UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
PROGRAMA DE MESTRADO EM HOSPITALIDADE

# O TEMA NORDESTINO NO COMÉRCIO E NO TURISMO DA CIDADE DE SÃO PAULO

## ESTUDO DE CASO: RESTAURANTE ANDRADE

SANDRA MARIA ANDRADE NUNES

SÃO PAULO

2006

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI**
**PROGRAMA DE MESTRADO EM HOSPITALIDADE**

# O TEMA NORDESTINO NO TURISMO E NA HOSPITALIDADE DA CIDADE DE SÃO PAULO

# ESTUDO DE CASO: RESTAURANTE ANDRADE

**SANDRA MARIA ANDRADE NUNES**

**Dissertação de Mestrado apresentado à Banca Examinadora, como exigência parcial para a obtenção de título de Mestre do Programa de Mestrado em Hospitalidade, área de concentração Planejamento e Gestão Estratégica em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, sob a Orientação da Profa. Dra. Maria do Rosário Rolfsen Salles**

**SÃO PAULO**
**2006**

BANCA EXAMINADORA

_____

_____

_____

# DEDICATÓRIA

*Aos meus filhos Paulo e Fernanda, em cujos sorrisos pensei nos momentos de desalento, para continuar em frente.*

# AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que colaboraram com a realização desta dissertação, mas em especial à

Profª Drª Maria do Rosário Rolfsen Salles, pelas pacientes orientações.

Sr. Andrade e equipe do Restaurante Andrade, pela atenção e tantos gestos de hospitalidade a mim dispensados, sempre.

Profª Célia Dias, pelo carinho e orientações.

Profª Sênia Bastos, pelas observações pontuais e decisivas que me colocaram de volta no caminho de origem.

Sérgio Vieira, pelo “estranhamento” que me causou quando afirmou que nordestino na cidade de São Paulo não é mais nordestino.

Sérgio Perales, pelas preciosas descobertas nos sebos.

Rodnei Pachani, pelos ensinamentos de estatística.

Coordenação e colegas do curso de turismo da Uninove, pelo apoio direto e indireto.

Aos meus alunos, com quem aprendi e exercitei metodologia incansavelmente.

Íris Alencar, pela amizade.

Rogério Nunes, irmão e amigo, pelo apoio técnico de informática.

Lula Gama, pelo amigo e professor que é.

Ari Guimarães, por me ouvir e ouvir e ouvir.

Sérgio Clemente, pela amizade incondicional.

Tatiana Luchezi, pela amizade e dicas preciosas que permitiram o “desarollo” desta etapa da minha vida.

Cynthia Melo, pelo carinho, apoio e correções.

Aos meus pais, pelo exemplo de coragem e otimismo.

Minha família, pela compreensão das minhas ausências nos momentos familiares importantes.

A Deus, como não poderia deixar de ser numa boa filha de nordestinos.

# RESUMO

O desenvolvimento do turismo na cidade de São Paulo nem sempre fez parte dos principais objetivos econômicos do poder público, não obstante os segmentos de negócios e de eventos, relevantes para a cidade, apresentarem números expressivos nas estatísticas do turismo nacional. A população paulistana, formada por imigrantes de diversas origens, assim como por migrantes das regiões brasileiras, principalmente, a nordestina, influencia o lazer, a cultura e, conseqüentemente, a oferta turística da cidade. A população nordestina ali presente é significativa e, apesar das dificuldades encontradas durante o processo de migração e de adaptação ao novo espaço, os referenciais da sua cultura foram reconstruídos e encontram-se espalhados por todos os bairros da cidade. O objetivo deste trabalho é apresentar o aproveitamento do tema nordestino no comércio e no turismo de São Paulo, tendo o elemento nordestino no papel de anfitrião, sob a ótica do visitante. Os aspectos selecionados para a identificação dos símbolos da cultura nordestina relacionados ao turismo foram a gastronomia, a música e a dança, contextualizados no ambiente do receber comercial. Para o desenvolvimento da pesquisa, fez-se uso da metodologia de pesquisa exploratória e bibliográfica, complementada por pesquisa de campo e um estudo de caso elaborado com informações obtidas no Restaurante Andrade, estabelecimento de restauração, localizado no bairro de Pinheiros, apontado por guias gastronômicos como típico nordestino, onde foi realizada uma entrevista com o proprietário, e aplicados questionários com os clientes, além de observação direta durante a pesquisa de campo. Os resultados da pesquisa mostram que os espaços de lazer da cidade relacionados ao tema nordestino são freqüentados, mormente, por nordestinos e descendentes, moradores da cidade levando à conclusão que o tema nordestino é aproveitado no comércio e no lazer da cidade.

**Palavras-chave**: Hospitalidade comercial. Migrantes nordestinos. Sociabilidade. Turismo cultural.

# ABSTRACT

The development of the tourism in São Paulo city nor always was part of the main economic objectives of the public power, not obstante the business-oriented segments and events, relevant for the city, to present expressive number in the statisticians of the national tourism. The São Paulo population, formed for immigrants of the Brazilian regions, mainly, the northeastern, influences the leisure, the culture and, as a result, the touristic offers in the city. The northeastern population, there present, is significant and, despite the difficulties found during the migration process and adaptation to the new space, the references of its culture has been reconstructed ans spreaded by all over the quarters of the cities. The objective of this research is to present the exploitation of the subject northeastern in the commerce and the tourism of São Paulo, having the element northeastern in the host paper, undes the optics of the visitor. The aspects selected for identification of the symbols of the culture northeastern, related to the tourism, had been: gastronomy, music, and the dance, contextualized in the environment of receiving trade. In order to the development of the research, it was used of the methodology exploratory and bibliographical research, complemented for field research and a study of case elaborated with information gotten in Andrade's Restaurant, establishment of restoration, located in the quarter of Pinheiros, pointed for typical northeastern gastronomics guides, where an-interview with the owner was carried through, an applied questionnaires with the costomers, beyond direct comment during the field research. The results of the research show that the spaces of leisure of the city related to the subject northeastern are frequented mainly, by northeastern and descendants, inhabitantes of the city leading to the conclusion that the subject northeastern is used to advantage in the commerce and the leisure of the city.

**Key-words**: Cultural Tourism. Commercial hospitality. Northeastern immigrants. Sociability.

## Lista de figuras

Figura 1 – Mapa da Região Nordeste ..... 17
Figura 2 – Hospedaria do Imigrante, início do século XX..... 19
Figura 3 – Fachada principal do Memorial do Imigrante ..... 19
Figura 4 – Bispo italiano D. João Batista Scalabrini ..... 35
Figura 5 – Entrada interna da sede da Casa do Migrante..... 36
Figura 6 – Dormitório da Casa do Migrante ..... 36
Figura 7 – Migrante nordestino no trabalho, em casa de comércio..... 41
Figura 8 – Artigos comercializados em “casa do norte” ..... 41
Figura 9 – Bairros da cidade de São Paulo..... 45
Figura 10 – A complexidade do turismo ..... 51
Figura 11 – Turistas internacionais de negócios em São Paulo..... 77
Figura 12 – Comparativo do gasto médio diário – São Paulo x Brasil..... 78
Figura 13 – Troféus atribuídos ao restaurante pelo Guia Quatro Rodas..... 87
Figura 14 - Fachada do Restaurante Andrade ..... 89
Figura 15 - A decoração do bar..... 91
Figura 16 – Mesas do restaurante..... 92
Figura 17 – Grupo musical de forró..... 93
Figura 18 – Casal dançando forró descalço..... 96
Figura 19 – Percepção da ‘nordestinidade’ do restaurante pelos clientes ..... 100
Figura 20 – Apreciação dos clientes: o ambiente..... 103
Figura 21 – Apreciação dos clientes: o atendimento..... 104
Figura 22 – Apreciação dos clientes: a comida..... 104
Figura 23 – Apreciação dos clientes: a dança..... 105
Figura 24 – Apreciação dos clientes: os freqüentadores..... 105
Figura 25 – Apreciação dos clientes: a música ..... 106
Figura 26 – Apreciação dos clientes: o preço..... 106
Figura 27 – Naturalidade..... 108
Figura 28 – Relação com o tema nordestino (morador)..... 109
Figura 29 – Relação com o tema nordestino (não morador)..... 110

## Lista de quadros

Quadro 1 - Imigrantes e trabalhadores nacionais entrados na Hospedaria do imigrante do Estado de São Paulo – Período de 01/08/1935 a 1/12/1939 .. 25
Quadro 2 – Procedência dos trabalhadores nacionais entrados na Estado de São Paulo – segundo Estados / Regiões 1934 –1951 ..... 26
Quadro 3 – Aumento da população devido ao crescimento vegetativo e à migração no Rio de Janeiro e em São Paulo, entre 1940 e 1950 ..... 32
Quadro 4 – Proveniência dos migrantes à grande São Paulo..... 33
Quadro 5 – Perfil do migrante atendido na Casa do Migrante..... 37
Quadro 6 - Estabelecimentos e Empregos por Tipo de Atividade ..... 73
Quadro 7 - Estabelecimentos e Empregos por Número de Empregados..... 73
*Quadro 8 – Distribuição das viagens destinadas ao Brasil e a São Paulo, por motivação.....76*
Quadro 9 - Turistas internacionais de negócios em São ..... 77
Quadro 10 – Origem dos clientes por região ..... 108

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO ..... 11
Capítulo 1 MIGRAÇÃO E ADAPTAÇÃO NO NOVO LUGAR ..... 16
Capítulo 2 LAZER, TURISMO E HOSPITALIDADE ..... 48
Capítulo 3 RESTAURANTE ANDRADE – ATRATIVO TURÍSTICO OU LOCAL DE ACOLHIMENTO DE NORDESTINOS? ..... 80
CONSIDERAÇÕES FINAIS ..... 113
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 118
BIBLIOGRAFIA ..... 122
Apêndices ..... 128
Apêndice A – Transcrição da entrevista com o Sr. Manoel Leite de Andrade 129
Apêndice B – Autorização de uso de informação ..... 141
Apêndice C – Modelo do questionário ..... 142
Apêndice D – Resultados tabulados ..... 145
Anexos ..... 150
Anexo A – Cardápio do Restaurante Andrade ..... 151

# INTRODUÇÃO

Como toda cidade cosmopolita, São Paulo representa uma metrópole cuja população é formada por pessoas provenientes das mais diversas partes do mundo, e também fazem parte dessa diversidade, habitantes de outras regiões brasileiras, principalmente da região Nordeste.

Esses forasteiros, tanto estrangeiros como nacionais, tiveram em comum o sonho de fazer a vida na cidade que despontou no cenário econômico nacional como sinônimo de oportunidade de emprego, e todos eles trouxeram consigo os modos e costumes de suas culturas, o quais foram adaptados à nova realidade, mas que representaram formas de conservar os significados referentes às suas tradições.

A hospitalidade da cidade para com seus moradores se dá na forma de acolhimento a todos, sem distinção; todavia, as diferenças entre raças e culturas representam um profundo poço de preconceitos, o que evidencia a hostilidade, outra característica da cidade.

Num simples caminhar descompromissado, percebemos referências concentradas em determinados bairros da cidade que fazem lembrar os migrantes e imigrantes que a compõem. As referências nordestinas estão espalhadas por todos os bairros: as lojas de produtos típicos, conhecidas como “Casa do Norte”, as casas de forró, a música, os camelôs, os restaurantes de culinária típica, os botecos que vendem mocofava, caldos de mocotó, de sururu, de ovos. Há bairros onde a presença de nordestinos é maciça como São Miguel Paulista, Santo Amaro e Brás.

Não se pode negar que a contribuição dos nordestinos foi além da mão-de-obra empregada nos serviços pesados da construção civil necessária ao crescimento da cidade. Suas singularidades religiosas e culturais influenciam as festas e o lazer da cidade com seu fervor característico.

Considerada a cidade mais nordestina do país, a oferta de lugares de lazer com características pertinentes a esse grupo tem crescido em São Paulo, extrapolando o seu público habitual, tomando parte do painel cultural paulistano, que juntamente com os negócios e eventos, forma o eixo do segmento turístico explorado na construção da imagem turística da cidade.

Para refletir sobre alguns aspectos da cultura regional nordestina sob a perspectiva do turismo na capital paulistana, é necessário considerar o processo de construção da identidade cultural nordestina, num local bastante diverso daquele

deixado para trás com o processo de migração, assim como os valores de consumo da sociedade industrial na qual os migrantes buscaram se inserir.

Nesse sentido, esta dissertação busca responder à questão central sobre como o tema nordestino é abordado no comércio e no turismo da cidade de São Paulo e, para tal questionamento, levantamos alguns pressupostos que nortearam o processo investigativo:

a) O tema nordestino pode ser caracterizado na forma de receber comercial, referenciada pelos aspectos culturais regionais que se manifestam por meio da gastronomia, da música, da dança e do elemento nordestino que atua como anfitrião em alguns estabelecimentos de restauração;

b) O uso do tema nordestino no comércio da cidade de São Paulo pode ser tornar o atrativo principal em alguns estabelecimentos.

c) Os aspectos relacionados à cultura nordestina atuam como atrativos turísticos, dentro do turismo da cidade de São Paulo.

Apesar das alterações sofridas na simbologia dos aspectos da cultura reimplantada no grande centro urbano, a possibilidade do uso do tema nordestino na hospitalidade comercial paulistana e como atrativo diferencial em lugares de lazer e de turismo é uma das idéias que também guiou as pesquisas e pode ser contestada ou não.

Dessa forma, o objetivo principal da pesquisa está em averiguar a presença do tema nordestino no turismo de São Paulo a partir da hospitalidade comercial identificada nos estabelecimentos considerados típicos e que fazem parte da estrutura receptiva da cidade, neste caso, de forma mais específica, os restaurantes.

A presente dissertação tem como objetivos específicos caracterizar a migração nordestina para a cidade de São Paulo, a partir de estudos existentes e como os migrantes nordestinos, por meio da organização de redes sociais, montaram grupos de apoio que auxiliaram na criação de espaços de lazer e socialização; também**,** identificar como o visitante do Restaurante Andrade percebe a sua “nordestinidade”, corroborando a sua tipicidade, e verificar se há influência do tema nordestino identificado no restaurante sobre a motivação do turista que visita a cidade.

Devido à pouca bibliografia disponível sobre o tema hospitalidade envolvendo migrantes nordestinos no turismo da capital paulista, resolvemos realizar um estudo

de caso num restaurante comercial, apontado pelos guias de lazer e entretenimento como local que oferece pratos da culinária nordestina.[1].

A pesquisa de campo consistiu num levantamento inicial de alguns espaços de lazer na cidade, como o Centro de Tradições Nordestinas (CTN) e os restaurantes Recanto do Nordeste e Andrade. Levando-se em consideração os objetivos que norteiam esta pesquisa e referentes ao turismo, ao lazer e à hospitalidade em São Paulo, optamos por realizar um estudo de caso no Restaurante Andrade, onde buscamos identificar os atrativos turísticos relacionados aos elementos da cultura nordestina pela representação dos freqüentadores e mostrar que a hospitalidade comercial do restaurante está ancorada no tema nordestino se beneficiando do estereótipo da hospitalidade nordestina.

Uma das formas possíveis de compreender o estereótipo de hospitalidade que envolve a figura do nordestino é a tradição inventada, criada com base na formação de servilismo, iniciada no período da colonização do Brasil. Podemos dizer que a tradição inventada é uma forma de definir valores, normas, comportamentos, objetos e/ou espaços baseados em aspectos culturais ou não, que aparentam existir há muito tempo, porém são recentes e incorporados através da repetição.

Complementamos a metodologia adotada com pesquisa exploratória bibliográfica para levantamento de estudos nas áreas de conhecimento da história, da sociologia e da antropologia; com aplicação de entrevista e questionários e observação direta do ambiente. A pesquisa bibliográfica colaborou para a compreensão do processo migratório interno e das ferramentas desenvolvidas pelos migrantes, como a construção das redes sociais de apoio para a sua adaptação ao novo meio e reconstrução dos símbolos culturais; a entrevista com o Sr. Andrade, proprietário do restaurante escolhido para a realização do estudo de caso, procurou identificá-lo como migrante nordestino, baiano de origem**,** bem como conhecer sua trajetória e sua vida profissional em São Paulo.

No Restaurante Andrade, os aspectos da cultura nordestina são observados no serviço de alimentos e bebidas oferecido, na música e no espaço para dança, salpicado por talco, o que facilita os passos dos “dançarinos”, no ambiente decorado com artesanato proveniente não só dos estados na região Nordeste; todos são elementos relacionados ao imaginário social como pertencente à cultura nordestina.

---

[1] Um desses guias é a revista Veja São Paulo, suplemento da revista Veja, de publicação semanal e circulação exclusiva na cidade de São Paulo.

A escolha desse tema para a pesquisa de mestrado se justifica pelo fato de estar inserida numa linha de pensamento que envolve a formação da identidade turística da cidade de São Paulo, a maior da América Latina e a quarta maior do mundo, e parte expressiva da sua população, composta por migrantes nordestinos.

Como descendente de nordestinos e bacharel em turismo, temos um olhar e sentir significativos referentes aos reflexos da presença dos nordestinos na cidade de São Paulo sobre o turismo, e consideramos importante destacar, por meio de estudos nessa área e na de hospitalidade, a representatividade dos aspectos culturais no turismo da cidade, acreditando colaborar para o desenvolvimento da pesquisa numa área ainda pouco explorada envolvendo o turismo, a hospitalidade e os nordestinos moradores da cidade.

Certamente não de trata de uma pesquisa conclusiva, uma vez que o tema referente ao turismo em São Paulo está passando por mudanças, redefinindo-se constantemente.

