imediatamente vem à mente um prato de macarrão (FOTO 8).

Foto 8: Prato típico da culinária italiana



Fonte: Acervo do autor (2016).

Retratar textualmente um prato, inicialmente, é simples: toalha de papel branco, parte de um prato à direita da imagem, parte de um outro prato, de inox, com uma porção de *sardela*¹⁷, no alto e ao centro, e como destaque da imagem, um prato com listas vermelha, branca e verde, na borda sinalizando a a bandeira da Itália, com o nome da cantina, estampado. O prato é de *agnolotti* de ricota e nozes com molho ao

¹⁷ A sardela é uma espécie de pasta que, além do peixe, leva também azeite, pimentão, tomate, pimenta e outros temperos. Existe uma receita bem parecida na Itália, chamadas de “bianchetti”. Conhecida como Murstica, ou também como Caviar Calabrese “Calabrese caviar” ou Rosamarina. Provavelmente o que realmente aconteceu, foi que com a chegada dos Italianos em São Paulo, muitas das receitas originais acabaram sendo mudadas por causa dos ingredientes, era muito difícil ou até mesmo impossível achar os verdadeiros ingredientes Italianos aqui no Brasil. Isso aconteceu com vários pratos Italianos que hoje são feitos no Brasil com ingredientes substituídos, um certo movimento de tropicalização dos pratos. Por exemplo, aqui no Brasil o molho Pesto é feito com amêndoas e não com o Pinoli, o ingrediente original. Teoricamente, isso foi o que aconteceu também com a Sardela, ela foi adaptada da receita original de Murstica da Calábria, substituindo-se o peixe Bianchetti pela Sardinha, muito mais fácil de encontrar e muito mais barato aqui no Brasil, sendo assim, rebatizaram o antipasto com o nome do ingrediente principal em italiano - Sardela. Fonte: <http://italianadas.blogspot.com.br/2008/12/sardela-italiana-ou-brasileira.html>

sugo, coberto com queijo parmesão ralado grosso. Ao lado esquerdo do prato a ponta de uma faca e, ao lado direito, a ponta de um garfo.

Quando iniciei o relato descritivo do prato, mencionei que era simples, mas quando esse relato está sendo feito com a intenção única de descrever, fica um tanto difícil não deixar transparecer a emoção ao se fazer isso, principalmente quando o ponto é comida. Parece impossível descrever a *sardela* somente pelo nome, sem mencionar os seus adjetivos. O mesmo ocorre ao descrever o *agnolotti*, como relatar sem expressar paixão? Como descrever o gosto e as texturas, sem a comparação a outros elementos para poder nomeá-los? Sem trazer à tona, as lembranças de experiências passadas, ao se provar algo semelhante ou igual?

Para isso, a gastronomia auxilia a textualização do relato, de forma que, o leitor, ou ouvinte, tenha meios para compreender a subjetividade que envolve o paladar e o gosto de quem discursa. A forma de interpretação comparativa, em vários níveis e categorias, para dar rumo a um entendimento, sobre o que está se referindo, quando mencionamos o *agnolotti* da Cantina C que Sabe! ou da Cantina X, Y ou Z. Dória (2006, p. 85) diz que:

A gastronomia expressa um saber que se opõe ao poder imediato da natureza; ao dominá-lo e transformá-lo, a gastronomia a supera em criação. Essa potência, só conhecida em sua ação e e em seus efeitos, é entendida como a manifestação de uma energia que penetra o mundo guiado pela razão. Sob o império gastronômico a mesa deve oferecer não a naturalidade em forma comestível, mas um espetáculo do engenho humano [...]

A música é uma entre muitas características da Cantina C que Sabe! Tem o atributo de ser conhecida como a Casa da *tarantella*. Seus proprietários fazem questão de ter e oferecer música o tempo todo, por meio de gravações e ao vivo. Existe ali um grupo musical que vai de mesa em mesa, executando pedidos ou não, clássicos do cancionero popular italiano.

Na cantina, ocorrem intervenções artísticas, com a participação de todos, garçons, família dos proprietários, músicos e clientes. Consiste em uma brincadeira barulhenta, momento em que bandejas metálicas são jogadas ao chão, entremeando as canções típicas italianas (FOTO 9). Tudo seguido de uma discussão divertidíssima entre os irmãos proprietários, que interagem com os clientes.

Foto 9: Bandejas jogadas ao chão



Fonte: Acervo do autor (2016).

Na foto 9 tem-se o piso quadriculado em branco e preto, como fundo da imagem. Sobreposta ao piso, a bandeja de inox amassada. Compõem a imagem também, um par de sapatos pretos e a parte final de uma calça. Finalizando, ao lado direito um pé de sapato marrom.

O barulho em uma família italiana é uma constante, considerando os perfis mais próximos da italianidade paulistana; manifestações acaloradas, também. Bandejas jogadas ao chão e aos berros de quem as arremessa, sempre souu como anunciador de festividades e brincadeiras, regadas com muita comida e vinho. E ter isso em um ambiente fora de casa é acionador de sentimentos de vinculação à Itália, ao menos, à Itália do Sul.

A bandeja amassada pelo uso contínuo, nas comemorações diárias, os sapatos e calças sociais trazem algumas lembranças do meu avô paterno, que sempre estava a recuperar panelas e suas tampas. Os tempos eram difíceis e tudo tinha concerto, bem como os sapatos, já que ele era filho de sapateiro e ajudava nos concertos. Sapatos, panelas e suas tampas, facas e tudo que se possa imaginar, sempre tinham uma vida prolongada em casa. Nunca por avareza, mas por terem um entendimento de bom uso das coisas. São princípios que se associam à gastronomia italiana e fizeram, ao longo dos tempos, com que fosse acionada a criatividade de quem sabe inventar a partir dos recursos de que dispõe.

A apresentação segue, após a brincadeira das bandejas, com uma miscelânea musical, que incluem músicas italianas e brasileiras, levando os presentes a cantarem e, até, a dançarem (FOTO 10).

Foto 10: Grupo executando músicas nas mesas



Fonte: Acervo do autor (2016).

Novamente iniciamos do fundo para a frente, onde temos uma parede cor de creme, com diversos quadros. Um casal de costas para a cena. O teto repleto de fitas coloridas, painéis de diversos tipos e tamanhos, chaleiras, chapéus entre outros objetos de difícil definição. Há três pessoas, que formam o conjunto musical. Em primeiro plano, está o violãoocelista, um senhor grisalho, de terno bege, camisa preta e um anel grande no dedo. Ao lado esquerdo, encontra-se o violinista, um rapaz mais jovem, de blusa quadriculada em tons morrom. Sobre o ombro esquerdo do violãoocelista, ve-se parte do rosto do terceiro membro do grupo, o arcordeonista.

De acordo com Jourdain (1998), a música, é elemento próprio dos seres humanos, meio de manifestações plurais e diversas, que nos definem como tal e nos acompanham desde os primórdios da nossa existência.

É complexo relatar o que a música causa, no ambiente da cantina: um arrebatamento cercado de uma áurea de recordações da vida toda, saudades de lugares, amigos, familiares e de tempos passados. A alegria proporcionada e compartilhada por todos gera uma forma de união acolhedora momentânea, que decorre da hospitalidade e da amorosidade.

5.2 LA SERATA! À NOITE!

Apresento agora uma das visitas à Cantina C que Sabe! No final do mês de setembro de 2016, fui à cidade de São Paulo, juntamente com amigos, colegas e a minha orientadora, Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista, todos do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade - PPGTURH, da Universidade de Caxias do Sul – UCS. Alguns membros do Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo Amorosidade e Autopoiese AMORCOMTUR, também estavam presentes, para participar do Encontro anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR. Decidimos, todos, ir à Cantina C que Sabe!

Fui para a cantina, junto com a minha orientadora. Chegando lá, fomos recepcionados pelo chefe Bruno Stippe, calorosamente e fomos para a mesa reservada para o nosso grupo. Era um grupo bem maior do que imaginava, mais de vinte pessoas, incluindo o homenageado do evento, Dr. Luiz Gonzaga Godoi Trigo.

O jantar seguiu animado, com brindes, conversas, comida farta associada à música italiana, que embalou não só a nossa mesa, mas a cantina toda.

Na fase dos aperitivos e entradas, o chefe Bruno foi a nossa mesa, para saber como estava sendo o atendimento e a experiência ali. Ele conversou um pouco sobre o trabalho de servir. Falou sobre como isso é importante para ele e o prazer que tem em servir bem.

Observamos a dinâmica estabelecida na cantina: a música, ambientação, o tipo de atendimento, envolvendo desde a cordialidade dos garçons, até informações no cardápio, sentimento de acolhimento, sentimento de familiaridade, segurança

emocional, entre vários outros. Diante disso afloraram as questões: Por que existe uma cantina? Para que serve? Questões que permeiam toda essa dissertação.

A primeira relação foi feita com Collaço (2009, p. 75).

As cantinas tiveram um papel social importante, pois abriram a oportunidade de estreitar laços entre distintos membros de um grupo que procuravam uma coesão para enfrentar uma sociedade que os excluía e os colocava à margem. Por outro aspecto, reproduziam na comida os laços sociais que se formavam e contribuíam para consolidar uma comida étnica.

A primeira resposta que desponta é – para resgatar o sentimento nostálgico das reuniões de família. Subsequentemente emergem respostas que vão de – lembrarmos dos nossos e suas peculiaridades – histórias de família e resgate de tradições, tanto familiares, como regionais. Quando digo regionais, refiro-me, aqui às

características de italianidade, inerentes às famílias que se estabeleceram na cidade de São Paulo e em seus bairros, até às tradições do local de origem na própria Itália.

Após a cantoria e jantar, eu e a professora Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista, fomos conversar com o chefe Bruno, com a intenção inicial de informar como estava o desenvolvimento da dissertação e agradecer a recepção, sempre muito calorosa e acolhedora. De início, falamos da origem de nossas famílias, das regiões na Itália e as cidadezinhas de onde vieram os nossos ancestrais. Compartilhamos experiências ocorridas na terra dos nossos antepassados e histórias de família. Tudo isso em um clima muito descontraído, como de hábito.

Esses diálogos sempre despertam uma emoção muito grande, quando relatamos as experiências vividas nas cidades de nossos antepassados, as coincidências da vida, o reconhecimento de algum lugar que nos foi descrito e que, no momento, que se materializa, explode em uma emoção carregada de sentimentos, intensificado e distinto. Isso ocorreu várias vezes, durante a conversa.

Estivemos ali mais de quatro horas. Foram muitos temas relativos à italianidade, à cantina e à amorosidade. Neste texto de resgate da serata, procuro relatar esses temas por tópicos, porque até pelos traços dos integrantes, a conversa não foi pautada pela linearidade, tendo sido organizada posteriormente. Destaco o fato de que boa parte da conversa ocorreu na língua italiana, com a expressão diferenciada de cada um, com seu sotaque, dando um toque singular a esse encontro.

5.2.1 Família Italiana

O 'triálogo', se posso assim dizer, iniciou com cada um contando um pouco de suas origens, como já havia dito anteriormente. A família do chefe Bruno vem das regiões da Campania e Sicília, ambas no sul. Já o lado italiano da família da Dra. Maria Luiza Cardinale Baptista também é da região da Campania e as regiões das quais me origino são: Marche, Toscana, Friule-Venécia Júlia.

Esses detalhes regionais não definem só semelhanças culturais, mas também as sentimentais e as que sinalizam o modo de vida alegre, caloroso e, também, uma explosividade sentimental, carregada de mensagens subliminares nas entrelinhas, que navegam na exorbitância das águas do bem querer e de uma lógica que pode ser expressa como: não mexam com os meus.

Outro dado é que as diferenças dos interlocutores na conversa refletem que a italianidade de que se fala, na verdade, é uma construção, e uma construção do encontro das diferenças, dos diferentes italianos, das diferentes regiões que vieram para o Brasil, do que foi sendo passado de geração em geração. São marcas que perma-

necem e, ao mesmo tempo, se recombina. Tudo muito complexo, com regras próprias, mas que todos entendem só de se olhar. Novamente, cada um a sua maneira. A estrutura é comum a todos, sabemos navegar nessas trilhas, e cada um arquiteta, familiariza e cria a sua forma, mas com bases de significação compartilhada.

Almoços de domingo em família, a princípio, são muito parecidos uns com outros, mas não são exatamente iguais. O que irrita e desagrada uma, para outra não faz sentido algum, mas os sinais do que pode agradar ou não, são facilmente percebidos pelos não membros das mesmas.

Cada uma tem uma prática, uma *performance*, ligada às suas tradições, hábitos familiares, que se estabeleceram através da história dessa família por alguma razão. Essas práticas, no entanto, recombinações vão construindo a marca de italianidade como reflexo de um processo histórico, social de interações múltiplas.

Fomos interagindo e associando a história e o modo de ser descendente de italianos, que não é exatamente igual, mas muito parecido. Essa “diferença semelhante” foi observada nessa parte da conversa, com a narrativa de episódios da vida de cada um de nós, e também com o relato de episódios de histórias que nos foram transmitidas por alguém da família. Uma troca rica de percurso de vida.

5.2.2 A importância da cozinha

Este item pode ser visto sob vários ângulos. O primeiro deles refere-se à importância da cozinha na cultura italiana, na família italiana e na cantina, mais especificamente na C que Sabe!

A cozinha, na cultura italiana, detém uma posição de destaque. Como muitos dizem, é quase uma religião. Cada região com suas receitas, ingredientes com Denominação de Origem Controlada - (D.O.C.s), originando produtos regionais certificados e exclusivos. A ideia de D.O.C.s vem crescendo com muita força, enraizando a importância dos ingredientes, produtos e o modo de preparo de pratos das cozinhas regionais, na cultura italiana.

Essa expansão vem ocorrendo porque a cozinha, seguindo os conceitos da família italiana, tem um forte significado estruturante. É nela que a vida familiar desponta, tudo circula no entorno da mesa, mais os elementos que compõem esse universo e seus significados.

A cozinha cantineira, por sua vez, reúne os elementos mencionados acima e, conforme o chefe Bruno, isso faz o cliente comer fora de casa, mas também se sentir em um ambiente completamente familiar, tanto pela comida ali servida, bem como pelos aspectos visuais que compõem a decoração, assim como auditivos (música e

sotaque ítalo-paulistano), os aromas tão fortes. Evidencia-se, assim, a expressão do resgate nostálgico, de hospitalidade calorosa, que remete a um sentimento de pertencimento ao local, por identificação com um ou mais elementos de familiaridade.

Para exemplificar, resgato o seguinte: logo que chegamos para a conversa, o chefe Bruno estava lendo dois livros, os dois de receitas, sendo que um deles com comentários comparativos de ingredientes diferentes, para a confecção de uma mesma receita. Disse-me assim: - “Estou estudando esse livro de receitas para desenvolver melhor a minha culinária e esse outro livro está me dando ideias sobre a gastronomia que desenvolvo aqui na C que Sabe!”. A disposição de estudar receitas, com diferentes ingredientes, para um prato já estabelecido, mostra o entusiasmo para desenvolver um novo, com bases coerentes a sua cozinha, história e tradição.

O chefe Bruno Stippe mostrou reportagens sobre o trabalho dele, utilizando ingredientes amazônicos, para interpretações de pratos clássicos italianos, utilizando, como poucos, conceitos de produto regional para concepção de pratos de cultura diversa, no caso a italiana, e também concepção de prato globalizado com produto regionalizado¹⁸. Bruno Stippe fez discurso coerente, com técnica apurada, conhecimento de cultura regional e global, formando, assim, algo único. Relatou, desse modo, a elaboração de pratos com ingredientes regionais e técnica italiana, surgindo assim algo novo e inusitado. Isso remete a pensar que a italianidade, na gastronomia paulistana, é algo que se reinventa todo tempo e se ressignifica nas interações.