Os resultados das pesquisas desenvolvidas para esta dissertação estão apresentados em três capítulos. No primeiro capítulo, buscamos reconstruir a trajetória da migração nordestina por meio de um estudo bibliográfico dos movimentos migratórios, em especial os internos, quando os nordestinos se deslocaram para o estado e, mais tarde, para a cidade de São Paulo, a partir da década de 1930. A visão da migração nordestina se dá pela ótica político-econômica da primeira metade do século XX, a qual articula o deslocamento de milhares de nordestinos para abastecer um mercado tanto rural como urbano, carente de mão-de-obra. Ainda são abordados estudos na área da sociologia e da antropologia para compreender a construção dos novos símbolos culturais como forma de adaptação, por meio do trabalho no comércio e a relação do nordestino com a criação de espaços de lazer e socialização na cidade.

A apresentação de conceitos referentes a processos pertinentes a turismo, lazer e hospitalidade, em torno dos quais desenvolvemos as observações sobre a cidade de São Paulo e o Restaurante Andrade, tomam parte no segundo capítulo, no qual também apresentamos informações pinçadas dos estudos de historiadores clássicos e de Geraldo Castelli, profissional e pesquisador das áreas de turismo e hotelaria, com as quais especulamos sobre as possibilidades de entender o comportamento do nordestino frente a uma caracterização estereotipada de hospitalidade do brasileiro.

O terceiro capítulo apresenta um estudo de caso sobre o Restaurante Andrade, abordando uma descrição detalhada do estabelecimento baseada nas observações obtidas com a pesquisa de campo, um breve histórico da trajetória da vida do seu proprietário e do bairro de Pinheiros, onde o restaurante está localizado e onde procuramos identificar as referências da presença nordestina. Em seguida são mostrados os resultados da pesquisa realizada com os clientes do restaurante, na qual procuramos identificar a sua interpretação dos aspectos significativos do restaurante como nordestino e as impressões captadas sobre a hospitalidade comercial, além da atuação do elemento humano nordestino enquanto anfitrião. Tais resultados embasam a análise que comprova ou não os pressupostos desta pesquisa.

Por fim, apresentamos as considerações finais, procurando analisar os resultados da pesquisa e buscando compreender a influência daquilo que entendemos como tema nordestino no espaço do restaurante estudado, assim como as relações de hospitalidade comercial e social que ali ocorrem.

# CAPÍTULO 1 MIGRAÇÃO E ADAPTAÇÃO NO NOVO LUGAR

> ...Nós vamos a São Paulo, que a coisa tá feia,
> por terras alheia, nós vamos vagar
> Meu Deus, meu Deus / Se o nosso destino,
> não for tão mesquinho, cá e pro mesmo cantinho
> Nós torna a voltar
> Ai, ai, ai, ai...
>
> A triste partida, Luiz Gonzaga, cantor e compositor nordestino

O objetivo deste capítulo é discutir alguns aspectos referentes ao processo migratório e às dificuldades de adaptação às novas condições, tendo em vista o caso das migrações nordestinas para São Paulo. Este capítulo não poderia ser iniciado sem que houvesse um breve entendimento do percurso dos movimentos migratório através do tempo.

O tema migração tem sido explorado de diferentes maneiras e sob diferentes aspectos na atualidade, porém os deslocamentos populacionais datam de tempos antigos, a tomar como exemplo o êxodo de populações inteiras motivadas pela fé**.**

Os deslocamentos populacionais, movidos por interesses diversos, alteraram os contornos demográficos de países e cidades inteiras, levando algumas regiões ao despovoamento e outras, à superpopulação.

No século XIX, os movimentos populacionais já eram observados e algumas "leis de migração" adotadas como referencial para as análises posteriores foram então estabelecidas nesse período. A partir desses estudos verificaram-se algumas constantes nos deslocamentos populacionais e dentre elas, podemos citar que os fluxos migratórios sempre estiveram relacionados aos seus excedentes populacionais. Os deslocamentos foram, e ainda são, motivados e permeados por fatores políticos e econômicos (PACHECO e PATARRA,1997).

Com o processo de transformação do trabalho em mercadoria, os trabalhadores alijados de suas terras, passaram a ver a possibilidade de sobreviver nos centros urbanos vendendo a sua força de trabalho para as indústrias ali localizadas.

Essa situação foi ocasionada pelo capitalismo em formação, que precisava de uma população livre, trabalhadora, disponível, capaz de responder aos requisitos da dinâmica do novo sistema produtivo. Formou-se assim o mercado de trabalho, que após a Revolução Industrial, passou a crescer, devido à queda da mortalidade e ao crescimento vegetativo das populações urbanas, provocando movimentos migratórios em massa entre países, observados e conhecidos na história como os

momentos que ligaram o Novo e o Velho Mundo, a partir do século XIX (PACHECO e PATARRA ,1997).

Por fim é importante salientar que os interesses políticos também influenciaram os movimentos migratórios pelo mundo.

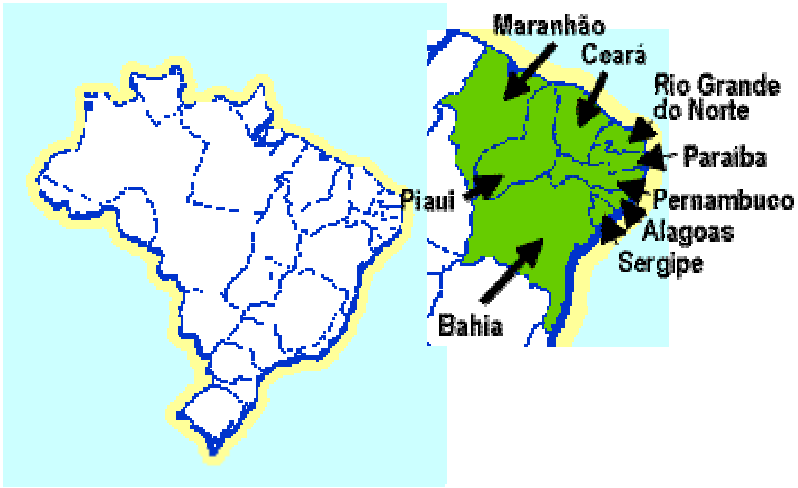
As populações deslocadas, chamadas de migrantes, retirantes ou flagelados (PAIVA, 2004), procuram se adaptar ao seu novo lugar, buscando criar raízes na esperança de não ter que mudar outra vez.

No Brasil, os diversos movimentos migratórios internos deslocaram milhares de cidadãos de diversas regiões para outras, do litoral para o interior, do interior para o litoral, do Norte e Nordeste para o Sul e Sudeste, do Sul para o Centro-Oeste, etc.

Neste capítulo enfocamos a migração dos nordestinos que tiveram como destino final a cidade de São Paulo, bem como as influências exercidas e sofridas, dentro do processo de adaptação, no novo ambiente, com destaque para a área do lazer e turismo.

Nesta dissertação, usamos como definição de Nordeste, a região brasileira geo-política formada pelos estados de Alagoas, Bahia, Ceará, Maranhão, Paraíba, Pernambuco, Piauí, Rio Grande do Norte e Sergipe (IBGE) (Figura 1).

Figura 1: Mapa da região nordeste




Fonte: www.meubrasil.inf.br/Pages/RNordeste.htm. Acesso em 15/12/2005.

Consideramos importante destacar o uso popular, porém equivocado, dos termos “nordestino” e “nortista”. Apesar de ser aplicado no tratamento dos migrantes nordestinos, o termo “nortista” refere-se aos migrantes nascidos nos estados da

região Norte (Acre, Amapá, Amazonas, Pará, Rondônia, Roraima e parte do Tocantins). Todavia, como não há um conhecimento maior da geografia brasileira por parte dos cidadãos mais humildes, inclusive nordestinos e nortistas, os termos citados, tanto um como outro, são aplicados a todos os migrantes cuja origem seja os estados localizados na porção ao norte do Brasil, independente da sua divisão regional.

## 1.1 O Início dos Movimentos Migratórios Internos no Brasil

No Brasil, os primeiros movimentos para uma política migratória surgiram com o objetivo de estabelecer a supremacia dos limites territoriais ultramar do império português por meio de um projeto de colonização agrícola, cuja meta principal era o povoamento de terras vulneráveis à tomada por outros povos. O mesmo atraiu alemães e italianos para o Sul do país, no início do século XIX, motivados a estabelecerem ali pequenas propriedades agrícolas.

Mais tarde, com o fim do trabalho escravo, milhares de imigrantes da Europa e da Ásia chegaram às terras brasileiras para trabalhar nas lavouras de café, durante o período compreendido entre o fim do século XIX e início do século XX, estimulados por um acordo entre os governos brasileiro e dos países emissores e apoiados pela política nacional de subvenção e financiamento das despesas de acomodação e transporte até as regiões cafeicultoras do Sudeste.

Após esse período, a política nacional, aos poucos, voltou-se para o subsídio da migração interna, por meio, principalmente, do custeio da viagem dos nordestinos trabalhadores agrícolas atraídos para substituir os imigrantes nas lavouras de café do interior da província de São Paulo.

Até aquele período, a imigração era o centro das preocupações políticas e governamentais, as quais culminaram na institucionalização da mesma a partir de 1885, com o subsídio total das passagens pelo governo provincial de São Paulo e a criação da Hospedaria do Imigrante (figura 2), na atual Rua Visconde de Parnaíba, no bairro do Brás, que funcionou como um verdadeiro mercado de trabalhadores (Moura, 1997) e hoje funciona como o Memorial do Imigrante (figura 3) e guarda importante acervo sobre a imigração e a migração interna.

Figura 2: Hospedaria do Imigrante, início do século XX.

Fonte: http://memorialdoimigrante.com.br. Acesso em 02/01/2006.

Figura 3: Fachada principal do Memorial do Imigrante.

Fonte: http://memorialdoimigrante.com.br. Acesso em 02/01/2006

Mesmo antes da institucionalização da política que subvencionou a imigração de milhares de italianos, espanhóis, portugueses, chineses e japoneses, entre outros que vieram para o Brasil, muitos brasileiros nordestinos já manifestavam, senão interesse, a necessidade de trabalhar em outras terras que não as de sua origem, para garantir a sobrevivência, mesmo que isto implicasse na mudança para outra região.

Moura (1997) aponta em seus estudos a força das intempéries climáticas que, em fins do século XIX, na província do Ceará, pressionando as famílias a se tornarem retirantes, impunha-lhes uma única opção, a busca por outras oportunidades em terras fora do Nordeste. Data de 1877-79 a grande seca ocorrida naquele estado, o que expulsou muitas famílias de suas terras em direção às áreas litorâneas ou à outras regiões, dentre estas a Sudeste. Trata-se, pois, de um detalhe de uma conjuntura política e econômica na qual a própria elite e o governo procuraram estimular a saída da população pobre e livre.

Tal fato acontecia porque o sertão semi-árido sofria com a sua exclusão natural do processo econômico, desde a época do cultivo da cana-de-açúcar, por não apresentar a condições mínimas necessárias para o cultivo do produto de exportação, ou seja, suas terras eram arenosas e sem matas para o fornecimento de lenha que movimentariam o engenho, além das águas serem escassas.

A região Sudeste, como se sabe, despontava no cenário nacional como o mais novo e importante centro econômico a partir da cafeicultura (PRADO JR.,1983) e para lá os governos das províncias do Nordeste pretendiam enviar a população ociosa do sertão, subsidiando o pagamento de passagens e diárias em pousadas, no trajeto até o destino. Muitos tiveram as despesas de viagem pagas pelo Estado até a capital do Império e de lá, o fazendeiro, proprietário do latifúndio interessado em ter braços para trabalhar em suas terras, custeava a parte final da viagem.

Assim, as imigrações voltadas para o Oeste Paulista, onde estavam localizadas as maiores fazendas cafeicultoras carentes de mão-de-obra para o trabalho na lavoura, foram alvo de críticas de muitos proprietários do Nordeste, pois lhes parecia “[...]incompreensível que a elite paulistana estimulasse a colonização estrangeira em detrimento das inúmeras famílias que, em sua região, viviam à míngua, sem trabalho e sofrendo penúrias provocadas pela estiagem[...]” (MOURA,1997, p.123).

A política imigrantista implantada pelo governo da província de São Paulo atendeu aos fazendeiros, que, pressionados pela falta de mão-de obra ocasionada pela proibição do trabalho escravo, aderiram aos interesses das burocracias imperiais e aceitaram em suas terras, trabalhadores italianos, muitos dos quais eram retirados na Hospedaria do Imigrante, sob encomenda.

Todavia, as dificuldades de adaptação, tanto dos imigrantes ao trabalho na lavoura, quanto dos fazendeiros em relação ao imigrante, cujos hábitos trazidos de seus países de origem eram muito diferentes, resultou em graves problemas. Muitos deles consideravam injustas as condições de trabalho nas fazendas e, em protesto, simplesmente cruzavam os braços, dando início às greves, ou fugiam para as cidades, onde acreditavam ser possível encontrar trabalho nas fábricas emergentes, cujo principal objetivo era abastecer o mercado consumidor interno formado pelos profissionais e trabalhadores da metrópole financeira que São Paulo já anunciava ser.

Muitos imigrantes pobres, principalmente portugueses, passaram a viver em senzalas e disputar posições com escravos de ganho[2].

A situação caótica formada pelas greves dos trabalhadores que permaneceram no campo e pelos atritos entre os imigrantes pobres revoltosos da cidade influenciou os países de origem desses imigrantes a tomarem as primeiras medidas de restrição à imigração estrangeira, que culminaram com a fixação de quotas pelo governo brasileiro, nas Constituições de 1934 e 1937 (PACHECO e PATARRA, 1997).

Estava assim, criado o ambiente para que o foco da política capitalista do Sudeste fosse direcionado para o Nordeste e o Estado de Minas Gerais, cujo excedente populacional formado desde o princípio da colonização, quando sediaram os primeiros ciclos econômicos, seria atraído para as lavouras de café.

Fica fácil compreendermos a posição dos cafeicultores que, sob tal pressão, se viram obrigados a repensar a possibilidade de ter em suas terras, trabalhadores provenientes de localidades nacionais. Fez-se necessária uma reestruturação da política de mão-de-obra que, a partir de então, empenhou-se em atrair trabalhadores migrantes dessas regiões para o interior do Estado de São Paulo, principalmente. Dentro desse quadro, a Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo desempenhou papel primordial, pois uma de suas responsabilidades era, então, organizar, controlar e normatizar o fluxo de migrantes para as propriedades cafeicultoras do interior do estado.

De acordo com Paiva (2004, p.22-3), baseado em documentação levantada na Secretaria da Agricultura do Estado de São Paulo

> [...] a política de mão-de-obra reordenou-se paulatinamente para a utilização, na lavoura, de trabalhadores migrantes, vindos basicamente do Nordeste e de Minas Gerais. Segundo dados obtidos nessa mesma documentação, o Estado de São Paulo recebeu e encaminhou para a agricultura, especialmente para as plantações de café e algodão, mais de 1.300.000 trabalhadores migrantes no período de 1927 a 1951.

A partir da década de 1930, a política do governo estadual passou a estimular a vinda de milhares de trabalhadores para as fazendas de café, estabelecendo um tipo de migração classificada como rural-rural, no qual a mão-de-obra era recrutada

[2] Escravos que prestavam serviços remunerados para outrem e cujo salário era agregado à renda do seu dono.

nas minguadas lavouras decadentes de áreas do sertão do Nordeste brasileiro com destino à lavoura do café.

O que mais intriga, nesse momento do processo migratório, é o interesse do governo paulista em estimular o deslocamento de milhares de mineiros e nordestinos para as lavouras de café do interior do estado, quando sua estrutura agroexportadora já vinha apresentando sinais de fragilidade antes mesmo da crise da bolsa de Nova York, em 1929 (SINGER, 2001).

O despropósito do governo paulista em manter a política de migração nacional, subsidiando as despesas de transporte dos migrantes mineiros e nordestinos, juntamente com a intervenção do governo federal que buscou regular artificialmente o mercado do café, comprando e queimando milhares de sacas do produto, fazia parte da política de construção de uma imagem sobre a falta permanente de mão-de-obra nas lavouras paulistas, localidade representativa do progresso nacional.

Para complementar essa política, o governo articulou a criação de uma imagem negativa envolvendo o Nordeste como local de fracasso, miséria e inviabilidade para o desenvolvimento econômico, por conta da escassez de oportunidades para os nordestinos trabalharem e criarem as condições necessárias à sua sobrevivência. Essa estratégia de desvalorização do Nordeste visava atrair mão de obra barata para as lavouras paulistas, o que, dentre outros fatores, pode ter gerado o problema do preconceito sofrido pelo nordestino em São Paulo até os dias de hoje.

Para a administração dos processos de inserção da mão-de-obra migrante nas lavouras paulistas, o governo do Estado de São Paulo readequou a estrutura da Secretaria da Agricultura, criada em fins do século XIX, cujo objetivo primeiro era controlar e direcionar os pedidos de trabalhadores imigrantes. Com a retomada da política de subsídio à mão-de-obra, a Secretaria da Agricultura passou a responder também pela captação, triagem e direcionamento de recursos humanos recrutados nos estados de Minas Gerais e do Nordeste para as fazendas, cujos proprietários permaneciam necessitados de trabalhadores em suas terras.

Ressaltamos que esse trabalho não era totalmente desenvolvido pelo órgão oficial, sendo que algumas funções eram desempenhadas por empresas agenciadoras, existentes desde o período de incentivo oficial à imigração, e já possuíam contrato com o governo para a prestação desses serviços. Esses

agenciadores eram contratados para captar e recrutar, nas regiões consideradas expulsoras, determinadas quotas de trabalhadores, os quais poderiam migrar com suas famílias desde que essas atendessem aos requisitos definidos pelo Estado, ou seja, integrar pelo menos três trabalhadores acostumados aos serviços na lavoura, com idade entre 12 e 55 anos, tendo sido todos vacinados nos postos de embarque.

As empresas agenciadoras, que visavam apenas maximizar seus lucros, buscavam formas de burlar os contratos excedendo o limite estipulado de trabalhadores recrutados, pois recebiam comissão por adulto encaminhado. Porém muitos desses trabalhadores apresentavam-se visivelmente incapacitados para o desempenho das funções do meio agrícola.