5.2.3 Hospitalidade/Amorosidade do chefe Bruno Stippe

A amorosidade foi observada durante todo o processo, nas entrevistas, breves e contatos por e-mail e telefone e, principalmente, nas rodas de conversa e nas interações durante a serata.

Mencionamos o conceito de Maturana, para o chefe Bruno Stippe, nas palavras de Maturana (1998, p. 23): “O amor é a emoção que constitui o domínio de condutas em que se dá a operacionalidade da aceitação do outro como legítimo outro na convivência, [...]”

Ele se mostrou sensível à ideia, demonstrando entendimento, no sentido de

18 Bruno Stippe é Presidente da FIC - Federação Italiana de Chefs para o Brasil e América Latina. Vice Presidente Brasil e Diretor Internacional de AREGALA - Associação de Restauradores Gastronômicos de Las Américas. Apresentador do Programa de TV Pilotando o Fogão. Chef e Proprietário da Cantina C...Que Sabe! Campeão Mundial de Gelateria Salgada em 2009. Membro Oficial da Academia Culinária de Las Américas. Membro do Collegium Cocorum (hours concours de chef na Itália). Professor Palestrante em várias Escolas e Universidades de gastronomia no Brasil e Exterior. Autor do livro, **Culinária da Dona Zizi**. São Paulo: Rideel, 2015. Fonte: http://cozinhandocompalavras.com.br/bruno_stippe.html

que estávamos falando do amor como potência de relação e não do amor romântico, onde tudo se releva. Na perspectiva da amorosidade, há a potencialização dos sujeitos em relação. Trata-se de uma forma muito simples e, ao mesmo tempo, sofisticada, de querer bem e desenvolver infinitas e fortes possibilidades.

Para se trabalhar nesse ramo, tem que ser uma pessoa servil, que não se importe com a arrogância alheia, ou que, pelo menos não demonstre isso. Na fala do chefe: “Você tem que estar ali para atender o seu cliente da melhor forma possível, para que ele tenha uma experiência agradável e retorne ao local, e de preferência recomende-o”.

Para quem observa essa servidão, exercitada e expressa na fala do chefe Bruno Stippe, pode-se considera-la sob um outro nome: hospitalidade comercial, aliada a um carisma natural dos proprietários e funcionários da cantina. Acredito que essa hospitalidade comercial só é bem-sucedida, porque a hospitalidade natural dos envolvidos ali existe na sua forma original e verdadeira.

Não se consegue imaginar um encontro com o chefe Bruno Stippe, fora do estabelecimento e que ele vá agir de forma desigual na relação. Os proprietários da cantina são assim¹⁹ e levaram essa forma hospitaleira para dentro do estabelecimento comercial. Isso faz toda a diferença. Desperta nos funcionários essa vontade de ser hospitaleiro, ou servil, como o chefe Bruno Stippe gosta de falar, mas fica latente essa percepção de hospitalidade verdadeira e calorosa.

Particularmente, fiquei muito feliz e emocionado, com as coincidências que surgem nesse tipo de roda de conversa. Uma delas diz respeito ao que mencionei anteriormente nesse texto, quando questiono: Por que existe uma cantina? Para que serve?

Em determinado momento da nossa conversa, nosso interlocutor diz que as pessoas vão à cantina para se sentirem em casa, ou porque estão longe dela, ou porque a situação familiar já não existe mais, ou por qualquer outro motivo que as impeça de se ter uma reunião em torno da mesa, para comer, cantar e sorrir.

Eu tinha pensado isso momentos antes e comentado com minha orientadora. Foi interessante constatar que a percepção tinha sido a mesma. Realmente, no meu imaginário, quando estou em uma cantina, estou na casa de algum parente, festejando a vida.

É interessante ter essa sensação, que há muito tempo não se constitui mais no âmbito familiar, recriada em um estabelecimento comercial que supre essa necessidade nostálgica de estar em casa e em família, em uma atmosfera própria para saborear a gastronomia italiana – paulistana vera e propria!

19 Demonstrem ser espontâneos, naturais, ainda que a expressão dessa espontaneidade às vezes revela o caráter performático.

5.3 LA CHIACCHIERA - CONVERSA

A seguir, apresento parte da entrevista com o chefe Bruno Stippe, sob a forma de um 'diálogo construído', ou seja, em uma narrativa em forma de diálogo, que foi construído com o propósito específico de organizar o conteúdo, a partir da reflexão produzida. Para tanto, suas falas foram retiradas da entrevista e as minhas, correspondem às análises e considerações sobre elas, não fazendo parte da entrevista.

As falas estão divididas em blocos, falas do chefe, seguidas das minhas observações sobre o que foi exposto.

A palavra *chiacchiera*, em uma tradução livre da Língua Italiana, significa: papo furado, conversa fiada, fofoca, mexerico, tagarelice e falatório. Neste texto, está sendo utilizada em sentido de conversa, considerando o espaço de conversa um espaço-momento nobre, em que são possíveis interessantes brotações informativas. Foi o que pôde ser verificado, no percurso deste trabalho, com as idas à Cantina C que Sabe!, com muitas conversas, *chiacchieras*, deliciosas, animadas, emocionantes, reflexivas e calorosas, muito calorosas.

Observo, agora, que a linha das *chiacchieras*, sempre teve como base a história e a lembrança, ora com o foco na vida dos antepassados, ora como recordação de ensinamentos recebidos e transmitidos, também na forma de lembranças de fatos, que ilustravam uma situação em questão.

Algumas dessas *chiacchieras* não tiveram registros em áudio, mas foram textualizadas de alguma forma, para sustentar a plataforma de compreensão e análise de como a hospitalidade e a amorosidade se entrelaçam com a italianidade.

A seguir, apresento, na forma de *chiacchiera*, trechos das conversas com o chefe Bruno Stippe. As falas dele foram transcritas de uma entrevista e, também, de conversas que foram registradas em forma de textos, posteriormente. As minhas falas são reflexões sobre elas, colocadas aqui, no formato de diálogo, de tal forma a valorizar a própria condição de coleta, em *chiacchiera*.

Bruno Stippe – “Eu tenho visto que a receptividade da italianidade no Brasil é infinitamente superior à receptividade da italianidade na Itália. O italiano no Brasil, ele é muito mais aberto, carismático, sabe assim *chiacchierone*, falador, sabe se abre, nunca viu a pessoa, mas abre o coração, já fala a vida toda. Então, o italiano no Brasil, talvez por ele ter sofrido muito, por ele ter se lascado, por ele ter, entre aspas, ter aberto amizade com brasileiro e ter aprendido desde pequenininho, desde que chegou a fazer amizade fácil, que é para poder ter as coisas e tudo mais, é dessa forma.”.

Carlos Leoni – Isso explica a condição do imigrante, que, para adaptar-se à nova terra, dispõe-se aberto às relações. Utiliza-se da simpatia nata e do caráter festivo, como ferramenta de sedução, na maneira de obter simpatia e interesse com o

interlocutor. Como está fora do seu lugar de origem, presume-se, portanto, não mais em sua zona de conforto, abre-se a novas relações. Já o sujeito italiano territorializado, em seu lugar de origem, em sua zona de conforto, não sente a necessidade de adaptar-se a nada, e tende a não se abrir a novas relações e expor-se a estranhamentos. Nesse sentido, parece claro que a desterritorialização altera a trama subjetiva do italiano, o que repercute por gerações.

Bruno Stippe – “O meu avô sempre falava isso: - “O sorriso é a porta da casa”. O cliente pode chegar como chegou. Você deu um sorriso e não tem como ser mau educado com você, o máximo que pode acontecer é ele engolir a má educação dele e você ser cortês. Cabe em todo lugar.”.

Carlos Leoni – Derrida (2003) diz que a hospitalidade é como uma casa de portas e janelas abertas. Ela se abre ao hóspede, que, por sua vez, também se abre ao hospedeiro, produzindo estranhamento em ambos pela curiosidade da nova relação. Ao transpor a soleira da porta, com o hospedeiro sorrindo, a abertura ao próximo, propiciado por esse feito, alegre e amoroso, oferecendo um acolhimento animado. Um sorriso à porta é muito diferente de uma recepção piedosa, cercada de boas intenções e compaixão, originado por questões humanitárias. Não significa que o sorriso à porta esteja isento de boas intenções. O que diferencia um do outro é o animo inicial do encontro.

Bruno Stippe – “Então, eu nasci para servir, eu nasci para estar perto das pessoas. Então você que escolheu essa profissão, você é novo ainda, está em tempo de mudar. Eu lembro que meu avô me falou isso aí. - “Você tem que ser humilde e você tem que transparecer tal humildade, e você tem que ser um serviçal sempre, sempre”. Isso marcou muito a minha vida e isso é uma das características fundamentais da minha estrutura de profissão.”.

Carlos Leoni – O servir, em questão, não foi utilizado como sinônimo de subserviência, mas com o entendimento de estar receptivo e atento ao outro. Como essa característica mencionada está intimamente ligada ao modo de receber seus clientes, portanto, poder-se-ia dizer que: a preocupação é restrita ao aspecto comercial do estabelecimento. Observando-se com um pouco mais de atenção e tempo, percebe-se claramente que a receptividade e atenção ao outro são características da personalidade do chefe, tanto no contexto comercial, quanto na esfera pessoal de relacionamento. Quando ele diz que: “tem que ser um serviçal sempre, sempre”, traduz-se em: “estou sempre aberto e de boa vontade ao relacionamento, sempre disposto para bem-receber!”.

Bruno Stippe – “Você, no seu restaurante, você é um serviçal, você pode ter dez vezes mais dinheiro que o seu cliente, que você está atendendo, mas você tem que se colocar num degrau abaixo dele, porque ele está pagando pelo seu serviço. Toda vez que você tem um serviço de comércio, você tem um serviço, onde o cliente

paga pelo seu serviço, você tem que pôr na sua cabeça que você é um serviçal. Todas as pessoas deveriam entender isso. Nunca ele pode pensar em ser superior ao seu cliente.”.

Carlos Leoni – Por outro lado, existe a consciência de que, no contexto comercial, “ser serviçal”, como o entendimento de ser hospitaleiro, receptivo, acolhedor e amoroso é indispensável para o negócio se manter e continuar crescendo. Assim ele se mostra sempre preocupado em atender o cliente da melhor forma.

Bruno Stippe - “É fundamental na C que Sabe! Você estar atendendo feliz, você ser feliz, você sorrir atender o cliente. Nós temos essa vantagem de ser uma cantina, que é uma trattoria, que é uma ostteria. Essa linha mais intimista, nós temos essa vantagem de atender o cliente informalmente. –“O paisano come stai?”. Então, essa informalidade já quebra a formalidade do “Ristorante Italiano.”.

Carlos Leoni - Essa percepção estende-se, também, para os aspectos que formam a marca da cantina. A informalidade é um forte atributo do local. O cliente identifica-se, de alguma forma, com o espaço e anseia pela relação, mesmo que momentânea, com os seus integrantes e, particularmente, com o chefe e sua família, possuidores de grande simpatia e carisma. Essas características criam forte identificação, principalmente, com os clientes italianos e seus descendentes, que ali estão. A familiaridade é grande, o modo de funcionamento é, de alguma maneira, semelhante com a casa dos clientes.

Bruno Stippe – “Então, infelizmente, nos restaurantes mais nobres, vamos dizer assim, no atendimento mais nobre, mais elitizado, existe um distanciamento, porque as pessoas querem manter distância do seu serviçal. Infelizmente é um ego implantado no chip da riqueza né? Ou o do que eu quero ser mais do que você, infelizmente.”.

Carlos Leoni – Esse tipo de situação diferencia bem como a informalidade na relação cria vínculos afetivos, mesmo sendo um contato comercial. Trata-se da legítima preocupação com o outro (o cliente), no que compete não somente a servir, mas oferecer elementos que façam da experiência de ir à cantina, algo ligado aos sentimentos e emoções. Contrastando com isso, a situação de subserviência, que almeja somente a satisfação alheia, sem envolvimento pessoal, com prestação de serviços em troca de recompensa financeira. A relação informal, mesmo atendendo à necessidade do outro (o cliente), não estão em relação um com o outro, não criam-se vínculos.

Bruno Stippe – “Aqui é um lugar que a pessoa tem que ser uma pessoa simples, não financeiramente, não de hábitos, mas de alma. Ele tem que ser aqui, eu digo, ela tem que ser verdadeiramente rica, não financeiramente, mas de espírito, para estar no restaurante, para estar no C que Sabe! Porque o cara pobre de alma e rico de bolso, ele vai vir aqui, ele não vai se sentir bem aqui, ele vai achar que a coisa

é muito popular, é muito simples. Eu acho que é o grande segredo da C que Sabe! Ser uma casa de sucesso, que é uma casa que está aberta há 84 anos, que é uma casa que traz 600, 700 pessoas num sábado, você está entendendo? Que é uma casa que está sempre lotada.”.

Carlos Leoni – A simplicidade da relação interpessoal revela sujeitos preocupados em frutificar laços mais consistentes. Esses sujeitos exibem, na simplicidade relacional autêntica, a verdadeira riqueza do ser humano, o que não necessita de condições especiais, para assegurar-se de quem é, e de quais são suas intenções. Não estão ali para competir, mas, sim, para compartilhar. Não precisam de protocolos limitantes e comedidos, mas, sim, de expansão e estímulo. Não há ingenuidade nisso. As ações não são desinteressadas, mas estão relacionadas com o modo italiano de receber e trabalhar.

Bruno Stippe – “Aqui nós temos que lambuzar nosso cliente, babar no nosso cliente, fazer comida verdadeiramente boa. Porque se não o cara come e vai falar: está uma merda, entendeu? Esse tipo de brincadeira que você viu com o cliente, que acabou de chegar, é uma forma...quebra total o gelo. Se esse cara teve um problema difícil, se esse cara teve um problema no dia dele...eles são clientes de tanto tempo! Tá nervoso, que São Paulo é uma cidade estressante? Quando ele chega aqui, ele tem que desestressar ”.

Carlos Leoni – Tem-se, aqui, a explicitação da visão de que a hospitalidade e a amorosidade, aspectos inatos dos proprietários e envolvidos, também podem ser utilizados, de uma outra maneira, voltados para os negócios e ser de grande utilidade na fidelização de clientes, através do aprimoramento dos serviços. Corroborando para essa visão, é interessante o que afirmam Chon e Sparrowe (2003, p. 10), a respeito de hóspedes, onde seria possível ler ‘cliente’:

[...] A experiência única vivenciada pelo hóspede é, muitas vezes, rotina para o empregado. O hóspede investe tempo, dinheiro e emoção na esperança de ter uma experiência agradável. Tudo isso é perdido se o serviço não atinge as expectativas. [...].

A expectativa do cliente, na maioria das vezes, é suprida pela oferta de bem-estar, conforto, agrados, facilidades e comodidades. Essas características subjetivas e intangíveis definem o serviço como sendo hospitaleiro.