Em suas pesquisas, Paiva (2004) destaca que os migrantes impedidos de trabalhar por limitações físicas, geralmente apresentavam seqüelas ocasionadas por doenças ou mutilações adquiridas no local de origem, anteriores à migração, visíveis a olho nu, que dispensaria o laudo de um especialista.

Além do caminho representado pelas agenciadoras na contratação de trabalhadores, os fazendeiros dispunham de outro meio, mais burocrático, no qual poderiam enviar seus administradores, com a função de manter contato direto com o Departamento de Terras, Colonização e Imigração, e solicitar as passagens para as famílias migrantes indicadas e contatadas possivelmente por funcionários das fazendas, de quem essas seriam parentes. Esse caminho direto poderia ser outra opção para os fazendeiros, na condição que eles se responsabilizassem pelo transporte das famílias desde a Hospedaria do Imigrante, onde elas eram recebidas e acolhidas, até a sua propriedade, e cumprir com as formalidades impostas pela burocracia.

Esse contato direto, no qual um nordestino já instalado no Sudeste “manda buscar” os parentes no Nordeste, é a forma que será mantida, no período de migração caracterizado como espontâneo, nos anos seguintes ao término da política de subvenção à migração até os dias atuais.

Com a instalação do Estado-Novo e a proximidade entre as esferas do poder federal e estadual, o governo de São Paulo paulatinamente passou a centralizar a gestão dos processos de migração tão onerosos aos seus cofres, criando em 1939 a Inspetoria de Trabalhadores Migrantes - I. T. M., que através de quadro funcional composto por fiscais e agenciadores próprios, desarticulou o interesse das empresas agenciadoras privadas.

Destacamos que os estudos realizados sobre os movimentos migratórios no período de 1930 a 1950 apresentam várias reflexões sobre diversas formas de organizar o fluxo de trabalhadores nordestinos, que se dava inter e intra-regional, pois as ações da Secretaria de Agricultura, mesmo após a criação da I.T.M. não centralizaram os controles de todos os grupos que se deslocaram para a lavoura de café e algodão do Estado de São Paulo, sendo que muitos fazendeiros conseguiam angariar, na própria região, a mão-de-obra necessária para as suas plantações junto a migrantes que se encontravam ali, porém sem trabalho por causa da sazonalidade do cultivo da cafeicultura, o que demonstra a existência de fluxos migratórios regionais, sem documentos oficiais comprobatórios, porém observados no relato de migrantes entrevistados por historiadores e sociólogos interessados em estudar e analisar pontos ainda obscuros da migração interna.

É interessante notar que, como parte das disputas pelas verbas oficiais, políticos do estado da Bahia, em suas petições ao governo federal, usavam argumentos baseados nas suas preocupações com a evasão da população regional, determinada pelo flagelo da seca, para o sul do país. Na realidade, a preocupação dos políticos baianos era com a perda de verbas, pois essas não seriam liberadas para o auxílio dos flagelados, sem a população que justificasse tal repasse (PAIVA, 2004).

A entrada no Estado de São Paulo do grupo formado por mineiros e nordestinos, com destaque para os baianos, pode ser quantificada e comparada com os grupos formados por trabalhadores estrangeiros, no quadro 1 apresentado a seguir.

Quadro 01 – Imigrantes e trabalhadores nacionais entrados na Hospedaria do Imigrante do Estado de São Paulo – Período: 01-08-1935 a 31-12-1939

| Tipo de trabalhador | Procedência | Nº de migrantes | % |
|---|---|---|---|
| Trabalhadores nacionais | Baianos | 130.063 | 45.79 |
| | Mineiros | 68.131 | 23.99 |
| | Outros estados do nordeste | 59.430 | 20.92 |
| | Outros estados brasileiros | 15.687 | 5.53 |
| Trabalhadores imigrantes | Diversos | 10.722 | 3.77 |
| Total geral de trabalhadores | | 284.033 | 100.00 |

Fonte: Adaptado pela autora de AZEVEDO, Sálvio de Almeida. Imigração e colonização no Estado de São Paulo. *Revista do Arquivo Municipal*, São Paulo, set.1940. ( In PAIVA, 2004).

Os números que compõem esse quadro foram obtidos através de informações coletadas pelo autor citado nos documentos referentes aos processos de migração dos trabalhadores que passaram pela Hospedaria do Imigrante no período de 1935 a 1939, e comprovam a representatividade dos nordestinos e mineiros responsáveis por 90.7% dos que se dirigiram ao Estado de São Paulo para trabalhar na lavoura de café. Também observamos que houve diminuição da entrada de trabalhadores imigrantes, enquanto que, paralelamente, ocorre o aumento do fluxo de trabalhadores migrantes.

No quadro 2, um estudo detalhado mostra a procedência dos trabalhadores nacionais, nas décadas de 1930, 1940 e início da década de 1950, cujos números também comprovam a migração em massa de nordestinos e mineiros para o estado de São Paulo.

Quadro 2 – Procedência dos trabalhadores nacionais entrados no Estado de São Paulo – segundo Estados/Regiões: 1934-1951

| Década | Bahia | Minas Gerais | Nordeste | Sudeste | Sul | Centro-Oeste | Norte | Total |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1930-1939 | 151.236 | 88.789 | 63.253 | 14.719 | 4.370 | 43 | 54 | 322.464 |
| 1940-1949 | 181.651 | 127.265 | 137.245 | 15.335 | 11.694 | 155 | 310 | 473.655 |
| 1950-1951 | 112.494 | 74.007 | 117.767 | 2.260 | 1.887 | 52 | 171 | 308.638 |
| Total | 445.381 | 290.061 | 318.265 | 32.314 | 17.951 | 250 | 535 | 1.104.757 |

Fonte: Adaptado pela autora de PAIVA, 2004.

De acordo com os dados referidos no quadro acima, observa-se que nos períodos de 1930-1939 e 1940-1949 o número de baianos e mineiros que passaram pela Hospedaria do Imigrante foi maior em relação aos demais estados, porém no período de 1950-1951, este número foi ainda maior se levarmos em consideração a média anual de 56.247 migrantes neste período.

O discurso a respeito da seca e da miséria, criando a imagem de atraso impregnada à região Nordeste, usado pelas oligarquias locais possibilitava-lhes

> [...] não apenas uma estratégia de atuação sobre o governo federal, mas também a criação de espaços dentro dessa esfera de governo que lhe possibilitaram acesso a recursos fundamentais para a manutenção de sua dominação regional e também reconhecimento no cenário político nacional (PAIVA, 2004. p 199).

Opositores à subvenção da mão-de-obra destinada à cafeicultura questionavam o deslocamento sem fim de trabalhadores nordestinos e mineiros para São Paulo, sugerindo que muitos desses não se fixaram nas fazendas para onde, a princípio, foram encaminhados. De fato, os documentos da época oficializam a entrada destes trabalhadores nessas fazendas, porém não há registros dos seus destinos depois disto. Estudos indicam que o desequilíbrio entre oferta e demanda pela mão-de-obra destinada à agricultura se instalou na região do interior paulista assim como também no Paraná, pois muitos fazendeiros dispensavam trabalhadores enquanto outros ainda os requisitavam.

A sazonalidade da agricultura impulsionou muitos trabalhadores rurais a se deslocarem de propriedade em propriedade, de acordo com a oferta de trabalho, findando num último movimento em direção aos centros urbanos, onde se submeteram aos mais diversos tipos de serviços ou recorreram aos órgãos competentes para solicitar os custeios de sua passagem de volta para o Nordeste.

Nas décadas de 40 e 50, também surgiram outras opções de destinos no meio rural para aqueles que desejassem permanecer trabalhando no campo. Essas opções foram as fronteiras agrícolas estabelecidas pelo governo federal no Amazonas, cujo objetivo era ocupar e desenvolver a região. Essas fronteiras agrícolas perderam a sua atratividade sobre os migrantes nos anos 70, porém como esses movimentos regionais não fazem parte dos objetivos da pesquisa, não constarão nos estudos detalhados deste capítulo.

Tudo nos leva a crer que a política migrantista do governo do Estado de São Paulo, apoiada pelo governo federal, tinha os olhos voltados para o futuro quando um novo sistema econômico financeiro, centralizado nas cidades, começou a se esboçar.

## 1.2 Novos Rumos da Migração Regional: Rural-Urbana

A migração, agora de caráter rural-urbana, teve como fator propulsor as mudanças econômicas criadas pelas adaptações necessárias à integração do Brasil no processo de industrialização, no qual os centros urbanos despontavam como representantes da modernidade e a economia de base rural simbolizava o atraso, embora essa, em sua conformação agrário-exportadora, tenha gerado o capital necessário para a industrialização interna.

Patarra e Pacheco (1997, p.38) destacam que, nesse momento, o Brasil passava por nova articulação dos setores básicos da economia, pois o principal objetivo econômico então era produzir para abastecer o mercado interno, sem deixar de lado as exportações, ou seja, os setores de subsistências deveriam produzir mais, em escala industrial para substituir, ou ao menos diminuir, as importações de produtos básicos. Desse modo se fez necessário direcionar a força de trabalho para as indústrias concentradas na região metropolitana de grandes cidades do Centro-Sul, como São Paulo e Rio de Janeiro, “aproveitando” o excedente populacional na área rural e formando as correntes que alimentarão as populações urbanas. A nova

definição da economia provocou situações de expulsão da população no meio rural, derivadas da introdução de formas capitalistas de produção, levando os trabalhadores rurais a se incorporarem no segmento urbano sob a condição de assalariados.

Novamente, a união de interesses políticos e econômicos influenciou os movimentos internos de massas populacionais, agora, porém no sentido rural-urbano. Enquanto que o meio rural passava por alterações profundas de modernização de seus processos produtivos, tornando a mão-de-obra obsoleta e sobeja, os centros urbanos mostravam carência de operários para trabalharem nas fábricas, cujo número aumentava de um ano para outro a olhos vistos.

De acordo com Prado Jr. (1983), esse é o primeiro grande momento da indústria brasileira na história nacional desde o início da implantação da indústria no mundo. Sempre foi muito explícito que o interesse primordial dos portugueses, ao colonizarem o Brasil, era de desenvolver atividades de exploração que não exigissem grandes investimentos, por isso a predominância da implantação da monocultura de produtos primários, em latifúndios, voltados para a comercialização com o mercado externo. As atividades voltadas para a criação e produção de outras mercadorias que não atendessem aos interesses econômicos do mercado internacional estavam destinadas à subsistência e consumo interno.

Ao contrário do que se possa imaginar, o surto de desenvolvimento industrial é fato recente na história do Brasil. A frouxa produção manufatureira nacional, a qual tomou espaço na história colonial, sofreu um golpe fatal e a indústria artesanal retornou a estaca zero quando, em 1808, a família real veio para o Brasil, e o rei autorizou a abertura dos portos brasileiros para o livre comércio e a entrada de produtos da indústria européia, os quais tornaram-se fortes concorrentes da produção nacional. Os produtos importados, em maior variedade, ofereciam qualidade superior aliada a baixo custo, desbancando o produto nacional e levando milhares de fábricas artesanais rudimentares a fecharem suas portas.

Vários foram os fatores que dificultaram a implantação da indústria e a retomada dessa atividade no país dentro dos padrões modernos: a deficiência de fontes de energia, pois o Brasil é pobre em carvão de pedra, importante para o funcionamento das máquinas a vapor; a dificuldade de acesso às minas de ferro, matéria prima essencial para o desenvolvimento da siderurgia; e o mercado consumidor ínfimo, de padrão de consumo inexpressivo.

Todavia, algumas circunstâncias favoreciam a volta das bases econômicas para a atividade industrial. O fato do desequilíbrio da balança comercial estar sempre apontando para o lado deficitário, pois o país sentia dificuldade de pagar as manufaturas importadas necessárias para o seu consumo, redirecionou as ações das autoridades imperiais no sentido de impulsionar a implantação e o crescimento da indústria nacional, a começar com medidas restritivas aos produtos importados, sobre os quais aumentaram-se as taxas alfandegárias. Aliada à política fiscal, dificultando a entrada de produtos estrangeiros e incentivando o incremento da indústria moderna nacional, a produção local de algodão, matéria prima essencial à indústria têxtil, possibilitou o surgimento dos primeiros sinais de crescimento desse tipo de indústria, cujo produto principal eram as sacas para a embalagem do café exportado. A disponibilidade de mão-de-obra barata, mesmo que desqualificada, também favoreceu a retomada dos investimentos no processo brasileiro de industrialização, dentro dos novos padrões econômicos, capitalistas de acumulação de bens e riquezas.

Os investimentos realizados na indústria, a partir de 1850, aumentaram consideravelmente o número de estabelecimentos produtores no setor têxtil, sendo esse acompanhado pelas fábricas do ramo alimentício.

Segundo o censo geral realizado em 1907, foram encontrados 3.258 estabelecimentos industriais, empregando 150.841 operários. De acordo com Prado Jr., a distribuição geográfica da indústria se dava da seguinte forma: 33% cabiam ao Distrito Federal[3], 16% a São Paulo, 15% ao Rio Grande do Sul, sendo o restante distribuído entre os demais estados onde nenhum deles ultrapassaria os 5% e “seria particularmente notável o caso de São Paulo que se tornaria logo o maior produtor do país, com a grande parcela de 40% do total” (1983, p.260).

O café cultivado no sistema extensivo em terras paulistas trouxe ao Estado de São Paulo, juntamente com o seu desenvolvimento, a riqueza e a população necessárias para a concentração da indústria nesse estado. A mão-de-obra originada pelo fluxo migratório rural-urbano de estrangeiros concorreu com a habilitação técnica do operariado, diferentemente do trabalhador nacional recém saído do sistema de escravidão ou de situações muito próximas a este. Nesse momento, as fontes de energia deixaram de ser uma restrição, pois elas mudaram do carvão de pedra para a energia hidráulica, aproveitável sob a forma de energia

[3] Cidade do Rio de Janeiro, então capital da República.

elétrica; com a hidrografia favorável, o Estado de São Paulo reunia assim as condições para alavancar seu desenvolvimento industrial.

Além das condições internas, fatores externos também contribuíram para a expansão do setor industrial brasileiro. Os países envolvidos na Primeira Guerra Mundial, que antes eram fornecedores de produtos industrializados para o mercado nacional, com a guerra, tornaram-se consumidores dos produtos brasileiros, em especial de carnes congeladas. O censo pós-guerra já sinalizava a existência de 13.336 estabelecimentos industriais empregando 275.512 operários, sendo a indústria alimentícia responsável por 40,2% do total. Tais números deixam claro a importância da ocorrência da grande guerra para a primazia do produto industrializado brasileiro no mercado internacional incentivando o investimento dos capitais nacional e internacional no setor (PRADO JR., 1983).

Quanto mais o setor industrial crescia, apesar das dificuldades econômicas internas, mesmo que contando com a política protecionista do governo federal, maior era a demanda por braços para trabalhar nas fábricas que proliferavam na área metropolitana de São Paulo ou em empregos indiretamente ligados ao desenvolvimento industrial. Esses braços poderiam ser encontrados nos trabalhadores imigrantes, e pouco depois nos migrantes que seguiram o mesmo caminho, e que, ou não conseguiram se adaptar ao trabalho, ou perderam seu emprego nas lavouras de café, e por fim, migraram para a cidade. Embora apresentassem um nível melhor de habilitação para o serviço operário, em comparação com os migrantes, os imigrantes também geravam muitos problemas, organizando sindicatos e diversas formas de associação de classe, incentivando todo tipo de trabalhador, imigrante ou migrante, a participar de greves como forma de conquistar direitos e melhores condições de trabalho, na época consideradas desumanas. De modo geral, nesse período, os movimentos operários em São Paulo estiveram associados à figura do imigrante, considerado elemento de tendências anarquistas.

Lembramos que, por causa da grande oferta de trabalhadores migrantes das lavouras decadentes de café no interior do estado, desejosos de partirem para o centro urbano, a política oficial migratória de subvenção às passagens para nordestinos interessados em migrar para o Sul deixou de ser interessante para o governo estadual e esse serviço foi extinto, sendo a I.T.M. transformada em

associação de apoio àqueles trabalhadores nordestinos que queriam retornar à sua terra natal e não tinham condições materiais para isto.

### 1.3 A Migração Espontânea

O fim da política oficial de incentivo à migração nos anos de 1950 não diminuiu o deslocamento de mineiros e nordestinos a São Paulo, mas apenas tornou-o espontâneo, ou seja, os interessados em migrar passaram a custear as próprias despesas de viagem geralmente realizada em “paus-de-arara”, transporte de passageiros em caminhões sob condições precárias, sem qualquer conforto.

A migração de caráter espontâneo, que continua nos dias atuais, é considerada de expressiva importância até os anos de 1980, porém sua intensidade vem diminuindo paulatinamente desde o início do processo de desconcentração industrial em São Paulo observado a partir da década de 1970, quando a indústria perde força no painel econômico da área metropolitana paulistana para regiões próximas, localizadas no interior do estado.

O incentivo à inclusão dos trabalhadores rurais nacionais migrados para a cidade em empregos assalariados urbanos fez parte da estratégia do governo em nacionalizar a força de trabalho e administrar e minimizar os conflitos entre patrões e operários, pois, apesar de ser menos hábil ou preparado para o trabalho na indústria, o trabalhador nacional, além de representar mão-de-obra mais barata, era forjado para o trabalho, menos questionador em relação ao seu papel na sociedade e por isso mesmo, mais fácil de ser conduzido.

A imigração, que antes representou a solução para melhorar a qualidade da formação do povo brasileiro, passou a ser um problema da nação reforçando o discurso dos deputados do Nordeste, seus ferrenhos opositores. O trabalhador imigrante deixava de ser o trabalhador ideal.

A política populista de Getúlio Vargas procurou controlar os movimentos sociais, pois identificava no trabalho uma ferramenta para impor limites e controlar o comportamento dos cidadãos. Decidido a conquistar o apoio da massa de trabalhadores, e sobre essa manter controle, o governo federal criou, em conjunto com representantes dos trabalhadores e também dos patrões, as leis que passaram a regulamentar o trabalho, e que são conhecidas até hoje como parte da Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT). Proteção ao trabalho feminino,

determinação da folga semanal, definição da jornada diária de 8 horas, proibição da exploração do trabalho de menores são resultados dos acordos estabelecidos nessa época.