Bruno Stippe – “O que significa restaurante? Local para restaurar as energias de quem vai lá. E a energia não é só encher a barriga. O cara vai no restaurante ele tem que encher a energia, restaurar a alma, a alegria, o espírito e a felicidade, o carinho. Tem cliente que, quando chega aqui, não é pra comer. Ele tá tão carente, às

vezes, porque ele mora sozinho, ou ele está longe da família, porque a família mora numa cidade e ele trabalha noutra. E às vezes esse cara está carente de olhar para alguém, de falar com alguém.”.

Carlos Leoni – Quando nos propomos a ir a um restaurante, como mencionado acima, não é unicamente para saciar a fome. Sempre se pretende algum tipo de experiência, sair do lugar comum, ver e ser visto, aplacar a solidão, conhecer novos lugares, retornar a locais conhecidos, mitigar alguma carência e incontáveis outras solicitudes. Como dizem Holloway e Kneafsey, In Sloan (2005, p. 55):

O gosto se voltou para dentro, para definir a associação a grupos e não para marcar distinções – reconhecemos nossos pares pelo que comemos e onde comemos e conseguimos nos sentir em casa toda vez que entramos em um restaurante e sentimos que este é o nosso lugar.

Bruno Stippe – “Então, tem pessoas que elas vêm para restaurar a carência delas. Ela está com o astral baixo. Então você tem que ter um sorriso, o seu garçom, o seu cumins, do seu maitre, do seu músico, é um conjunto que forma. Eu sou chefe de cozinha, meu forte é a comida, minha comida tem que estar boa, ponto. Isso é indiscutível, eu acho que o fundamental da minha casa a comida boa. Mas eu também tenho que entender que o cliente tem que vir num ambiente aconchegante, que ele se sinta bem. Ele tem que ter um atendimento carinhoso e amigável, que ele se sinta à vontade e bem tratado e bem acolhido. Ele tem que ter a música, que é um diferencial das outras empresas, porque é uma característica do meu restaurante, a música ao vivo e italiana sempre, desde sempre existiu. Tem muitas coisas aí que a gente tem de singularidade, mas não é só minha comida que é importante, minha comida é muito importante, mas a experiência toda faz o conjunto.”

Carlos Leoni – O conjunto de características, tangíveis e intangíveis, que formam a cantina, está arquitetado de tal forma, para que o cliente se sinta bem, não pela sofisticação, justamente o contrário, pela simplicidade do conjunto. A simplicidade traduzida como informalidade na relação cliente/cantina, a familiaridade evidenciada pelo ambiente acolhedor, com seus objetos de uso doméstico, pelos aromas, pelas falas e pela música.

Vale salientar que o serviço, aqui definido como o conjunto de atenção dispensado ao cliente, não pode ser confundido com Hospitalidade e Amorosidade.

Serviço todos prestam, a forma como fazem isso é o que diferencia um dos outros. A diferenciação entre serviço e Hospitalidade é explicada a seguir por Mayer (2007, p. 64).

Serviço é a entrega técnica de um produto. Hospitalidade é como a entrega desse produto faz seu receptor sentir-se. Serviço é um monólogo: nós decidimos como queremos fazer as coisas e estabelecemos nossos próprios padrões para o serviço. Hospitalidade, ao contrário, é um diálogo. Estar do lado do cliente exige ouvir a pessoa em todos os sentidos, dando em retorno uma resposta atenciosa, cortês e apropriada. É preciso tanto ótimo serviço quanto ótima hospitalidade para chegar ao topo.

Particularmente, defino o serviço como técnica e a Hospitalidade, nesse caso, como a alma do serviço, e a Amorosidade como a alma que se relaciona nesse determinado momento, é o algo a mais na atenção com o próximo. Posso ser cortês, educado, atencioso e prestativo, mas se não for realmente sincero e verdadeiro, aparentará falso. A hospitalidade pode estar relacionada aos conjuntos de ações e recursos utilizados para bem-receber, enquanto a amorosidade é uma disposição para a atitude (no sentido de ato no todo) de encontro com o outro, como legítimo outro, na convivência. No atendimento em Cantinas e Restaurantes, isso vai se associar à hospitalidade, como uma espécie de plano de consistência, de imanência, de alma hospitaleira consolidada.

Bruno Stippe – “Eu posso perder esse cliente? De forma alguma. Então esse cliente, ele tem que ter gostado, pelo menos, da música. Ele tem que ter gostado do atendimento, ele tem que ter gostado do ambiente, porque ele vai juntar uma série de fatores que ele vai falar, a comida tudo bem! Não estava o que eu esperava, mas o atendimento estava muito bom, o sorriso das pessoas, a simpatia, o ambiente. Equiliza a conta.”.

Carlos Leoni - Fazendo uma análise geral da entrevista, observam-se os conceitos de hospitalidade e amorosidade na Gastronomia, presentes na opinião pessoal do entrevistado, que, embora ele não os nomeie sob o foco conceitual presente neste trabalho, faz a enunciação, de forma particular, apresentando ideias de convivência. Foram passadas, hereditariamente, ou, como formação de traços de uma personalidade estabelecida.

Nota-se, ao analisar o diálogo, que o entrevistado traz consigo uma abertura ao outro, uma vontade, por assim dizer, de receber, não só em sua cantina, mas como ato de receber em sentido mais abrangente. Trata-se de forma de acolher, de olhar e querer entender o que o outro necessita. Essa atitude está longe de uma atitude ingênua. Diferentemente, está estabelecida sob padrões morais, que ele traz em sua personalidade, que é acolhedora, mas também de grande firmeza, também consciente da vinculaçãodisso com aspectos de gestão do negócio.

Quanto à visão que o entrevistado tem dele mesmo, como profissional, é complexa e exigente, não só no que diz respeito ao alimento servido, cuja perfeição é o

mínimo exigido por ele, mas também quanto aos serviços, acolhimento, música e ambiente. A preocupação em atender às expectativas do cliente é uma constante.

Não se recebe o outro adequadamente, em nosso território, sem presumir o encontro das diferenças, sem respeitá-las e sem considerá-las para o planejamento do conjunto de atividades e serviços a serem oferecidos e que são inerentes à hospitalidade. (BAPTISTA, 2014, p. 36. In SANTOS, 2014).

Percebe-se seu conhecimento notório sobre a cultura gastronômica italiana, suas técnicas variadas e exigências regionais, sobre a perspectiva do restaurante como local de restauração de força e vigor, mas, principalmente como local de restaurar a alma. Na Cantina analisada, isso se realiza por meio da comida servida e acompanhada de música, de acolhimento e de simpatia, que se traduz em hospitalidade e amorosidade.

A disposição é não só alimentar seus clientes, mas também, e principalmente, acolhê-los, agradá-los e proporcionar-lhes a experiência gastronômica memorável de participar de uma mesa italiana, com todos os seus pormenores e requintes simplíssimos. A proposta faz muito sentido, especialmente pelo fato de a Cantina se localizar em uma cidade colonizada por italianos, que mantêm, tradicionalmente, essa cultura há mais de um século, no Brasil. Isso exhibe uma percepção de italianidade local, genuinamente, integrante do modo de vida italiano, mas também de uma italianidade adaptada ao Brasil.

E esse mesmo sentimento define a italianidade brasileira (italo-brasileira), como sendo mais acolhedora, aberta ao outro. Ao menos, do que se pode falar das levadas de italianos que colonizaram São Paulo, a abertura, a disposição para o encontro, para a *chiacchiera* e a gastronomia compartilhada parece ter sido uma estratégia de sobrevivência, de sobreviver à saudade, aos laços que se desfizeram, refazendo outros em outro território.

O entrevistado observa que essa maior abertura ao outro pode ser que decorra do fato de que o imigrante está em uma nova terra, que o adotou, por não ser natural da mesma e ter suas necessidades básicas de vida. Para suprir essas necessidades de forma mais fácil, ou menos penosa, utiliza-se da simpatia, como um artifício de suavização nas relações, ou, até mesmo, como uma forma de encantar o outro.