O movimento crescente das migrações internas alterou de forma drástica os contornos de cidades como São Paulo ocasionando problemas de ordem social percebidos até hoje pela população e que exigem das autoridades públicas soluções complexas cujos resultados nem sempre são sentidos em curto prazo. Para ilustrar as alterações sofridas nos índices populacionais da cidade de São Paulo, Mortara, analisando a população das oito capitais mais populosas e tomando como base os recenseamentos de 1940 e 1950, verificou que 72.52% do aumento de população paulistana foram devido à migração, como pode ser observado no quadro 3 a seguir (apud DURHAN,1978).

Quadro 3 – População total, aumento devido ao crescimento vegetativo e aumento devido à migração no Rio de Janeiro e em São Paulo, entre 1940 e 1950.

| Capitais | População | | Aumento | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | Natural | | Devido à migração | |
| | 1940 | 1950 | Absoluto | % | Absoluto | % |
| Rio de Janeiro | 1.764.141 | 2.377.451 | 175.764 | 28.66 | 437.546 | 71.34 |
| São Paulo | 1.326.261 | 2.198.096 | 239.553 | 27.48 | 632.282 | 72.52 |

Fonte: Adaptado pela autora de DURHAN, 1978, p.28-9

Não há dados referentes a censos nos anos de 1960 e 1970, mas segundo estudos realizados por Paul Singer para a confecção do Plano Urbanístico Básico da grande São Paulo foi calculado que no ano de 1968, cerca de 61.6% dos habitantes da capital eram migrantes, ou seja, cerca de 3.310.000 moradores da cidade de São Paulo, numa população total aproximada de 5.373.000, teriam nascido fora do município, 4,9% dos quais baianos, o segundo maior grupo presente na capital paulista, somente inferior aos mineiros, 9,6% dos forasteiros (Quadro 4).

Quadro 4 – Proveniência dos migrantes à grande São Paulo

| Local de Nascimento | Local de residência | |
|---|---|---|
| | Capital | Outros municípios da Grande São Paulo |
| Capital | - | 11.3% |
| Outros municípios da Grande São Paulo | 0.7% | - |
| Interior do Estado | 45.4% | 50.0% |
| Minas Gerais | 9.6% | 11.8% |
| Bahia | 4.9% | 2.1% |
| Outros Estados | 6.6% | 4.4% |
| Exterior | 25.8% | 12.9% |

Fonte: GEGRAN: Recursos Humanos da Grande São Paulo, 1971, p. 96 In: DURHAN, 1978.

Atualmente, o processo de migração está vivendo dias de refluxo, ou seja, muitos nordestinos que vieram para São Paulo tentar ganhar a vida estão voltando para seus lugares de origem, com sonhos realizados ou frustrados, pois, segundo alguns depoimentos colhidos por Cavichioli (1982) a “terra da garoa” já não é mais a mesma e já não se arruma emprego com tanta facilidade.

Sob o ponto de vista econômico, São Paulo passou do setor secundário (da indústria de transformação) para o setor terciário (de prestação de serviços), conforme podemos observar em Salles (2006):

> A concentração industrial que se verifica pouco a pouco, e se intensifica nas décadas de 60, 70, 80, apresenta visíveis sinais de desconcentração a partir de então, transformando mais uma vez as funções urbanas da cidade de São Paulo, que passa então a concentrar os funções financeiras e de serviços[...]

Nesse setor há maiores chances e oportunidades para aqueles que apresentam formação profissional e tenham habilidades de negociar sua força de trabalho e trabalhar com pessoas. De modo geral, essas características ainda são pouco presentes nos migrantes que arriscam tentar a sorte na cidade grande e dificultam sua colocação no mercado de trabalho e sua inclusão nos dados econômicos paulistas.

Mesmo assim, São Paulo ainda é “a cidade mais nordestina do Brasil”, expressão usada por Fernando Henrique Cardoso, num discurso realizado na década de 1980 e válida ainda na atualidade (LEMOS, 1999). Segundo dados do Seade[4], no ano de 2000, 26% dos migrantes moradores da cidade de São Paulo eram naturais da Bahia, ou seja, de 2.960.109 migrantes que viviam na cidade, 777.952, vieram da Bahia, do total de 68.5% somando com os procedentes de Minas Gerais e Pernambuco.

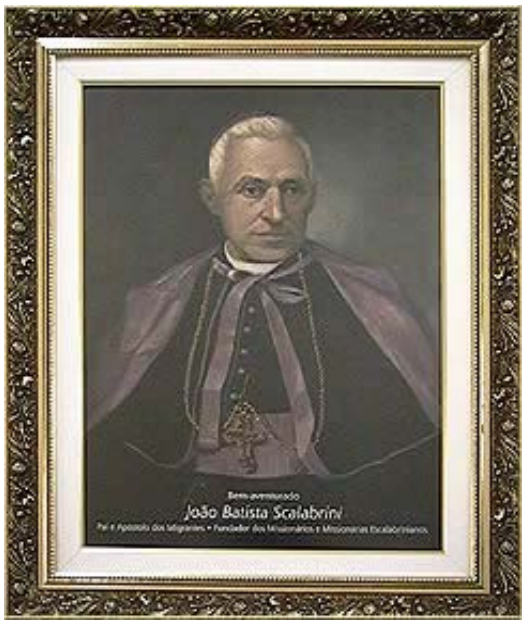
Ainda segundo o jornal O Estado de São Paulo, em sua edição do dia 22/01/2004, São Paulo recebe diariamente 668.000 migrantes que chegam à cidade para trabalhar, estudar ou ambos, o que equivale a 9% da população paulistana, entre 15 e 65 anos.

Para amenizar a situação daqueles migrantes que se deslocaram para São Paulo na busca de oportunidade e, diante do insucesso, procuram voltar para seu local de origem, porém sem apresentar condições financeiras para isso, diversas entidades ligadas a igrejas, universidades, centros de pesquisa e movimentos sociais, desenvolvem trabalhos de assistência social e de encaminhamento de retorno desses migrantes.

A primeira idéia de amparo aos migrantes surgiu no século XIX, quando grandes levas de italianos imigraram para as Américas. Os serviços de apoio a esses imigrantes foram criados pelo bispo italiano D. João Batista Scalabrini (figura 4), quem, acredita-se tenha fundado a Congregação de Missionários Escalabrianos, cujos missionários acompanhavam os italianos. No Brasil, nas décadas de 60 e 70, esses missionários passaram a cuidar também dos migrantes internos.

[4] Matéria “SP recebe uma São José dos Campos por dia”, publicada no caderno Cidades, do jornal O Estado de São Paulo, em 22 de janeiro de 2004.

Figura 4 – Bispo italiano D. João Batista Scalabrini




Fonte: http://www.casadomigrante.com.br. Acesso em 02/01/2006

Em 1974, um outro movimento de acolhida aos migrantes, liderado pelo Padre Alberto R. Zambiani, fundou uma instituição de personalidade jurídica, a Associação dos Voluntários pela Integração dos Migrantes (AVIM) numa postura da igreja católica brasileira envolvendo a sociedade civil na responsabilidade de acolher e integrar os forasteiros. Desde a sua fundação, o trabalho da AVIM consiste na realização de cursos de alfabetização e profissionalizantes, desenvolvidos nos bairros de maior concentração de migrantes, e na recepção e encaminhamento dos recém-chegados às instituições de apoio, e a partir da década de 1970, no acolhimento na Casa do Migrante, e encaminhamento para o mercado de trabalho. Em 2003, os Missionários Escalabrianos assumiram a AVIM e a Casa do Migrante.

Hoje, essa última, juntamente com o Serviço Pastoral dos Migrantes e o Centro de Estudos Migratórios, forma o tripé de um organismo vinculado ao Setor da Pastoral Social da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB), e desenvolve trabalho de assistência social tanto aos migrantes de todas as origens, em vários estados brasileiros, assim como a imigrantes e refugiados, sem distinção de raça, cor, credo ou qualquer outro aspecto gerador de preconceito.

Em São Paulo, a Casa do Migrante tem sede à Rua Almirante Mauriti, junto à Igreja Nossa Senhora da Paz (figura 5) próximo ao centro, onde acolhe migrantes, imigrantes e refugiados. Na sede são acolhidos 100 recém-chegados, e no posto de

atendimento e encaminhamento dentro do Terminal Rodoviário Tietê, local de maior afluência de migrantes à cidade, principalmente nordestinos, são atendidas 700 pessoas por mês, em média. O trabalho de apoio é realizado por meio de diversas atividades, dentre as quais a oferta de lugar permanente, para pernoitar (figura 6), lavar e passar roupas, e orientação sobre os serviços disponíveis na cidade.

Figura 5 – Entrada interna da sede da Casa do Migrante

Fonte: Sandra Nunes

Figura 6 – Dormitório da Casa do Migrante

Fonte: Sandra Nunes

De acordo com pesquisa realizada no *site*[5] da Casa do Migrante, o perfil dos atendidos tem mudando, influenciando nos serviços prestados. Se antes, os migrantes chegavam à cidade acompanhados pelas famílias, quando um curso profissionalizante garantia a inclusão do chefe da família no mercado de trabalho, hoje, eles chegam sozinhos (92%) e com poucas perspectivas de integração.

Analisando as informações do quadro 5 abaixo e de acordo com o perfil do migrante do início do século XX, observamos que tanto este perfil como a origem do migrante também tem mudado. Em 1997, 93% dos recém-chegados eram migrantes brasileiros, porém, hoje em dia, há uma tendência em aumentar os imigrantes, que representam 35% dos atendimentos realizados pela Casa do Migrante, os quais são oriundos dos países andinos, do Cone Sul, e da África, na condição de refugiados.

Quadro 5: Perfil do migrante atendido na Cada do Migrante

| | |
|---|---|
| **Nacionalidade** | |
| Brasileiro | 65% |
| Outros países | 35% |
| **Quantas vezes passou pela Casa do Migrante** | |
| Apenas uma vez | 89% |
| Mais de uma vez | 11% |
| **O migrante se apresenta acompanhado** | |
| Sozinho | 92% |
| Acompanhado pela família | 08% |
| **Sexo** | |
| Masculino | 90% |
| Feminino | 10% |
| **Grau de escolaridade** | |
| Superior completo ou incompleto | 14% |
| 2º grau completo ou incompleto | 28% |
| 1º grau completo ou incompleto | 43% |
| **Faixa etária** | |
| 18 a 30 anos | 36% |
| 31 a 44 anos | 38% |
| 45 a 59 anos | 18% |

Fonte: Quadro elaborado pela autora com informações obtidas no site da Casa do Migrante[6]

Não há registros precisos sobre o número de nordestinos atendidos pela Casa do Migrante, na atualidade.

[5] Disponível em http//www.casadomigrante.com.Br
[6] Disponível em http//www.casadomigrante.com.Br

## 1.4 A Criação da Nova Identidade Cultural

Para a melhor compreensão do processo de adaptação dos nordestinos na cidade de São Paulo, este trabalho buscou subsídios nos estudos realizados nos campos da sociologia e da antropologia sem, entretanto, maiores aprofundamentos.

As dificuldades enfrentadas pelos migrantes em se adaptar ao novo lugar, e podemos dizer, por duas vezes, pois que migraram do Nordeste para lavoura e desta para a cidade, representam um caminho doloroso e muitas vezes sem volta, pois eles deixam de pertencer ao grupo daqueles que ficaram para traz na terra natal e tampouco se assemelham aos que encontraram no novo lugar.

Diferentes usos e costumes, elementos intimamente ligados à sua cultura perderam o sentido original dentro do novo contexto e tiveram de ser reeditados, assim como foi necessária a construção de novas relações sociais que lhes possibilitassem sobreviver em local tão estranho e inóspito como a cidade grande. São Paulo, por seu tamanho, amedronta aqueles que vivem em centros urbanos menores, e muito mais aqueles que não estão acostumados com o modo de vida e as técnicas aplicadas para facilitar a vida corrida dos grandes centros urbanos, controlada pelo relógio.

As dificuldades de adaptação foram tamanhas que, alguns comportamentos ocorridos na Hospedaria do Imigrante, talvez promovidos pela ignorância, foram considerados inadequados e tidos como falta de cultura. Tais comportamentos colaboraram para a formação da imagem de atraso atribuída ao Nordeste e reforçou a origem do preconceito, ainda hoje, sofrido pelos nordestinos, na cidade de São Paulo.

O fato é que, não só com os nordestinos, mas com migrantes no mundo inteiro, tais grupos despertam a xenofobia da população autóctone e passam a sofrer preconceito pelo seu modo diferente de falar, de se vestir, de se comportar, considerados estranhos.

Na verdade, a vida do migrante é marcada por incertezas múltiplas, como econômicas, culturais, sociais e identitárias, pois a partir do momento em que migrou, ele deixou a certeza e a segurança geradas pelo conhecimento do local de origem, para se arriscar no imprevisível, no desconhecido de um lugar diferente.

No caso específico dos nordestinos na cidade de São Paulo, observamos que os primeiros migraram em grupo para o campo, e por terem vindo com familiares,

apoiados pela política oficial do governo do Estado, encontraram maior facilidade para a reconstrução da vida no novo cotidiano. Todavia, após o término da política de subsídio à migração interna, mineiros e nordestinos começaram a migrar sozinhos, na maioria jovens rapazes que, quando casados, mandavam buscar esposa e filhos assim que conseguiam condições mínimas para receber a família, porém com maiores dificuldades.

Inseridos nesse contexto, os nordestinos deixam de ser autênticos, mas procuram manter a sua identidade cultural para não perder suas referências.

> A identidade cultural pode ser entendida como um conjunto de características comuns pelas quais os grupos sociais se definem como tais. Entretanto, aquilo que um grupo é está intimamente ligado com aquilo que ele não é, isto é, daquilo que o faz diferente um do outro. Desta forma, identidade e diferença são faces da mesma moeda (MORIGI, 2005).

A identidade, tal como a cultura (entendida no seu sentido amplo, de *modus vivendi*), é construída por grupos sociais e apresenta caráter de constante mudança, de acordo com a passagem do tempo e os impactos causados pela modernidade. Assim a identidade cultural está em contínua transformação, o que dificulta a acomodação de populações migrantes.

Para a construção da identidade cultural se faz uso dos símbolos da cultura regional que estão contidos nas histórias contadas sobre os costumes e tradições, ligando passado e presente.

Segundo Morigi ( 2005, p.4) essas histórias

> [...] são responsáveis pela construção do imaginário social da nação, da região, e pelo sentimento de pertencimento de cada sujeito que o faz amarrar-se a elas. As estratégias representacionais utilizadas no processo de construção do imaginário das identidades culturais são várias. Essas estratégias perpassam por diferentes instâncias produtoras e mediadoras de sentidos através das histórias da nação ou região contadas e recontadas nas literaturas nacionais e regionais, na cultura popular e na mídia.

O imaginário social da região, no caso a nordestina, é fonte de informações que alimentarão a criação de espaços identitários e de rede de migrantes. “A maneira como [as redes] se organizam privilegia a cooperação entre as pessoas e a reconstrução da identidade e da cultura de origem na nova realidade” (VERAS, 2003, p. 169).

A atuação da rede de migrantes está presente no dia-a-dia dos que dela fazem parte e lhes serve de apoio, pois, por meio de trocas de informações entre os seus integrantes, o recém chegado toma conhecimento de oportunidades de trabalho, muitos deles temporários e no setor de prestação de serviços. Essa rede também auxilia na organização de espaços públicos de recreação, lazer e de comunicação com a terra natal (VERAS, 2003).

## 1.5 O Comércio como Porta de Entrada dos Migrantes na Cidade

O emprego urbano encontrado pelos nordestinos na cidade de São Paulo, a princípio, se concentrava na construção civil. Como serventes, aprendiam o ofício de um trabalho pesado, grosseiro, rude e que não exigia do candidato mais do que força de vontade e vigor físico para suportar cargas horárias de trabalho superiores às da roça, debaixo de temperaturas baixas que, com certeza, causou estranhamento naqueles acostumados àquelas mais tropicais, comuns na região do nordeste brasileiro. Por isso, é comum ouvir falar que, sem o nordestino, São Paulo não seria a grande cidade que é hoje, pois foi ele quem, literalmente, construiu seus viadutos e ergueu seus arranha-céus.

Além da construção civil, o emprego também poderia ser encontrado em serviços domésticos, em serviços auxiliares na indústria, na limpeza urbana, no transporte e no comércio (figura 7), sendo que nesse último, o cargo de vendedor/atendente poderia ser preenchido por aquele que demonstrasse habilidade em comunicar-se oralmente e saber fazer cálculos matemáticos simples para finalizar a venda. Todavia, essas são atividades que colocavam o migrante em contato com a população local, que pouco tolerante, reavivava o preconceito já enraizado há anos.

Figura 7: Migrante nordestino no trabalho em casa de comércio

Fonte: Sandra Nunes

Por causa da grande concentração de nordestinos na cidade de São Paulo, muitos estabelecimentos voltaram-se para o comércio de ingredientes típicos da culinária nordestina (figuras 8), conhecidos como “casa do norte”, ou para a oferta de serviços focados no lazer, tão característico do perfil festivo do nordestino.

Figura 8: Artigos comercializados em uma “casa do norte”.

Fonte: Sandra Nunes

Destacamos que, nesse caso, o comércio desempenha função de importância social, que vai além da tradicional atividade de venda, pois pode representar “lugar de memória”. E tomando como base o pensamento original de Le Goff, citado por Gomes (2002, p.191) complementa-se:

> [...] o comércio pode ser identificado como um “lugar de memória”, pelo fato de reafirmar não a existência de uma “cultura de consumo”, e sim que comércio e consumo são percebidos como lugar e atividade em que o parisiense se reencontra com o significado antigo da cidade [...]