Os aspectos visuais presentes na decoração e a ambiência da cantina como um todo remetem instantânea e efetivamente ao sul da Itália. O entrevistado é fluente na língua italiana e, em vários momentos, conversa com sua família nessa língua e cumprimenta os clientes com frases simpáticas e divertidas, numa mescla ítalo-brasileira. Para complementar esse clima, ainda há a música ao vivo, que presenteia os

clientes com canções italianas de todas as regiões da Bota. Neste caso, a música serve como elo de integração, como fator preponderante para gerar um clima familiar, não no sentido de ambiente familiar, mas, sim, de familiaridade cultural, de identificação e territorialização ancestral. Para Gastal e Kunz (2014, p. 102. In Santos, 2014)

Uma Cidade que teria, no seu interior, diferentes territorialidades em convivência. Entende-se por territorialidades, os espaços onde se dá o auto-reconhecimento do grupo, tal qual ele o é para si. [...], levando as pessoas a ali conviverem de maneira muito próxima. Nesta situação, induzem contextos de convivência onde se aproximam as mais diversas origens e modos de viver, aproximando diferenças que, de outra forma, estariam distantes no espaço e no tempo.

Embora o entrevistado, em nenhum momento, refira-se à decoração ou à ambiência do seu estabelecimento, diversas vezes, refere-se ao local, na forma do ambiente sensitivo, o que o conjunto de elementos que ali se encontram, elaboram, na percepção de quem ali está, tanto na procura de algo que desejam e não conhecem, quanto no encontro do que lhe é familiar. Filkelstein (2005, p. 85 apud Sloan, 2005) corrobora dizendo:

A decoração e a ambiência de um restaurante simbolizam a experiência do ato de comer fora. Determinados elementos da arquitetura do restaurante transmitem informações sobre o que está sendo oferecido – o estilo da mobília, as toalhas, a iluminação, o revestimento, os códigos de vestimenta e outros transmitem mensagens sobre gosto [...].

O ambiente da Cantina C que Sabe! é construído com elementos que remetem à Itália, mais precisamente, ao sul da Itália. Arrisco-me a dizer que é talvez mais do que isso, é a Itália que habita o imaginário geral. Só vai distinguir que o sul da península está representado ali por diversos ícones quem estiver com um olhar mais atento, focado na italianidade, por assim dizer.

Os elementos representativos já se observam, a partir das cores do ambiente interno por materiais da própria construção do imóvel, enfeites decorativos, diversas garrafas de vinho expostas em prateleiras e penduradas no teto, uma infinidade de utensílios de cozinha também pendurados no teto, fitas coloridas, camisetas de clubes de futebol e diversos objetos inomináveis, no sentido de não se ter a mínima ideia do que possam ser. A música como pano de fundo e, em alguns momentos, como a grande atração, o cardápio especificamente italiano e, por fim, a alma dessa calorosa acolhida, que fica por conta do fator humano dos envolvidos.

A seguir, apresento um quadro (FIGURA 9), onde estão representadas as leituras das marcas da hospitalidade, amorosidade e italianidade da Cantina C que Sabe! Esse quadro estabelece, de forma sucinta, as observações que sobrevieram no decorrer do trabalho. De tudo o que foi até agora apresentado, em modo extensivo, pode-se estabelecer uma síntese das marcas nessas três dimensões. A denominação dessas dimensões decorre da observação do campo e das muitas discussões com a orientadora, bem como das rodas de conversa Amorcomtur!. São apresentadas, portanto, como enunciações criadas, na pesquisa, como proposições da orientadora.

Figura 9: Quadro-síntese das marcas de hospitalidade e amorosidade na italianidade paulistana da Cantina C Que Sabe!

Dimensão de materialidade e territorialidade:

- Bairro: Bela Vista, região do Bixiga, um dos locais onde os primeiros imigrantes italianos se fixaram e de expressividade da cultura ítalo-paulistana.
- Fachada da cantina: Contém elementos que a identificam com a cultura italiana.
- Corredor da cantina: Local de passagem e transição para um universo de italianidade.
- Espaço interno: Ambiente típico italiano, onde se concretiza a transição.
- Elementos do cenário: Objetos dispostos que valida a italianidade.

Dimensão sensorial:

- Som ambiente. (ruídos, conversas...).
- Música. Aromas. Visualidades.
- Corporalidade (proximidade física entre as pessoas).

Dimensão abstrata:

- Trama de elementos que compõem o ambiente:
- Trama de relações que resultam em inclusão na atmosfera da cantina.
- Sincronia e mistura de tempos.
- Experiência gastronômica na sua complexidade.

Fonte: Elaborado pelo autor a partir dos dados de campo.

6 MACEDONIA – CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *macedonia* é uma sobremesa tradicional italiana, que aqui conhecemos como salada de frutas, que, no caso, traduz a intenção de reunir todos os ingredientes postos em um único recipiente, representado aqui como o capítulo de encerramento, que traz as considerações finais.

Assim, chega-se à sobremesa desta dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH), na Universidade de Caxias do Sul – UCS. Como percurso de construção, foi um trabalho extremamente prazeroso, de resgate de histórias pessoais e familiares, buscando também situar a cidade de São Paulo, com um olhar de um paulistano que vive em Porto Alegre – RS. Esse afastamento oportunizou uma visão de fora da cidade, proporcionando uma novidade no olhar, um partejar o olhar. Nas palavras de Rubem Alves (1996), fica nítida a forma poética dessa maneira de olhar as coisas do mundo:

Eram olhos vagabundos, brincalhões, que olham as coisas para brincar com elas. As coisas vistas são gostosas, para ser brincadas. E é por isso que os nenezinhos têm este estranho costume de botar na boca tudo o que vêem, dizendo que tudo é gostoso, tudo é para ser comido, tudo é para ser colocado dentro do corpo. O que os olhos desejam é realmente comer o que veem. Assim dizia Neruda, que confessava ser capaz de comer as montanhas e beber os mares. Os olhos nascem brincalhões e vagabundos – veem pelo puro prazer de ver, coisa que, vez por outra, aparece ainda nos adultos no prazer de ver figuras.[...] e quando ela tropeçava numa pedra ou pisava numa poça d'água, porque seus olhos estavam vagabundeando por moscas azuis e cachorros sem-vergonha, sua mãe lhe dava um safanão e dizia: “Olha pra frente, menina!” “Olha pra frente!” Assim são os olhos adultos. Olhos não são brinquedos, são limpatrilhos (ALVES, 1996, p. 13. apud BENTO, 1996).

Assim sendo, também ofereceu o que chamaria de saudosismo gastronômico/ culinário, um cuidado especial para esse universo, tão característico da Paulicéia.

O trabalho da dissertação, um processo de construção, de ação-pesquisa, onde inicialmente a aproximação com o objeto de estudo, amparado pelos objetivos específicos, fundamentou o desejo em desenvolver o trabalho de entrevistas no ambiente do objeto de estudos, proporcionando elementos necessários para análises e conclusões.

A italianidade entendida como uma rede complexa de sentimentos e carac-

terísticas, expressa em signos, maneiras, costumes e cultura. Foi observada e analisada, principalmente, pelas lentes da gastronomia, da culinária, da hospitalidade e da amorosidade. A Cantina C que Sabe!, foi o território eleito, para representar essa italianidade, por possuir os elementos que compõem essa cartografia.

A gastronomia italiana foi analisada pela sua historicidade, fidelidade, herdada e desenvolvida através de pesquisas, viagens e congressos, nas ações do chefe Bruno Stippe. Os saberes e fazeres da cozinha, determinando uma cultura culinária de representatividade dessa italianidade, que surge com os primeiros imigrantes que chegaram na cidade de São Paulo e, depois, para várias outras regiões do país. Encontraram na convivência diária, no trabalho duro do dia a dia, o conforto e as alegrias, do e no entorno da mesa.

Com o surgimento de estabelecimentos, de famílias de imigrantes italianos, que serviam alimentos para esses imigrantes e trabalhadores, trouxeram junto, não só a alimentação típica italiana e suas adaptações, mas também, a oportunidade de conhecer a sua própria culinária, já que na Itália não tinham essa possibilidade. Outro item notável dessa bagagem é a alegria e o conforto existentes nas cozinhas domésticas típicas dessas famílias, que abrem as portas de suas cozinhas para repartir alimentos e, posteriormente, comercializá-los, formando, assim, o embrião do que hoje temos e conhecemos por cantinas.

Neste momento de transição do doméstico para comércio, as características do primeiro seguem para o segundo, mantendo, dessa forma, os traços da família, no ambiente de trabalho. Essas características levam o texto doméstico, onde se encontram os fazeres da cozinha, aromas, texturas, cores, formas, sons, os objetos para cozinhar e os de servir, elementos que trazem no seu gene, os sinalizadores de italianidade.

Os elementos culturais que vieram na bagagem dos imigrantes, que se originaram de regiões diversas da península, fundiram-se em alguns tópicos, na nova terra. Entre os aspectos que não se amalgamaram e que distinguem as origens regionais desses imigrantes, nota-se o humor e os ânimos. Essa característica, referente aos ânimos, de caráter inerente, também apresenta, uma espécie de marca, que traz impressa um tipo de relacionamento hospitaleiro e amoroso, bem definido e peculiar. O trajeto que percorre é o mesmo mencionado anteriormente: inicialmente no uso diário, familiar, informalmente, mas não se desassocia nos momentos formais ou no convívio profissional e comercial. Essa característica cultural, pessoal, distingue um grupo que tem no seu modo de relacionar-se com tudo, particularidades semelhantes.

Analisando essa tipificação, que caracteriza o italiano, nas relações comerciais originárias das relações familiares, soba reflexão da hospitalidade e amorosidade, foram observados diversos textos, de linguagens diversas, extremamente vigorosos. Causa de estranhamento para quem analisa tanta potência brotando nos textos

hospitaleiros e amorosos, pode soar como um em antítese aos outros, mas, ao aprofundarmos as observações e entendimentos culturais e pessoais dos envolvidos na relação, surge a cognição de que a potência é a fortificação cuidadora das relações, o chamar a atenção calorosamente, para que a hospitalidade e amorosidade estabelecida na relação venha a ser, ou permaneça, harmoniosa e agradável.

A Cantina C que Sabe!, estabelecida há mais de 80 anos por imigrantes originários da região sul da Itália, traz na sua formação todos os elementos mencionados e aprimorados com o tempo, em uma trajetória em que foram percebidas as qualidades da cultura ancestral da península, como diferenciadoras da própria cantina, entre tantas outras e, principalmente como um modo ético, agradável e espontâneo de relacionamento com os seus clientes.

Essa forma de relacionar-se, relatada como espontânea, não se deteve na forma original, mas evoluiu em um processo de assimilação das mudanças sociais que desabrocharam com o tempo. Ao que parece, essa versatilidade decorre da capacidade dos envolvidos, de estarem atentos e acessíveis para reconhecer as ânsias provenientes dos outros.

Na perspectiva de entendimento, como uma releitura de Maturana (1998, p. 31) “[...] sem aceitação e respeito por si mesmo não se pode aceitar e respeitar o outro, e sem aceitar o outro como legítimo outro na convivência, não há fenômeno social” Esse fenômeno social que Maturana menciona entrelaça-se com o conceito de dádiva, fundamentando a hospitalidade, de Mauss (2003) “dar, receber e retribuir”. (2003). Da dádiva de dar (doar) como forma de reconhecer as necessidades do outro, e de receber como forma de aceitação da doação alheia, surge o vínculo cíclico da hospitalidade, onde a próxima etapa é a retribuição, que provocará outras retribuições.

Os entrelaçamentos dos conceitos de Mauss, com a hospitalidade e Maturana, com a amorosidade, são profundos a ponto de amalgamar-se, tornando-se uma tarefa impossível, ou extremamente difícil discernir uma da outra. Neste trabalho, foram citadas e explicadas separadamente, mas consideradas nas análises como uma forma conjunta de ações, que geram potência mútua.

Por fim, resgato o objetivo geral desta dissertação: “Identificar e caracterizar marcas de hospitalidade e amorosidade na italianidade da Gastronomia Paulistana, considerando práticas gastronômicas da cantina C que Sabe!”. Conforme demonstrado na Figura 9, com o quadro-síntese, as marcas de hospitalidade, amorosidade e italianidade correspondem a três dimensões, cuja enunciação foi criada como matriz descritiva desta pesquisa: dimensão materialidade e territorialidade, dimensão sensorial e dimensão abstrata. Tratou-se, no caso, de sistematizar as marcas identificadas, em coerência com o conteúdo apresentado extensivamente, ao longo da dissertação, e com a compreensão de que a experiência gastronômica é algo complexo, que en-

volve uma multiplicidade de elementos, conforme pôde ser observado na Cantina C que Sabel!

Vale destacar, ainda, que o fato de apontar elementos de hospitalidade e amorosidade, em alinhamento com os pressupostos teóricos deste estudo, não nega que a cantina é também um negócio de gastronomia. Ao contrário, remete à reflexão sobre o valor da experiência gastronômica e a necessidade de sustentabilidade. Entende-se que não há dicotomia entre ser uma cantina hospitaleira e amorosa e ser um empreendimento gastronômico de reconhecimento nacional e internacional.

Fica aqui sinalizada a necessidade e a relevância de futuros estudos, para aprofundar a discussão teórica das dimensões aqui apresentadas, no seu todo e também nas singularidades dos elementos verificados. Acredita-se que o quadro- síntese pode contribuir para a compreensão da dimensão de complexidade dos elementos envolvidos na pesquisa sobre Gastronomia, demandando não só outros estudos, envolvendo outras culturas culinárias, mas também uma maior reflexão e teorização sobre as dimensões propostas.

Ao encerrar essa experiência de saborear a prática de produção investigativa, posso afirmar a sensação de ter feito uma viagem no tempo, de revisão das histórias da família, da história da imigração italiana e, ao mesmo tempo, de retomar saberes ligados às práticas gastronômicas, que fui desenvolvendo. Deparei-me com o desafio de ser pesquisador do nosso tempo, orientado pelos pressupostos da Ciência Contemporânea, tão discutidos no PPGTURH e, também, integrantes das rodas de conversa Amorcomtur. Assim, fui ressignificando saberes e aprendendo 'fazendo', me relacionando com professores, colegas e autores, ao mesmo tempo em que revisitava a Cantina, os laços de família e a condição de italianidade também em mim. O resultado de tudo isso pode ser expresso no próprio nome do lócus investigado: 'C que Sabel!'. A partir de agora, o texto não é só meu!

Arrivedeci!

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALGRANTI, Marcia. Pequeno dicionário da gula. Rio de Janeiro: Record, 2000. In: Miyazaki, Márcia Harumi. **Ensinando e Aprendendo Gastronomia**: Curso de formação de professores. 2006. Dissertação (Mestrado em Educação). Unimep. Piracicaba.

ARAÚJO, Wilma Maria Coelho et. al. **Da Alimentação à Gastronomia**. Brasília: Editora, Universidade de Brasília, 2005.

_____ ; BOTELHO, Raquel Braz Assunção; GINANI, Verônica Cortez; ARAÚJO, Halina Mayer Chaves; ZANDONADI, Renata Puppim. **Da Alimentação à Gastronomia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

AJORB. Disponível em: <http://ajorb.com.br/hb-mapa%20da%20BV.htm>. Acesso em: 15 de abr. 2016.

BAPTISTA, Maria Luiza Cardinale. **Cartografia dos Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposição metodológica para uma ciência em mutação**. Revista Rosa dos Ventos, UCS, 2014. Disponível em: <http://ucs.br/revistarosadosventos>. Acesso em: 06 jul. 2016.