Levando-se em conta que a afirmação de Le Goff, apontada nos estudos de Gomes, se refere ao bairro de Belleville, em Paris, é possível perceber que há uma semelhança direta com a população de origem nordestina, se o mesmo pensamento for aplicado ao papel das casas de comércio e dos estabelecimentos de lazer dos nordestinos em São Paulo.

O comércio exerce também a função de acolhimento e de hospitalidade além de educar os migrantes recém-chegados, especialmente os mais necessitados de amparo.

Desde tempos antigos, as cidades sempre reservaram espaços para o acolhimento aos forasteiros. Tratava-se de uma questão cultural de fundo religioso, que, numa versão atualizada, pode ser identificada em empresas de São Paulo, nas quais um nordestino que já trabalhe lá, como funcionário ou como dono/sócio, auxilia outro recém-chegado a conseguir emprego.

De acordo com Gomes (2002, p. 194),

> [...] o comércio se apresenta para os estrangeiros [migrantes] recém-chegados, especialmente para aqueles que entram em condições de desfavorecimento [...] [...] como uma verdadeira “agência” de acolhimento, onde obtêm várias formas de apoio para iniciar a nova vida, inclusive para ter acesso ao trabalho.

É no comércio que muitos migrantes encontram alguém, um conterrâneo, que os apóie “na difícil passagem da condição de”forasteiros“, ou de “não-estabelecidos”, à de estabelecidos” (GOMES, 2002, p. 194), formando assim as suas novas redes sociais.

Assim como nas redes de migrantes, o trabalho no comércio representa um outro caminho para a adaptação onde os migrantes aprendem, indiretamente, a viver de acordo com as novas regras de conduta no dia-a-dia e sociabilizando-se dentro do grupo formado por seus semelhantes, obtendo informações úteis relativas a locais de moradia e orientação para obtenção de documentos.

Conforme os estudos apresentados por Gomes (2002), pode-se afirmar que o comércio está presente nas circunstâncias de sociabilização e adaptação do nordestino à cidade, auxiliando-o na sua integração à vida metropolitana. Conforme se dá o processo de adaptação, a sua representatividade é maior dentro do contexto

urbano, aumentando a extensão das redes sociais e estabelecendo bases para a formação de lugares de convívio, onde procuram desenvolver atividades de lazer.

Mais recentemente, os nordestinos têm encontrado oportunidade de sociabilização e de emprego no comercio informal, representado pelas bancas de camelôs espalhadas pela cidade, e na área de alimentação, nas funções de lavador de pratos, garçom, cozinheiro e, até mesmo, alcançando altos cargos como *chef* de restaurantes requintados, buscando especialização depois de anos e anos de trabalho na cozinha. Vários procuram ser donos do próprio negócio estabelecendo os "botecos" que oferecem pratos da típica culinária nordestina, dentre outros.

Em 2003, havia mais de 12 mil restaurantes em São Paulo, capital gastronômica do país, nos quais, naquela época, trabalhavam mais de 70 mil pessoas[7]. Segundo a Associação Brasileira de Alta Gastronomia, ainda hoje 90% da mão-de-obra empregada nos restaurantes ainda é formada por migrantes nordestinos (BIANCHI e BASTOS, 2005).

Assim verificamos que o emprego formal mudou do setor da indústria e construção civil para o, não menos pesado, das cozinhas profissionais, onde os trabalhadores passam aproximadamente 10 horas diárias, seis dias por semana, em contato com temperatura ambiente oscilante. Apesar das dificuldades encontradas nessa nova oportunidade, os restaurantes representam para os nordestinos uma possibilidade de mudar de vida e de acordo com os *chefs*, eles se destacam por que aprendem rápido e são bastante dedicados.

## 1.6 O Lazer dos Nordestinos na Cidade de São Paulo, Espaços de Sociabilidade

Como todo grande grupo que se forma dentro dos centros urbanos, os nordestinos conseguiram com esforço tomar posse de alguns "territórios" na cidade de São Paulo, deixando ali as marcas que os identificam, apesar da homogeneização imposta pela sociedade de massa.

Mesmo inserido na paisagem urbana, o migrante nordestino estabelece ligações com pessoas muito próximas e semelhantes a ele, pessoas da vizinhança e do trabalho, desenvolvendo relações que envolvem afeto, emoção, laços de sangue,

[7] Informações obtidas em BARRIGA NO FOGÃO. http://www.terra.com.br/istoe/istoe_sp/dia_dos_pais_2003/reportagens/barriga_fogao.htm.

formando espaços comunitários e criando seu “pedaço”, termo aqui usado no sentido cunhado por Magnani (BAPTISTA, 1999, p. 20 apud VERAS, 2003, p. 169).

Segundo Veras, baseada em Magnani, “pedaço” é o espaço representado pela vizinhança e pelas relações estreitas entre os moradores que se conhecem de modo muito próximo e essas relações influenciam as formas de lazer do bairro, com festas realizadas, em quase todos os fins de semana, na casa de algum morador próximo. Diferente de “pedaço”, “mancha” é um espaço físico mais amplo, onde há predominância de uma identidade cultural, porém há circulação de pessoas de procedências diversas. Este é o caso de espaços comerciais de lazer como o CTN, o Patativa, o Canto da Ema, Forró du Malagueta entre outros vários locais de lazer dos nordestinos em São Paulo.

Conforme Lemos destaca (1999, p. 58), os lugares, que podem ser identificados como “manchas” e que servem de referência para a concentração e aglutinação da população do Nordeste na cidade de São Paulo, podem seguir um roteiro histórico-cronológico que

> [...] se inicia na Praça da Sé, seguindo para o Parque Dom Pedro, Largo da Batata em Pinheiros, Largo Treze de Maio em Santo Amaro, Santana, Largo de São Mateus, Largo Nossa Senhora do Ó, Largo do Limão, Mercado Japonês em Cachoeirinha, Largo do Socorro, Mercado da Penha, Praça Sertaneja em Lausane Paulista, Espaço Sertanejo no Largo de Campo Limpo, Praça do Forró na Praça Padre Aleixo em São Miguel Paulista, Parque da Aclimação, Parque da Conceição no Jabaquara, Parque Fernando Costa na Água Branca, Parque do Piqueri, Parque Pirituba, Parque da Luz, no centro, Praça Silvio Romero, no Tatuapé, Praça da Árvore, Parque do Carmo, em Itaquera.

Analisando o raciocínio cronológico de Lemos e a distribuição geográfica desses lugares na cidade (figura 9), fica fácil perceber que os nordestinos se reúnem em bairros, na sua maioria, localizados em regiões periféricas da capital. Atualmente, o número de “manchas” nordestinas tem se espalhado pela cidade e quase não há bairros na capital paulista, onde eles não estejam presentes deixando suas marcas.

Figura 9 – Bairros de São Paulo

Fonte: http://www.saopaulo.com.br acesso em 02/01/2006

Em todos esses lugares, os nordestinos procuram se reunir para manter contato com amigos e parentes e para “trazer ao lugar as rememorações, as saudades, os tempos vividos nas feiras e outros elementos que carregam um simbolismo que as conversas entre eles” (LEMOS, 1999, p. 58) os permitem viajar no pensamento de volta à terra natal, sem precisar sair do lugar.

Como muitos dos nordestinos dispõem de baixo poder aquisitivo, os lugares de lazer preferidos geralmente são aqueles de fácil acesso e que implicam em gastar pouco com o transporte e com a alimentação e que seja possível desfrutar de momentos de descontração, de libertação da cidade grande.

Alguns exemplos a serem citados são a Praça da Sé, um dos primeiros lugares a ser visitado e tido como o referencial da cidade, e o Parque de Itaquera,

local de atividades ao ar livre, onde as redes são estendidas entre as árvores e carnes são assadas e passadas na farinha de mandioca, bem à moda nordestina.

Também há os lugares onde é possível dançar; são as casas de forró, espalhadas pela cidade, já inseridas no seu cenário, lugar de lazer dos nordestinos. Há os mais famosos como Asa Branca em Pinheiros, o Pedro Sertanejo no Belém e o Patativa em Santo Amaro.

O maior deles, que agrega outros serviços, é o Centro de Tradições Nordestinas, CTN, que num grande e único espaço, reúne quiosques de alimentação, com representantes da gastronomia de vários estados do Nordeste, museu, parque de diversões, pista de dança, palco, capela e uma pequena pousada. Espalhados pelos cantos estão estátuas de personalidades importantes para os nordestinos, como Lampião e Maria Bonita, Padre Cícero, Frei Damião, Zumbi dos Palmares e Luís Gonzaga, o Rei do Baião.

O CTN foi idealizado e criado por José de Abreu, proprietário da Rádio Atual, cujo principal objetivo foi “preservar, transmitir e divulgar o patrimônio cultural de uma das regiões mais representativas e atuantes na formação do povo brasileiro”, conforme divulgado no folheto de divulgação da emissora e do CTN, *Danado de Bom!* (Veras, 2004, p. 172).

A Rádio Atual é uma emissora que reúne a audiência da maioria dos ouvintes de origem nordestina da cidade de São Paulo, pois veicula apenas músicas regionais do Norte/Nordeste além de manter contato, direto e ao vivo, entre locutores e ouvintes, o que torna mais próxima à relação de identidade estabelecida pelos símbolos nordestinos caracterizados na emissora, como por exemplo, o sotaque dos locutores e a programação exclusiva nordestina, com os quais os ouvintes se identificam.

Para um público de maior poder aquisitivo, o Restaurante Andrade, em Pinheiros, e o Recanto do Nordeste, na Liberdade, representam opções nem sempre viáveis para a maioria dos nordestinos, devido aos valores cobrados, considerados altos, como verificaremos na análise da pesquisa aplicada no Restaurante Andrade, cujos resultados são apresentados no terceiro capítulo.

Esses são lugares que oferecem ambiente com decoração elaborada, serviço mais “sofisticado” em relação aos locais já mencionados e supõe-se que freqüentados por visitantes e turistas que procuram atrativos com referencial da cultura nordestina na cidade.

Seja o CTN, o Restaurante Andrade, o Recanto do Nordeste, ou qualquer dos vários locais de lazer dos nordestinos espalhados pelos bairros da cidade de São Paulo, todos eles representam espaços de sociabilidade e formas de reconstrução da cultura do migrante na metrópole, onde símbolos foram selecionados para auxiliar seus freqüentadores a viajarem na memória aos seus locais de origem.

O Restaurante Andrade, objeto de estudo desta dissertação, é estudado e apresentado em detalhes no terceiro capítulo. Ele é o palco das relações de hospitalidade na dimensão comercial entre o anfitrião, no caso os aspectos relacionados ao tema nordestino, e o hóspede, que pode ser o cliente habitual, o visitante e o turista, nordestino ou não.

Esse restaurante também é o local definido para a realização das pesquisas que embasam a análise para a verificação da relação entre o tema nordestino de hospitalidade e o turismo na cidade de São Paulo.

# CAPÍTULO 2 LAZER, TURISMO E HOSPITALIDADE

> "Precisamos compreender e reconhecer, de uma vez por todas, a importância econômica do Turismo, que irriga a economia urbana - gerando renda, empregos, tributos e divisas. Portanto, as atrações turísticas constituem riquezas que pertencem à população da cidade e os políticos, eleitos por essa população, são guardiões destas riquezas, devendo estar comprometidos com a sua preservação, valorização e desenvolvimento".
>
> Pedro D'Aléssio, jornalista e economista.

Para melhor entendimento da delimitação necessária a esta pesquisa na cidade de São Paulo , neste capítulo apresentamos alguns conceitos referentes a processos pertinentes ao tema da pesquisa como turismo, lazer e hospitalidade que tomaremos como base e em torno dos quais desenvolveremos as observações sobre a cidade de São Paulo e o Restaurante Andrade.

Com mais de 10 milhões de habitantes (Veras, 2001), São Paulo é a quarta maior cidade do mundo, a maior da América Latina e reúne características de metrópole cosmopolita, de centro financeiro e de serviços, onde os números que a descrevem impressionam pelo seu tamanho. Como todo centro urbano, é o cenário de complexas relações sociais, culturais e econômicas que envolvem pessoas das mais diversas origens.

Seu turismo, com destaque para os segmentos relacionados aos negócios e à cultura, vem se tornando relevante e, assim, merecendo atenção de empresários e do poder público. Este tem manifestado seu apoio ao setor por meio da criação de políticas de lazer, que representa o seu grande desafio, e de turismo, e tem dado os primeiros passos no sentido de organizar essa atividade em parceria com instituições ligadas ao ensino e aos interesses da iniciativa privada[8].

---

[8] As mais recentes e objetivas ações nesse sentido foram a organização do seminário "Turismo, Hospitalidade e Lazer Urbano – Um Olhar sobre a São Paulo de 450 anos" e do seminário e workshop "São Paulo, meu destino".
O seminário "Turismo, Hospitalidade e Lazer Urbano – Um Olhar sobre a São Paulo de 450 anos" foi promovido pela Universidade Anhembi Morumbi, no dia 17 de setembro de 2003, durante o governo da ex-prefeita Marta Suplicy, quando, no ano de comemoração dos 450 anos da cidade, buscou-se promover debates entre especialistas da área, em torno da criação de uma identidade turística para a cidade e da definição dos caminhos do turismo urbano paulistano, além da compreensão da importância do lazer, da hospitalidade e do entretenimento para São Paulo.
O seminário e workshop "São Paulo, meu destino" realizado nos dias 15 e 16 outubro de 2005, sob a iniciativa do atual prefeito José Serra, reuniu profissionais, operadores e nomes importantes do turismo nacional e de países vizinhos e tendo como principal objetivo apresentar os planos estratégicos e as ações para o segmento turístico, ressaltou os pontos fortes de São Paulo como destino de negócios, eventos e entretenimento.

A dualidade contraditória hospitalidade-hostilidade percebida em São Paulo é objeto de estudo de sociólogos, antropólogos e etnólogos, que procuram desvendar as razões dos paradoxos que envolvem a cidade; são as relações de violência, preconceito e indiferença, existentes entre os diferentes grupos de moradores que ajudam a criar a imagem de uma cidade inóspita, porém capaz de receber todos, indistintamente, representando, ainda hoje, o estereótipo da oportunidade de trabalho e de melhoria de vida.

Para que possamos compreender as relações entre lazer, turismo e hospitalidade na capital paulista, é necessário refletirmos sobre alguns conceitos referentes a esses assuntos. Esses são assuntos que se apresentam estreitamente interligados. O turismo representa uma das opções da prática de lazer, e a hospitalidade envolve ambos. Neste estudo abordamos a hospitalidade como o ato de bem receber, acolher, alimentar e entreter alguém e como fator determinante no sucesso das atividades turísticas e não como sinônimo de hotelaria[9] e *catering*[10].

A concorrência, cada vez maior, princípio do mercado livre e característica do capitalismo, implica na criação de propostas cujo objetivo é a busca de diferenciais os quais tornam uma empresa única perante as demais, portadora de individualidade, de identidade sob o olhar do consumidor.

No turismo, essa identidade se evidencia na hospitalidade oferecida pelos espaços bem cuidados, nos serviços prestados e no atendimento, se possível de forma personalizada, no cuidado, enfim, com todos os detalhes que envolvem a atividade turística de modo que o visitante se identifique com todos que estejam envolvidos nesse ambiente, se sinta acolhido, seguro, e volte a usar os mesmos serviços.

## 2.1 Reflexões sobre o Lazer, o Turismo, e a Hospitalidade

Lazer, turismo e hospitalidade são áreas que apresentam aspectos comuns entre si. O lazer, dentro dos moldes como o conhecemos hoje em dia, surgiu das

[9] Para maiores detalhes, ler CAMARGO, Luiz O. L. Turismo, hotelaria e hospitalidade. In: Dias, Célia M. M., Hospitalidade: reflexões e Perspectivas. São Paulo: Manole, 2002, p.1-24.

[10] De acordo com a Organização Mundial do Turismo (2002, p. 97) *catering* é um serviço de alimentação oferecido na medida das necessidades do cliente e servido onde desejado, para um número variado de pessoas. Segundo Paula, esse cliente é o usuário dos transportes aéreos, marítimos, ferroviários e rodoviários. (2002, p. 76)

mudanças sócio-policito-econômicas resultantes do movimento da Revolução Industrial alterando as relações entre o homem e o lazer. Nesse contexto entendemos lazer como as atividades de entretenimento realizadas fora do horário de trabalho, nas quais “[...] há um grau de liberdade nas escolhas dentro do lazer, maior que nas escolhas que se faz no trabalho, no ritual familiar, na vida sócio-religiosa e sócio-política [...]” (CAMARGO, 1999, P. 10). Grosso modo, numa era pré-revolução industrial, tais relações nem existiam, pois a estrutura econômica não comportava a idéia de trabalho como bem a ser vendido, e trabalhava-se quase que intermitentemente para subsistência e artesanalmente.

A partir do século XVIII, com a Revolução Industrial e, assim, com o surgimento da produção em série, configuram-se as relações de troca, que envolvem o trabalho como mercadoria; desse modo, surge o horário de trabalho e o de não-trabalho, o que, à medida que avançam as conquistas trabalhistas, acarreta em valorização do tempo livre como direito do homem, e em nossos dias, necessidade enquanto modo de vida saudável (BARRETTO, 2001).

Todavia a conquista do direito ao tempo livre aconteceu depois de muitos movimentos reivindicatórios, os quais procuraram liberar o homem do trabalho, cuja jornada a princípio era 15/16 horas por dia, de domingo a domingo.

Hoje em dia, a negociação da jornada de trabalho varia de país para país, de acordo com o seu próprio cenário, havendo aqueles em que o tempo destinado ao trabalho está regulamentado em 35 horas enquanto que outros ainda se encontram próximos à escravidão. A diminuição do tempo diário de trabalho é uma tendência certa, pois com a evolução dos meios de produção, realizando mais em menor tempo, e a dinâmica da vida moderna, trazendo grande desgaste físico e mental, com certeza o homem terá mais tempo para despendê-lo em atividades de sua escolha com a finalidade de recuperar suas energias.

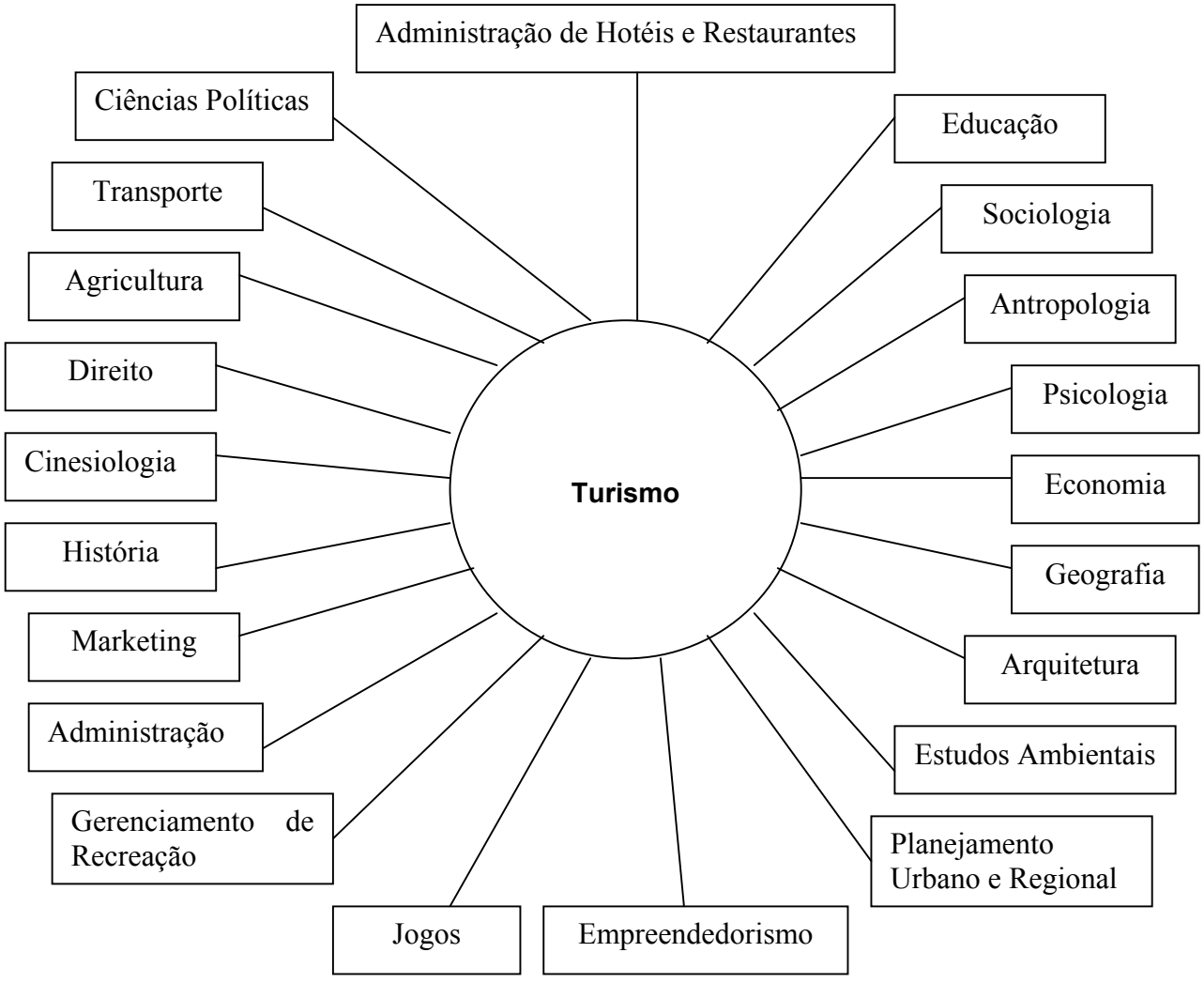
Devemos lembrar que em países em desenvolvimento, como o Brasil, inseridos numa economia de consumo, muitos trabalhadores se vêem obrigados a manter dois empregos para suprir as despesas familiares, assim como, atender às necessidades de conforto e bem-estar, obtidos por meio da aquisição de produtos que se tornarão obsoletos e precisarão ser trocados, tornando a sua “missão” interminável.

Dentre a várias opções que o homem tem para passar o seu tempo livre, ele pode escolher entre ficar no ócio, não precisando de dinheiro ou qualquer

equipamento para isso, até a realização de viagens durante o período de férias (CAMARGO, 1999). Assim entendemos que o lazer é o universo no qual o turismo está inserido dentro das suas opções estruturadas.

O turismo é uma atividade complexa que tem despertado o interesse de pesquisadores de áreas como sociólogos, antropólogos, turismólogos e vários outros profissionais (figura 10), pois, mais do que um simples deslocamento temporário de pessoas visando o descanso e o lazer, o turismo tem atingido uma amplitude tal, a ponto de alterar o painel econômico de muitas regiões do planeta e até, em várias delas, tornar-se a atividade econômica principal.

Figura 10 – A complexidade do turismo: algumas das áreas a ele relacionadas.




Fonte: Adaptado pela autora de Goeldner, Charles R., Ritchie J.R.B., McIntosh, Robert W. Turismo: princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2003. p.- 30)

A importância econômica do turismo pode ser observada nos estudos de Lickorish e Jenkinf (2000, p.49), quando afirmam que

> [...] recentemente, (o) turismo se tornou o termo universal que descreve o movimento de pessoas que saem do local de sua residência permanente para uma estada temporária em outro local. As atividades dessa população que viaja e os gastos envolvidos nessa mudança de localidade como transporte, acomodação, serviços, atividades no destino visitado e uma vasta gama de serviços necessários para tornar tal viagem possível formam juntos o negócio de turismo [...]

Dentro do contexto do turismo abordaremos as definições de motivação, excursionista e turista, bem como suas necessidades.

Com certeza há tantos conceitos e definições dentro do turismo quanto o número de pesquisadores da área. A partir das definições holísticas identificadas nos estudos de Beni, nas quais "[...] o turismo abarca muitos aspectos que se centralizam no principal, isto é, o turista".(2001, p.36) podemos complementar a reflexão do autor pelos estudos de Palomo e reconhecer a atividade turística como um ato exclusivamente humano, que atende também à necessidade de recreação, e envolve deslocamento que compreende gastos e receitas (BENI, 2001).

Assim, na definição sob o ponto de vista holístico, cujo objetivo é abranger a essência total do turismo, Beni cita também Jafari (2001, p.36) quando afirma que turismo é :

> [...] o estudo do homem longe de seu local de residência, da indústria que satisfaz suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria, geram sobre os ambientes físico, econômico e sociocultural da área receptor.

Ressaltamos que para esta pesquisa, além da definição anteriormente citada, tomaremos como base o conceito de turismo definido, em 1994, pela Organização Mundial do Turismo (OMT), organismo formado por representantes estatais e privados, dos mais relevantes núcleos turísticos no mundo, no qual negócios, lazer e outros são levados em consideração como motivações de deslocamentos e atividades realizadas por pessoas que se dirigem a locais diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo e inferior a um ano (2001).

Retomando os estudos de Beni, numa análise técnica para fins estatísticos, destacamos a diferenciação entre os termos turista, visitante e excursionista, necessidade também abordada pela maioria dos estudiosos do "fenômeno turístico",

assim como pela OMT e que também tomaremos como base para a fundamentação teórico-conceitual desta dissertação.

Em virtude de convenção internacionalmente aceita, estabeleceu-se que são denominados “visitantes todos os viajantes relacionados ao turismo, ou seja, “[...] qualquer pessoa que viaje entre dois ou mais países ou entre duas ou mais localidades em seu país de residência habitual[...]”(OMT, 2001, p. 41).

A partir da localidade receptora, o visitante pode ser considerado turista ou excursionista, onde turista é o visitante que permanece pelo menos uma noite em um meio de alojamento coletivo ou privado na localidade visitada e o excursionista ou visitante de um dia, ao contrário do turista, é aquele que não pernoita num alojamento coletivo ou privado na localidade visitada (OMT, 2001).

É necessário entender o que leva as pessoas a deixarem o seu cotidiano e seus locais de residência em deslocamentos longos ou curtos.

Um dos elementos mais importantes das discussões em torno do turismo é a questão da motivação da viagem. Apesar de autores de relevância, como Barretto (2001)[11], defenderem que a motivação do deslocamento, tomado como essenciais para a atividade turística, deve estar apoiada apenas na procura do lazer pelos turistas, entendemos que negócios, estudos e eventos, adquiriram relevância como novos motivos da atividade turística nos tempos contemporâneos, pois aliam a essas motivações a oportunidade de lazer nos momentos de folga, nos quais o turista de negócios ou de eventos, por exemplo, usufruirá da mesma estrutura que aquele que o pratica por lazer[12].

Assim como em outras áreas da ciência, as tendências mostram que as mudanças no comportamento das pessoas provocadas pela adaptação ao uso de inovações tecnológicas, aplicadas no dia-a-dia, influenciam as motivações de deslocamentos, ou não deslocamentos, o que gera novos questionamentos sobre os conceitos até então formulados; a Internet e o turismo virtual são exemplos disso.

De acordo com Bôer, citado por Barreto, Burgos e Frenkel (2003, p.55), a televisão a cabo e a Internet são elementos decorrentes do progresso tecnológico nas áreas da eletrônica e da informática que contribuem para a divulgação do turismo e a criação do seu segmento virtual, uma nova modalidade na qual “[...] o

[11] Margarita Barretto, respeitável pesquisadora do turismo, uruguaia radicada no Brasil desde 1978 e autora de diversos livros na área.

[12] Ponto de vista da maioria dos autores pesquisados, como José Vicente de Andrade, Mário Carlos Beni, Charles Goeldner e John Fletcher.

turista pode obter informações e imagens dos locais turísticos de seu interesse, bem como efetuar reservas de passagens aéreas, hotéis, locação de automóveis, entre outras facilidades".

As motivações das viagens são inúmeras, variando do interesse em procurar culturas antigas, passando pela prática de esportes, a necessidade de recuperação da saúde, a busca de calma e repouso, até a participação em eventos e objetivos relacionados a negócios, como observamos na cidade de São Paulo. Tal variedade é característica das motivações e destacam a complexidade das influências que sobre elas atuam.

Muitos estudiosos do comportamento humano abordaram as necessidades e desejos como ferramentas motivadoras da ação humana.

Segundo Mill e Morrison (OMT, 2001, p.66)

> [...] as necessidades são uma combinação de desejos dos quais o consumidor pode ou não estar consciente. Também estas necessidades são expressas por meio de desejos específicos – por exemplo, necessidade de relaxar, desejo de ir a um determinado lugar, etc. A diferença entre a necessidade e o desejo é que os desejos são conscientes. A motivação (causa) formula os objetivos ou fins concretos, cuja realização, em princípio, deve satisfazer às necessidades do indivíduo.

As necessidades e desejos dos seres humanos mudam de acordo com as transformações sociais e econômicas, assim, principalmente aqueles relacionados ao turismo sofreram alterações expressivas nos últimos tempos, a partir da Revolução Industrial.

Do ponto de vista econômico, o turismo tornou-se um bem de consumo, um produto composto, uma combinação de bens e serviços, pois a atividade envolve a criação e o estabelecimento de empresas de diversos setores, como transporte, alimentação, hospedagem e lazer para atender a demanda turística. Todavia, o turismo ainda não representa para a maioria dos economistas e dos empresários capitalistas, elemento de grande relevância para a economia porque, considerado um consumo supérfluo, só é prioridade após o pagamento de todas as outras despesas e outros itens do orçamento.

Assim o turismo é realizado basicamente por aqueles que têm renda mais do que suficiente para contemplar o orçamento básico.

Do ponto de vista psicológico e de acordo com a escala de Maslow, o turismo pode ser entendido como uma necessidade social ou uma necessidade psíquica, como é possível observar na afirmação de Barretto (2001, p. 62)

> O turismo pode ser considerado uma necessidade social, quando a pessoa entende que deve viajar para obter determinado status e assim ser estimada pelo grupo. De outra forma, se a pessoa busca no turismo a auto-realização como uma atividade que lhe satisfaça e que lhe traga prazer ou autodesenvolvimento por intermédio do conhecimento de novas culturas, o turismo virá por último na escala de necessidades do homem.

Tal escala organiza as necessidades humanas em três faixas horizontais de um triângulo (CHIAVENATO, 2003). A inferior representa as necessidades básicas de sobrevivência, como alimentação, segurança, moradia, etc, a intermediária, as necessidades sociais, relacionadas ao afeto e a auto-estima; no pico, a das necessidades psíquicas, ligadas ao autodesenvolvimento, ao auto conhecimento. A ordem de prioridade de atendimento das necessidades se dá, em Maslow, de baixo para cima, em seu triângulo, porém isso não significa que uma necessidade da faixa superior só seja atendida caso as da faixa anterior tenham sido totalmente satisfeitas, pois pode haver sobreposição entre elas.

A princípio, o turismo pertence ao extremo superior do triângulo, daí o pouco reconhecimento dessa atividade, restrita enquanto econômica, entretanto, diante das atribulações do cotidiano nas grandes cidades e, assim, desse modo de vida repleto das chamadas doenças modernas como estresse, depressão, etc, a atividade turística tende a migrar para patamares inferiores, uma vez que se torna uma necessidade de manutenção ou resgate da qualidade de vida, fator determinante para que as pessoas economicamente ativas possam cumprir suas obrigações e também, desonere as empresas, que teriam perdas de produtividade, de cuidar da saúde de seus empregados.

Alguns fatores condicionam a atividade turística e permitem, numa análise menos detalhada, uma sobreposição e combinação dos motivos dos deslocamentos dos consumidores do turismo. Tais fatores estão relacionados ao turista, como a idade, informações que o turista tem sobre o local visitado, condições de saúde, tempo e dinheiro disponíveis, afinidade cultural e idiomática com o núcleo turístico. Esses aspectos condicionantes também estão relacionados ao núcleo receptor, como atrativos, infra-estrutura básica e turística de qualidade, segurança e hospitalidade.

Segundo Arrillaga, citado por Barretto (2001), alguns fatores ligados ao núcleo receptor podem ser limitantes da atividade turística e não estão sob seu controle, como formalidades administrativas, inflação, controle policial, epidemias, entre

outros, dos quais destacaremos a falta de hospitalidade, cuja dualidade com a hospitalidade será estudada adiante.

Quanto à segmentação do turismo, a principal base está no critério da motivação, ou seja, o que leva o turista a se deslocar até determinado local, e o estudo do seu perfil e das suas necessidades, daí as terminologias como turismo de eventos, turismo gastronômico, de negócios, de compras, de saúde, cultural entre outros.

Acredita-se que mais segmentos de turismo ainda estão por surgir, em conseqüência da segmentação de mercado cada vez maior, cujos empreendedores buscam especialização, procurando obter mais informações sobre o perfil do turista, de acordo com as suas preferências e sua motivação, com o objetivo de mantê-lo e fidelizá-lo (MORAES, 1999).

O turismo de negócios, um dos segmentos de turismo de maior enfoque nesta dissertação, é representado pelas viagens que têm nos negócios o principal objetivo do deslocamento, é importante por causa da sua estabilidade, e é considerado o segmento de maior representatividade na cidade de São Paulo.

Circunstâncias econômicas adversas, obviamente, afetam as atividades turísticas, mas, ao contrário daquelas motivadas pelo lazer, as que o são pelos negócios, tendem a manter certa regularidade, pois que fazem parte de um conjunto de estratégias das empresas que visam o cumprimento de seus objetivos.

Assim, em momentos de crise, em fases de contenção de despesas, os viajantes a serviço continuam a existir e devem, pois, ser alvo do turismo, mesmo que às custas de promoções ou quaisquer vantagens que a eles possam ser oferecidas. Sendo normal o pagamento das despesas de viagem pelas empresas, é muito comum que o turista a negócios gaste mais em seus momentos de lazer.

Outro segmento abordado nesta pesquisa é o turismo cultural, relacionado a algumas das controvérsias existentes nos estudos na área do turismo, pela amplidão do conceito de cultura.

De acordo com o ponto de vista defendido por Barretto, dentro da perspectiva na qual o turismo ocorre apenas por questões de lazer, as pessoas estão motivadas pela busca de atrativos naturais e/ou culturais.

> Assim, entende-se por “turismo cultural” todo turismo em que o principal atrativo não seja a natureza, mas algum aspecto da cultura humana. Esse aspecto pode ser a história, o cotidiano, o artesanato ou qualquer outro dos inúmeros aspectos que o conceito de cultura abrange (2001, p.20**)**

A definição atribuída pela OMT ao turismo cultural caracteriza esse segmento como aquele procurado por pessoas cujo interesse envolve estudos, artes cênicas, festivais, monumentos, sítios históricos ou arqueológicos, manifestações folclóricas ou peregrinações e produtos típicos das localidades visitadas. Tal definição, para alguns autores, é muito ampla, porque generaliza o aspecto cultural dos atrativos turísticos que possuem diversidade de origem e classificação, o que torna possível uma outra segmentação dentro do turismo cultural, criando ainda segmentos como turismo gastronômico, turismo arqueológico, turismo histórico, entre outros.

No caso desta dissertação, buscamos compreender a gastronomia como um dos atrativos turísticos relacionados ao segmento cultural, identificados no Restaurante Andrade, estabelecimento de lazer sob o tema nordestino, na cidade de São Paulo.

Qualquer que seja o segmento de turismo mencionado, a hospitalidade representa um aspecto importante para essa atividade, já que na mesma há alguém que se movimenta para um local onde será observado como um estranho, um forasteiro e precisará de acolhimento, além de alimento, bebida e entretenimento.

Assim como no turismo, destacamos a relevância das pessoas e dos espaços na hospitalidade, pois apenas o homem tem a capacidade de ser hospitaleiro e manter laços com seus semelhantes. Esta seria uma das diferentes dimensões associadas à hospitalidade, a sociocultural, na qual Cruz afirma que “[...] em essência, o ato de acolher um visitante é um ato social, culturalmente construído” (2004, p. 41).