_____ . **Amorosidade Comunicacional no Turismo: Dispositivo parahospitalidade em tempos de complexidade**. In SANTOS, Marcia Maria Capellano; BAPTISTA, Isabel. *Laços Sociais: por uma epistemologia da hospitalidade*. Caxias do Sul, RS: Educs, 2014.

_____ . **Caosmose, desterritorialização e amorosidade na comunicação**. *Questões transversais – Revista de Epistemologia da Comunicação*. Vol. 2, nº 4, junho-dezembro/2014.

BARROS, Diana Luz pessoa de. **Teoria semiótica do texto**. São Paulo: Editora Parma, 2005.

BARTHES, R. **Pou une psyco-sociologie de l'alimentation contemporaine**. In: Cahiers des Annales n. 28, Pour une histoire de l'alimentation. A. Colin, 1970.

_____ . **A Câmara clara: nota sobre a fotografia**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984

BENTO, Inês de França (Org). **A festa de Maria**. Campinas. SP: Papirus, 1996.

BOOF, Leonardo. **Virtudes para um outro mundo possível**. Hospitalidade: direito e dever de todos. Petrópolis: Vozes, 2005.

BRASIL500ANOS. Disponível em: <http://brasil500anos.ibge.gov.br/territorio-brasileiro-e-povoamento/italianos.html>. Acesso em: 15 de abr. 2016.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004. Coleção ABC do Turismo.

CARNEIRO, Henrique. Apresentação. In: MONTANARI, Massimo. **Comida como Cultura**. 2. Ed. São Paulo: Editora SENAC, 2013.

CASCUDO, Luis da Câmara. **A História da Alimentação no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Global, 2011.

_____. **Antropologia da Alimentação no Brasil**. 2. ed. São Paulo: Global, 2008.

CHON, Kye-Sung; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade: Conceitos e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. **Sabores e memórias: Cozinha italiana e construção identitária em São Paulo**. Tese doutorado. Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8134/tde-22022010-125038/pt-br.php>. Acesso em: 16 fev. 2017.

COUTO, Mia. **O Fio das Missangas**. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (Orgs.). **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DERRIDA, Jacques. **Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar de Hospitalidade**. São Paulo: Escuta, 2003.

DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). **Hospitalidade Reflexões e Perspectivas**. Barueri: Editora Manole, 2002.

DÓRIA, Carlos Alberto. **A Culinária Materialista**: a construção racional do alimento e do prazer gastronômico. São Paulo: Editora Senac, 2009.

_____ . **Boca Livre**. São Paulo: Edições Tapioca, 2015.

_____ . **Estrelas no Céu da Boca**. São Paulo: Editora Senac, 2006.

_____ . **Formação da Culinária Brasileira**. São Paulo: Três Estrelas, 2014.

_____ ; ATALA, Alex. **Com Unhas, Dentes & Cuca**: Prática culinária e papo-cabeça ao alcance de todos. São Paulo: Editora Sena, 2008.

DUARTE, Jorge. BARROS, Antônio. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2014.

DUMAS, Alexandre. **Memórias Gastronômicas de Todos os Tempos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2005.

ESPEJO, Alan Villa. **Cozinha Cantineira**. São Paulo: Gráfica Editora Hamburg, 1996. FICBRASILE. Disponível em: <http://www.ficbrasile.com.br/index.php?definicao>
Acesso: 15 fev. 2016.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo (Org.). **A História da Alimentação**. 8. ed. São Paulo: Estação Liberdade, 2015.

_____ ; _____. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998. FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Artmed, 2009.

_____ . **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FRANCO, Ariovaldo. **Gastronomia, uma breve História Ilustrada**. Rio de Janeiro: Editora Guanabara, 1986.

FURTADO, Silvana; SOGAYAR, Roberta. **Hospitalidade**: um relacionamento global de conhecimentos e atitudes. São Paulo: LCTE Editora, 2009.

_____ ; VIEIRA, Francisco, **Hospitalidade**: turismo e estratégias segmentadas. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GAMBINI, Roberto. Corações Partidos no Porto de Gênova. **Revista Estudos Avançados**, São Paulo, USP, p. 264-296, 2006.

GOLDEMBERG, Mírian. **A Arte de Pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. Rio de Janeiro: Record, 2007.

_____. **A arte de pesquisar**: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais. 3. ed. Rio de Janeiro: Record, 1999.

IGEPRI. Disponível em: <http://igepri.org/news/2012/03/importacao-ganha-peso-na-arrecadacao-de-icms-em-sp/>. Acesso em: 15 fev. 2009.

IMIGRANTESITALIANOS. Disponível em: <http://www.imigrantesitalianos.com.br/> Acesso em: 15 fev. 2016.

JORDAIN, Robert. **Música, Cérebro e Êxtase. Como a música captura nossa imaginação**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

JOLY, Martine. **Introdução a análise da imagem**. Campinas, SP: Papyrus, 1996.

KELLY, Ian. **O livro Carême Cozinheiro dos Reis**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 2005.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

LASHLEY, Conrad. MORRISON, Alison. (Org.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.

LEONI, Carlos. **A Hospitalidade como Agente da Comunicação Organizacional: Um estudo de caso em um restaurante na cidade de Porto Alegre – RS**. Trabalho de conclusão de curso (T.C.C.), especialização. Programa de Pós-Graduação em Comunicação Estratégica (lato sensu), da Faculdade de Comunicação Social, das Faculdades Metodistas do Sul - IPA, para obtenção do título de Especialista em Comunicação Estratégica. Porto Alegre, 2013.

MAFFESOLI, Michel. **Mesa, Espaço de Comunicação**. In: DIAS, Célia M.M. (org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2002.

MATURANA, Humberto R. **Emoções e Linguagem na Educação e Política**. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MAYER, Danny. **Hospitalidade e Negócios** – O rei da gastronomia de Nova York Conta o Segredo do Sucesso. São Paulo: Novo Conceito Editora, 2007.

MONTANARI, Massimo (Org.). **O Mundo na Cozinha**: História, identidade, trocas. São Paulo: Estação Liberdade/Senac, 2009.

_____. **Comida como Cultura**. 2. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2013.

OBSERVATORIODOTURISMO. Disponível em: <http://www.observatoriodoturismo.com.br/quem-somos/>. Acesso em: 17 abr. 2016.

PAULA, Nilma Morcerf. **Introdução aos conceitos de Hospitalidade em serviços de alimentação**. In: DIAS, Célia M.M. (org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2002.

PERULLO, Nicola. **O Gosto como Experiência**: Ensaio sobre filosofia e estética do alimento. São Paulo: Sesi Editora, 2013.

SANTOS, Marcia Maria Capellano; BAPTISTA, Isabel.(Org.). **Laços Sociais**: por uma epistemologia da hospitalidade. Caxias do Sul, RS: Educs, 2014.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de linguística geral**. São Paulo: Cultrix; USP, 1969.

SAVARIN, Brillat. **A Fisiologia do Gosto**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
SEVERGNINI, Beppe. **A Cabeça do Italiano**. Rio de Janeiro: Record, 2008.

SEVERINO, Antonio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SLOAN, Donald (Org.). **Gastronomia, Restaurantes e Comportamento do Consumidor**. Barueri,SP: Manole, 2005.

STEINGARTEN, Jeffrey. **O Homem que Comeu de Tudo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

TELFER, E. **Food for Thought of Diner: Philosophy and Food**. London, UK: Routledge, 1996.

THUMBS. Disponível em: <http://thumbs.dreamstime.com/z/political-map-italy-21450557.jpg>. Acesso em: 15 abr. 2016.

TRENTO, Angelo. **Do outro lado do Atlântico**: um século de imigração italiana no Brasil. São Paulo: Editora Nobel; Instituto Italiano di Cultura di San Paolo; Instituto Cultural Ítalo-Brasileiro, 1989.