É possível afirmarmos que toda situação é hospitaleira quando alguém se sente acolhido e tem a sensação de bem-estar durante uma determinada vivência. A noção de hospitalidade pode ser empregada em diferentes contextos que envolvem “[...] a troca de bens e serviços materiais ou simbólicos entre receptor e acolhido, anfitrião e hóspede [...]” (GRINOVER, 2002, p. 25). Dessa forma, ela pode caracterizar a interação satisfatória entre a cidade bem cuidada e as pessoas que nela encontram segurança e conforto fisiológico e psicológico em suas estruturas físicas e culturais. Um espaço familiar também pode apresentar esses mesmos aspectos, porém somente a hospitalidade, exercida por meio da prática da dádiva, estabelece vínculos interpessoais.

Segundo Godbout (1999, p. 41), a dádiva implica na circulação da dívida, a qual é aprendida pela criança desde cedo, no seio da família, dando sem pedir algo em troca, porém, no ritual de leis não escritas da hospitalidade, fica implícita a obrigação, por parte de quem recebeu, em retribuir.

A hospitalidade originou-se nos primórdios da humanidade, das relações humanas envolvendo a tríade dar, receber e retribuir, quando forasteiros, andarilhos e viajantes saíam rumo a diferentes destinos, onde eram recebidos ou desprezados ou ainda escorraçados. Como um princípio básico da conviviabilidade, da tolerância com estranhos e para se manter a ordem social, a hospitalidade aparece, em todas as culturas, envolvida em aspectos míticos, revestida de uma aura divina, que age como um estímulo para o ato humano de abrigar estranhos, mesmo que na esperança de ter a retribuição, num tempo *a posteriori*, por parte do Ser Supremo, no qual deposita-se fé, envolvendo sentimento de altruísmo e benevolência.

O tema da hospitalidade foi retomado na atualidade devido aos problemas originados do processo da globalização, foco da crítica de muitos que afirmam ser a modernidade a causa das desavenças humanas.

A hospitalidade gira em torno do dom da dádiva como base das relações sociais, nas quais os personagens envolvidos, o anfitrião e o hóspede, mantêm vínculos originados a partir da dívida criada pela dádiva. O anfitrião dá algo ao hóspede, seja abrigo, alimento, hospedagem ou entretenimento, e gera neste um sentimento de dívida, de inferioridade que o obrigará a proceder à retribuição e se equilibrar na relação, gerando assim uma nova dívida por parte do anfitrião, agora na qualidade de hóspede. O desempenho dos papéis é trocado de forma alternada, pois quem é anfitrião num momento será o hóspede num outro, criando um círculo quase infinito de trocas sociais.

A hospitalidade, ou seu lado oposto representado pela hostilidade, depende não apenas do anfitrião, mas também do hóspede, pois este precisa procurar se adequar ao novo meio, em respeito às condições oferecidas pelo anfitrião.

Considerando-se o que é trocado e onde a troca acontece, as atividades relacionadas à hospitalidade podem ser de domínio privado, social ou comercial, havendo tanto independência quanto sobreposição entre estes domínios.

Conforme Lashley (2004, p.5-6):

> O *domínio social* da hospitalidade considera os cenários sociais em que a hospitalidade e os atos ligados à condição de hospitalidade ocorrem junto com os impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação. O *domínio privado* considera o âmbito das questões associadas à oferta da "trindade" [dar, receber, retribuir] no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede. O *domínio comercial* diz respeito à oferta de hospitalidade enquanto atividade econômica e inclui as atividades dos setores tanto privado quanto público.

Nesta dissertação, o foco incidirá sobre a hospitalidade nos domínios social e comercial, pois o primeiro origina o segundo e ambos são identificados no estabelecimento comercial de restauração escolhido para o estudo de caso, detalhado no terceiro capítulo.

Há divergências entre as escolas francesa e americana que estudam a hospitalidade. Esta valoriza apenas a sua versão comercial, baseada no contrato e no fim da dívida com o pagamento monetário da mesma, encerrando o ciclo da dádiva e da hospitalidade, enquanto aquela se interessa somente pela hospitalidade nos domínios social e privado.

Camargo sugere que novas discussões abordem a criação de pontes ligando os lados opostos, pois entende que os domínios da hospitalidade estão interligados principalmente nos estudos que se referem às relações envolvendo turistas. Nos movimentos turísticos o anfitrião necessita tanto da hospitalidade quanto o hóspede, pois aquele, dependente do pagamento pelo serviço de acolhimento prestado, precisa se esmerar em ir além do limitante contrato estabelecido na hospitalidade comercial (2004).

Aliás, o ir além do estabelecido no contrato é o ponto relevante da discussão de Camargo que formula as seguintes hipóteses para as pontes a serem criadas ligando pessoas e negócios no âmbito da hospitalidade:

> . Tanto a hospitalidade comercial como a hospitalidade pública nutrem-se da mesma matriz, a hospitalidade doméstica[13];
> . A inospitalidade tão característica da sociedade moderna e que vitima tanto os migrantes como os turistas, pode ser lida como uma falta de "hospitabilidade", de capacidade de hospitalidade tanto de anfitriões como de hóspedes;
> . O comércio moderno da hospitalidade humana efetivamente abole o sacrifício implícito na dádiva, ao trocar serviços por dinheiro, mas a hospitalidade sempre foi atributo de pessoas e de espaços, não de empresas.(2004, 44-45)

[13] Entendemos como sinônimos: hospitalidade social e hospitalidade pública, hospitalidade doméstica e hospitalidade privada.

Dentro das hipóteses levantadas por Camargo, verificamos o novo enfoque sobre o domínio comercial da hospitalidade, relacionando-a com o turismo, cenário no qual a primeira é indispensável para o sucesso da segunda.

## 2.2 Hospitalidade Turística

No turismo, deparamos com um tipo de hospitalidade originada da comercial, a profissional, pois a concorrência entre os prestadores de serviços, nas atividades turísticas, gera o desenvolvimento da habilidade em receber pessoas como forma de profissionalização da área. A hospitalidade profissional, por ser preparada, treinada, planejada, retoma as discussões de franceses e americanos sobre o verdadeiro sentido da hospitalidade, pois quem presta serviço aos turistas, de um modo geral, o faz pela imposição do trabalho e não necessariamente como algo voluntário.

Todo turista precisa ser acolhido e o modo como ele é recebido fará a diferença e marcará a sua experiência enquanto hóspede que propagará as impressões de hospitalidade ou de hostilidade. Sabendo-se da sua vulnerabilidade em terras estrangeiras, ele necessita tanto do fator humano como dos equipamentos usados nos serviços prestados dentro da hospitalidade turística. Cruz aborda a hospitalidade turística como aquela que, dentro da profissional, associada ao fazer turístico, assim como a hospitalidade de modo geral, vai “[...] além da atitude cordial dos anfitriões e envolve um conjunto de objetos e de ações, fundamentais ao bom funcionamento da chamada “indústria do turismo”” (2002, p.40).

Nesse contexto, a hospitabilidade, ou seja, a capacidade de ser hospitaleiro (TELFER, 2004) diferenciará as pessoas que recebem por prazer daquelas que o fazem de modo impecável, mas apenas seguindo à risca o passo-a-passo de um manual de procedimentos.

A hospitabilidade pode ser aprendida tanto pelo anfitrião, para receber as pessoas de forma que estas se sintam bem acolhidas e seguras como se estivessem em casa, como pelo hóspede, para saber ser acolhido, receber o novo e apreciar os valores de quem o acolhe.

Telfer discute a hospitabilidade enquanto virtude moral, baseada no ensaio de Philippa Foot sobre virtudes e vícios, no qual a virtude moral é uma qualidade humana de quem procura o próprio bem e dos seus semelhantes, o que depende da

vontade e não do intelecto e representa correção de excessos ou ausência de motivação em algumas tendências humanas. A hospitabilidade pode ser uma virtude moral e mais uma forma da pessoa ser útil, mas isso não significa que alguém considerado generoso, solidário, compassivo ou afetuoso, seja necessariamente hospitaleiro. A hospitabilidade pode ser desenvolvida, porém somente se houver real desejo para isto, pois acreditamos que a maioria das pessoas é portadora de sentimentos pouco nobres como o egoísmo, mas também de medos oriundos das mudanças nas bases das relações humanas, que as levam muitas vezes a não serem hospitaleiras e ou terem interesse para isso.

É dentro do caráter da hospitabilidade que o estereótipo de hospitalidade atribuída ao brasileiro, com destaque para o nordestino, entendida como parte da oferta turística do Brasil, será abordada.

Mas, quais são as bases do estereótipo da hospitalidade brasileira criado pelos turistas que visitam e consomem os produtos turísticos do Brasil e apreciam a hospitalidade do seu povo?

Para tal resposta, poderemos encontrar diversas abordagens cujas visões estarão acordadas com a área de conhecimento dos pesquisadores sobre esta indagação. Em nosso caso, tomamos como linha de pensamento os estudos do renomado pesquisador da área de Hotelaria e Turismo, Geraldo Castelli, que se baseia em Freyre, Holanda e Ribeiro, para esboçar uma resposta para este questionamento. Opção esta, justificada pelo fato de que , assim, não nos distanciamos do olhar que a indústria do turismo percebe sobre esta complexa questão.

É do senso comum, entre turistas estrangeiros, afirmar que o brasileiro é hospitaleiro. Holanda corrobora esse fato e vai além quando afirma que

> Já se disse, numa expressão feliz, que a contribuição brasileira para a civilização será de cordialidade – daremos ao mundo o “homem cordial”. A lhaneza no trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam, com efeito, um traço definido do caráter brasileiro, na medida, ao menos, em que permanece ativa e fecunda a influência ancestral dos padrões de convívio humano[...] (1995, p. 146)

Na verdade, acreditamos que o brasileiro tem um bom nível de hospitabilidade, e como parte desta dissertação, procuraremos focar, sem muita pretensão, a colaboração do tema nordestino para a construção dessa imagem.

Estamos cientes de que apenas a hospitalidade estereotipada atribuída aos brasileiros, tidos como acolhedores, não é suficiente para o desenvolvimento e manutenção de atividades turísticas a contento dos consumidores, cada vez mais exigentes e esclarecidos quanto às questões de qualidade nos serviços prestados, de ecologia e de sustentabilidade, mas como já mencionado, além de boa infra-estrutura, a hospitalidade representa insumo importante para a diferenciação do produto turístico como um todo.

Castelli (2005) valida a típica e decantada hospitalidade brasileira[14] buscando subsídios em estudos de autores renomados para melhor compreendê-la. Ele considera importante a participação de vários povos na formação da cultura brasileira, mas procura na sua primeira formação a explicação para a materialização dessa hospitalidade que tem como origem as influências portuguesa, africana e indígena, principalmente no início da colonização do Brasil, na região Nordeste.

Brancos, índios e negros contribuíram para a construção do cenário no qual tornam-se vultuosos o espírito luso de conquistas, que submetia pela força os povos conquistados, criando a servidão e o servilismo nas terras da colônia, e o patriarcalismo, no qual os senhores de engenho, detentores do poder de vida e morte sobre os seus comandados, desenvolveram uma política de proteção voltada àqueles que lhes conviessem, por lhes prestarem algum tipo de agrado.

A tese de formação do povo brasileiro, baseada no tripé mencionado, é contestada por Da Matta (2000), pesquisador da área de antropologia. Segundo ele, a idéia de colaboração harmoniosa entre brancos, negros e índios reflete tendências elitistas que, por meio da criação da fábula das três raças, tida como elemento unificador e ideológico criado pela elite brasileira, procuraram apaziguar os ânimos das classes desfavorecidas, vítimas de preconceito, por ocasião do movimento republicano, o qual, para estabelecer o novo sistema político, precisava de coesão entre as classes sociais.

Para os objetivos desta dissertação nos ateremos ao ponto de vista destacado por Castelli, pois entendemos que portugueses, negros e índios colaboraram para o hibridismo cultural que resultou na base do estereótipo de hospitalidade brasileira observada no turismo internacional, mas que representa algo indefinido, flexível, ainda em processo de configuração.

---

[14] Expressão constantemente utilizada por Geraldo Castelli em sua obra “Hospitalidade. Na perspectiva da gastronomia e da hotelaria” São Paulo: Saraiva, 2005.

Na maioria das vezes, o processo de hibridização cultural não se dá de forma amistosa. Trata-se de movimentos de afinidade e convergência, de semelhança e diferença, nos quais são dadas novas formas aos costumes antigos, o que pode provocar a sua extinção ou reações nacionalistas ou étnicas. Os povos, colocados em contato entre si, seja por migração, colonização ou qualquer outro processo político, social e econômico, consciente ou inconscientemente, modificam seus costumes, assimilando novos modelos que se assemelham a símbolos considerados importantes dentro do novo contexto (BURKE, 2003).

Retomando o ponto de vista de Castelli, aos portugueses, ele atribui a influência das suas características de aclimatabilidade, de mobilidade e de miscibilidade, destacadas por Freyre (2001), na composição do povo brasileiro, além do espírito religioso cristão usado pelos colonizadores como estratégia para dominar os índios encontrados no Brasil. Dentre essas características, parece-nos que a mobilidade, a miscibilidade e o espírito religioso são identificados com relevância no caráter do brasileiro.

A mobilidade portuguesa surgiu da necessidade de ampliar os horizontes econômicos lusitanos para além mar, já que a expansão por via terrestre seria mais difícil, dada a importância em se manter as relações políticas estáveis e pacíficas com o território vizinho, o espanhol. A sua localização geográfica avançada no Oceano Atlântico também colaborou para a sua agilidade no percurso de grandes distâncias.

> De acordo com as suas necessidades, [os portugueses] deslocavam pessoas de um continente para o outro com extrema rapidez. Foi o que aconteceu com os negros trazidos da África para o Brasil. Uma mobilidade admirável, fazendo com que um povo quase inexpressivo em termos do número de pessoas dominasse terras na Ásia, na África e na América.[...](CASTELLI, 2005, p.101)

A mobilidade é uma característica também identificada nos índios brasileiros, pois auxiliados pelo conhecimento minucioso da vegetação da costa brasileira, se deslocavam com desenvoltura pelos caminhos abertos na mata.

Também por sua localização geográfica, considerada estratégica, os portugueses estiveram, por diversas vezes, submissos à outros povos, e assim, para sobreviverem durante o período de invasão da península, eles desenvolveram a capacidade de miscibilidade, mesclando-se com o invasor e aceitando a imposição das suas influências. Essa influência de vários povos na formação do povo

português lhe atribui qualidades marcantes, pois nem bem europeu, nem bem africano, o português desenvolveu características culturais peculiares, que o distingue dos demais da Europa e da África, e que trouxe consigo quando da colonização do Brasil. A flexibilidade, característica adquirida nos períodos de submissão, garantiu ao povo português o domínio do território a ser colonizado além-mar, pois que Portugal, não dispondo de contingente suficiente para ali prevalecer, usou da mesma, agora como conquistador, para se mesclar com as mulheres índias e negras e garantir o povoamento da colônia.

A plasticidade social dos portugueses é talvez uma característica que encontra ressonância no povo brasileiro, que, podendo ser considerado até mais mestiço do que o seu colonizador, quase não apresenta orgulho de raça; ao menos, o orgulho obstinado que outros povos colonizados por aqueles de origem nórdica apresentam (HOLANDA, 1995).

O espírito religioso cristão sempre orientou o comportamento e os avanços além-mar de portugueses e espanhóis, visto que, com a permissão dos reis católicos e sob a benção dos Papas Nicolau V e Alexandre VI, os homens das caravelas, como Castelli se refere aos navegadores que saíram nesse tipo de embarcação para as descobertas, poderiam ir e se apoderar das novas terras e de tudo que nelas existisse, inclusive os seus habitantes (CASTELLI, 2005).

Ainda de acordo com Castelli (2005), esse mesmo espírito religioso, por meio da ação educadora dos jesuítas, também foi usado como forma de colonizar os nativos, cujas crianças eram colocadas juntas, lado a lado, aos filhos de portugueses e meninos órfãos vindos de Lisboa, com o intuito de minimizar o preconceito e a segregação além de criar nas crianças um espírito mais flexível e tolerante, a se propagar pela sociedade em formação.

Muito se questiona se o verdadeiro interesse dos portugueses em mesclar as crianças de diferentes origens estava baseado nos ideais cristãos, de tolerância e hospitalidade genuína, ou se todo esse cuidado pretendia minimizar as previsíveis dificuldades com a resistência indígena ao domínio português.

Qualquer que tenha sido a intenção dos portugueses, o fato é que a partir daquele momento, com o caráter religioso permeando o contexto político escravocrata da colonização portuguesa, surgem os primeiros sinais do servilismo do povo brasileiro, a princípio, imposto, e mais tarde, de alguma forma, incorporado

culturalmente, em especial do nordestino, que, como já visto no primeiro capítulo, se mostrou dócil e maleável para o domínio externo e para o trabalho.

Do português e do índio, há ainda a influência do comportamento arredio às formalidades e à obediência às regras, presente na natureza da postura lusa desde os tempos de colonizador, considerada branda em comparação aos conquistadores nórdicos, mais sanguinários e opressores. Holanda destaca que “entre nós, o domínio europeu foi, em geral, brando e mole, menos obediente a regras e dispositivos do que à natureza” (1995, p.52). Essa maleabilidade no trato com os escravos, também apontada por Freyre (2001), promoveu uma certa proximidade entre as classes dominantes e dominadas conforme destacamos em Holanda

> Compreende-se, assim, que já fosse exíguo o sentimento de distância entre os dominadores, aqui, e a massa trabalhadora constituída de homens de cor. O escravo das plantações e das minas não era um simples manancial de energia. Um carvão humano à espera de que a época industrial o substituísse pelo combustível. Com freqüência as suas relações com os donos oscilavam da situação de dependente para a de protegido, e até de solidário e afim (1995, p. 54).

Tal proximidade alterou os conceitos referentes à hierarquia, que observamos presentes no comportamento do brasileiro, o qual se porta de forma íntima de pessoas que mal acabou de conhecer, tratando-a pelo nome pessoal e não pelo de família, como é comum entre outros povos, o que denota formalidade.

O índio, como se sabe, sempre se mostrou arredio à imposição das regras da cultura portuguesa justamente por estas limitarem a sua mobilidade, a sua liberdade plena no contato com a natureza e alterando o seu modo de ser e viver, considerado inadequado pelos hábitos europeus pautados na religião.

De acordo com Castelli (2005), os índios também contribuíram para a formação das bases da hospitalidade brasileira e faz uso dos escritos de Darcy Ribeiro, antropólogo estudioso da questão indígena, para evidenciar a natureza dadivosa dos nativos brasileiros, que relata a forma, desconfiada, porém hospitaleira dos índios de receber os portugueses que chegaram ao Brasil, oferecendo e aceitando pequenos presentes, num primeiro contato com essas pessoas desconhecidas que chegavam pelo mar.

Dos negros, Freyre (2001) destaca a influência no “amolecimento” das palavras que deu ao falar brasileiro um tom brando e doce, nada gutural, o que não

descarta a presença do tom gritado nas vozes dos nordestinos, absorvido do exemplo retirado dos coronéis, símbolo de autoridade e autoritarismo.

Mas toda candura no trato do povo brasileiro com os estrangeiros não pode ser considerado sinônimo de boas maneiras, fineza de gestos e hábitos e sim, antes disso, atitudes de defesa envoltas por um fundo emocional que ativa o comportamento dos oprimidos.

Todas as influências recebidas, a princípio de portugueses, índios e negros africanos, e posteriormente, dos demais povos que se deslocaram para o Brasil, colaboraram para a formação híbrida do povo brasileiro e

> [...] tem contribuído para impregnar a cultura brasileira de uma variada gama de crenças e valores que a tornou singular. Em grande parte graças ao [...] sincretismo muito peculiar da sociedade brasileira, tem-se, hoje em dia, uma população mais flexível e aberta para acatar novas idéias e, principalmente, para relacionar-se com o outro, estabelecendo novas amizades (CASTELLI, 2005, p. 119).

Desse modo, percebemos, por meio dos fatos apontados e selecionados dos estudos da história, o caráter cordial que evidencia o povo brasileiro quanto ao seu comportamento e ao relacionamento entre pessoas, baseado no servilismo e no patriarcalismo. Tais fatos colaboram para o entendimento da formação do estereótipo da hospitalidade brasileira, significada pelo modo bem sucedido do brasileiro fazer as pessoas se sentirem acolhidas e seguras como se estivessem em casa, de forma descontraída, mesmo que, por vezes, podendo exceder-se na informalidade e, em algum momento, ultrapassar os limites da hospitalidade e criar constrangimento ao hóspede ou ao turista.

Neste momento da dissertação levantamos a hipótese de que todas as características formadoras do estereótipo de hospitalidade apregoadas ao povo brasileiro podem ser, em primeira mão, referentes ao nordestino, já que o processo histórico nos mostra que, pela própria ordem de ocorrência dos fatos, o Nordeste, sendo o ponto de partida da colonização do Brasil, representou a base de formação desse estereótipo.

E especulamos sobre as possibilidades de entender o nordestino frente a uma caracterização estereotipada do brasileiro a qual é aproveitada como negócio, no caso, o comércio, e que procuramos identificar no Restaurante Andrade, nas nuances entre o turismo e o tipicamente nordestino.

## 2.3 A Indústria da Hospitalidade e a Área de Alimentação

A indústria do turismo é altamente complexa por envolver os mais diversos segmentos de mercado e da economia que estejam relacionados direta ou indiretamente com a satisfação das necessidades do turista.

Os principais componentes dessa grande indústria são aquelas empresas que procuram atender às necessidades básicas relativas ao deslocamento, ao abrigo e ao fornecimento de alimento e bebida ao turista enquanto este estiver longe de seu domicílio. Assim, temos o serviço de transporte, de alimentação, de hospedagem, de recreação, entre outros, como os serviços de venda de souvenires e outros produtos considerados personalizados em combinação com os quatro primeiros. O conjunto formado por estas empresas e as diversas e complexas relações estabelecidas entre elas, assim com entre essas e a oferta e demanda turística e as autoridades públicas, é conhecido por Sistema de Turismo – (Sistur) (BENI, 2002) ou, mais recentemente entendida como indústria da Hospitalidade[15]. O termo hospitalidade, neste caso, é citado por Chon e Sparrowe porque os autores desejam "[...] enfatizar a responsabilidade dos profissionais da indústria quanto a serem anfitriões hospitaleiros e corteses ao oferecer seus serviços" (2003, p. 5).

Dentre os segmentos participantes da indústria da hospitalidade, daremos destaque àquele pertencente à indústria da alimentação, por representar o segmento ao qual pertence a empresa objeto de estudo desta dissertação, o Restaurante Andrade.

Desde os tempos em que, na França, Monsieur Boulanger deu os primeiros passos para o que seria o início dos serviços de restauração, hoje amplamente espalhados pelo mundo, a indústria da alimentação, mais especificamente, a parte representada pelos restaurantes, é objeto de estudo das mais diversas áreas do conhecimento, por causa da importância do alimento para a sobrevivência do ser humano e da simbologia que envolve o ato de comer junto aos demais elementos do grupo ao qual se pertence.

A comensalidade é uma característica puramente humana que reforça os laços entre os membros de um grupo e contribui para a sua harmonia. Refeições

[15] Nesse caso, o termo hospitalidade aparece mais como sinônimo de hotelaria do que como seu significado mais abrangente abordado neste capítulo, e de acordo com as análises de Camargo, que em seus estudos apresenta o porquê desta sinonímia. (Camargo, 2004, p. 1-23)

realizadas em comum referem-se à sobrevivência do grupo e, por isso, na maioria das sociedades, desde os tempos mais remotos, as celebrações são acompanhadas de momentos em que alimentos são oferecidos tanto aos elementos divinos como aos participantes do festejo. Assim, compartilhar alimento faz parte significativa da hospitalidade.

Os restaurantes desempenham papel importante na sociedade, pois o ato de comer fora de casa, num restaurante, representa não apenas o atendimento à necessidade básica de alimentação, mas também, à social de compartilhar momentos de interação com outras pessoas no ambiente em que se come, onde cada elemento manifesta a sua identidade dentro do grupo.

Até hoje, os restaurantes, cuja expansão se deu em especial no início do século XIX, constituem local de conviviabilidade e de sociabilidade, momento oportuno para se praticar a hospitalidade e se fazer negócios.

Complementando as emoções vividas num restaurante, Walker afirma que:

> Os restaurantes são um dos poucos lugares onde podemos viver plenamente nossos cinco sentidos: o paladar, a visão, o olfato, a audição e o tato; tudo isto se torna essencial para provarmos da comida, dos serviços e da atmosfera de um restaurante (2003, p. 196).

As experiências vividas num restaurante podem ser boas ou ruins, mas sempre são baseadas em aspectos tangíveis, como o alimento e a bebida, assim como, em intangíveis, como o serviço, o ambiente, o atendimento. O ambiente do restaurante é onde os sentidos são ativados e estão diretamente relacionados ao ato de comer, colaborando para a formação de uma imagem, que será resgatada na memória quando os mesmos aromas, sabores, sons e texturas forem novamente vivenciados, trazendo ao indivíduo emoções e sentimentos vividos num determinado momento. Deste modo, a hospitalidade experimentada num restaurante é algo subjetivo e de difícil mensuração, pois que as emoções são individuais e seus significados variam de pessoa para pessoa (PAULA, 2002).

Conforme definido por Castelli (2003), restaurante é a empresa que oferece ao público em geral o serviço de alimentação mediante pagamento.

Não é possível estabelecer uma única classificação que aborde todos os tipos de restaurantes existentes, mas de modo geral as empresas de restauração são classificadas de acordo com o público atendido e quanto ao produto vendido. Assim

temos restaurantes que trabalham com alimentação social ou coletiva, cujos clientes são as empresas, organismos e instituições que reúnem um grande número de pessoas, como hospitais, escolas, universidades, etc. Nesse caso, o restaurante pode ser próprio ou contratado para a elaboração das refeições, num sistema de terceirização de serviços de *catering*.

Há os restaurantes comerciais, ou seja, aqueles que são estabelecidos em ambiente aberto ao público, como os restaurantes em si, as pensões, os bares, as lanchonetes, os restaurantes localizados dentro de hotéis, etc.

Segundo a OMT (2001), os restaurantes comerciais são classificados em tipo neo-alimentação, familiares e monoproduto. Os restaurantes do tipo neo-alimentação representam as novas tendências no serviço e na comercialização de alimentos como o *catering*; o banquete, que oferece alimentos e bebidas num lugar e momento determinados, normalmente durante celebrações e eventos; as vendas automáticas, por meio de máquinas acionadas por moedas ou por sistema de crédito que liberam produtos sólidos ou líquidos, bastante comum em hotéis; o *take away*, serviço de alimentação onde o cliente encontra o seu prato pronto para levar para casa, e o *fast food*[16] que, combinado com o sistema *delivery*[17], representa uma das maiores tendência do mercado.

Os restaurantes familiares são aqueles que oferecem comida caseira, num cardápio econômico e simples, dispondo de poucas mesas em ambiente informal para atender à clientela, a qual, normalmente, é servida pelos membros da família proprietária.

Complementando essa definição, Walker (2003) afirma que, habitualmente, os clientes são recebidos pela anfitriã, que atua também como caixa, e os acompanha até a mesa, onde o garçom ou alguém da família se encarregará de tirar o pedido e servir a refeição. O ato de receber os clientes por um membro da família proprietária confere a este tipo de restaurante uma aura de hospitalidade, como se o dono do restaurante estivesse recebendo amigos em sua casa.

Os restaurantes monoprodutos se caracterizam por oferecer um produto específico como sua especialidade, que pode ser acompanhado por decoração,

---

[16] Comida preparada e servida rapidamente, geralmente em restaurante e lanchonetes baratos, que oferecem um cardápio limitado, com itens de baixo preço. Pode-se ingerir o alimento no local, no balcão ou em mesinhas, ou então levá-lo em embalagens próprias. Ex: hambúrgueres, pizzas, cachorros-quentes, etc. (GOMENSORO, 1999).

[17] Substantivo da língua inglesa, que significa entrega, distribuição (HOUAISS, 2002). Na área de alimentação, designa o sistema de entrega em domicílio.

ambiente e serviço que lhe atribuam originalidade para atuar como atrativo. É o caso das churrascarias, pizzarias, creperias, rotisserias[18], dos restaurantes temáticos, dos cibercafés, entre outros.

Walker e Chon e Sparrowe também seguem classificação semelhante com especial destaque para os restaurantes monoproduto. Nesse caso, esses autores distinguem os restaurantes informais, os temáticos e os étnicos.

Os restaurantes informais procuram oferecer a seus clientes pratos e serviços sem muitas formalidades. As tendências apontam para o aumento da participação no mercado desse tipo de restaurante. De acordo com dados de Neves e Lazzarini, apontados por Paula (2002, p. 76), no Brasil, "o mercado de alimentação fora do lar passou, em 1993, de R$ 6,5 bilhões para R$ 13 bilhões em 1997". Tal tendência nada mais é do que um reflexo na mudança dos hábitos da maioria dos trabalhadores, que agora, desempenhando as suas atividades longe de casa, vê-se obrigada a realizar suas refeições em restaurantes, preferencialmente nos informais, por serem considerados mais acolhedores e que prevêem um certo afrouxamento na postura do cliente.

Os restaurantes temáticos podem estar relacionados aos informais e são aqueles que procuram oferecer a seus clientes uma experiência diferenciada e plena no momento da refeição, vivenciando outra época ou lugar, por meio do conjunto formado pelo cardápio, pela decoração e pelo ambiente. É o caso dos restaurantes com visual de *pub* inglês[19], ou aqueles com temática esportiva que ostentam em sua decoração emblemas, distintivos e réplicas dos troféus conquistados pelo time, inspirador do tema seguido.

Os étnicos, muitas vezes confundidos com os temáticos, se diferenciam destes por terem sua origem relacionada fortemente a uma cultura, estando localizados em lugares de grande concentração de população representante do seu mercado-alvo, e pertencente a uma cultura específica, que, mais do que influenciar, atua diretamente na formulação do cardápio que deve apresentar cozinha autêntica, com pratos e idioma nativos.

Esse tipo de restaurante, resultante da diversidade de culturas espalhadas pelo mundo por meio da migração, tende a se tornar um atrativo turístico assim

[18] Estabelecimento especializado na preparação de doces e salgados, cujo ingrediente principal é o ovo. (OMT, 2003, p. 96)

[19] Do inglês "public house". Tradicional e mais comum tipo de bar existente na Inglaterra. Atende a todas as classes sociais. Além de bebidas, serve, também, alguns pratos. GOMENSORO (1999)

como um equipamento de lazer, pois além de atender ao seu público-alvo específico, atrai também pessoas interessadas em conhecer culturas diferentes.

A OMT complementa tal classificação com os cibercafés. Resultado da modernidade, esse tipo de estabelecimento associa ao ato de se alimentar, o hábito desenvolvido recentemente de “navegar” pela Internet durante a refeição, a preços acessíveis. Além desse diferencial, os cibercafés buscam aprimorar o atendimento selecionando, para trabalhar no contato direto com os clientes, pessoas que dominam tanto a arte de servir como os conhecimentos de informática necessários para prestar auxílio quando necessário.

Como outros aspectos da atividade turística, essa classificação não encerra, em cada uma das categorias apresentadas, definições rígidas e inflexíveis. Nem sempre é possível diferenciar os tipo de restaurantes entre si, pois eles podem apresentar sobreposição de características. Por exemplo, um restaurante temático pode ser considerado étnico e informal ao mesmo tempo. Pressionados pela concorrência do mercado, os restaurantes procuram criar diferenciais, associando conceitos de informalidade com temas étnicos para atrair novos clientes.

Walker (2002) ressalta, ainda, o surgimento dos restaurantes do tipo *fast-food*, como as redes de hambúrgueres Mc Donalds e Burguer King, a pizzaria Pizza Hut, entre outros. Nesse tipo de restaurante, as pessoas, que, normalmente dispõem de pouco tempo para se alimentar, comem muito rapidamente e não têm tempo suficiente para interagir em conversas mais longas. Os *fast-food* surgiram para atender a uma necessidade da vida moderna, na qual a maioria das pessoas dispõe de pouco tempo para realizar suas refeições, porém, em essência, estão em desacordo com as regras da comensalidade e da hospitalidade.

A hospitalidade identificada nos restaurantes é aquela definida como comercial, pois envolve pagamento em espécie monetária por parte do cliente (hóspede) ao dono do estabelecimento (anfitrião), e também como social, se entendermos que o restaurante representa um espaço parcialmente público, onde se dão as relações entre compradores e vendedores, garçons e clientes, famílias, amigos e estranhos dispostos a interagirem com outros estranhos e fazer amigos.

Nos segmentos do turismo, seja ele rural ou urbano, de negócio ou de eventos, cultural ou natural, a hospitalidade aparece nas relações entre pessoas de culturas diversas, o que pode ser visto como um aspecto positivo do turismo na pós-modernidade.

O interesse cada vez maior de conhecer lugares, histórias e culturas diferentes, divulgados pelos modernos sistemas de comunicação, tem promovido um aumento na circulação de turistas pelo mundo, facilitado pelo avanço nos transportes. Os turistas já não desejam mais apenas visitar museus de forma sistemática; eles querem isso sim, mas dentro de um contexto no qual eles possam, até certo ponto, interagir com a população autóctone e compreender a cultura do local visitado como um todo, o que leva a relevância da retomada de atrativos pertencentes ao patrimônio intangível como aqueles representados por elementos da cultura tradicional popular ou folclórica, reconhecidos pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), desde 1997.

> Os aspectos tradicionais da cultura, como as festas, as danças e a gastronomia, ao conter significados simbólicos e referirem-se ao comportamento, ao pensamento e à expressão dos sentimentos de diferentes grupos culturais, também fazem parte do consumo turístico, sejam por si mesmos ou como complemento de outras atrações de maior envergadura. (SCHLÜTER, 2003, p. 10).

Esse interesse dos turistas pelo patrimônio intangível pode colaborar para o resgate de costumes dos povos formadores dos núcleos urbanos, muitas vezes suplantados pela rápida modernização, desconectando as gerações mais recentes da sua história e dos seus antecessores, quebrando elos e originando falta de identidade que se refletirá no turismo.

Tomamos a gastronomia praticada pelo Restaurante Andrade como parte do patrimônio intangível que, sob a análise do turismo, pode ser considerada um atrativo turístico na cidade de São Paulo.

## 2.4 Turismo, Lazer e Hospitalidade na cidade de São Paulo

A cidade de São Paulo teve, nos últimos anos, a base de sua economia alterada, na qual as atividades industriais foram refreadas. Unidades produtoras de várias grandes empresas de diversos segmentos mudaram-se da Região Metropolitana de São Paulo (RMSP)[20] para áreas localizadas em outros estados da federação, que ofereceram melhores condições de negociação no pagamento de tributos e de menor custo operacional. Ficaram na RMSP algumas empresas de

[20] Região que reúne 39 municípios e forma a chamada Grande São Paulo (VERAS, 2001).

grande porte, o centro financeiro, os escritórios de empresas nacionais e multinacionais. Um maior número de pequenas e médias empresas voltadas para o comércio e para a prestação de serviços de toda natureza surgiram e nelas se concentra a maioria das oportunidades de trabalho (Quadros 6 e 7).

Quadro 6: Estabelecimentos e Empregos por Tipo de Atividade

| Atividade | Quantidade de Estabelecimentos | % | Quantidade de Empregados | % |
|---|---|---|---|---|
| Serviços | 82.690 | 46.09 | 1.179.860 | 56.10 |
| Comércio | 66.740 | 37.20 | 421.977 | 20.07 |
| Indústria | 23.639 | 13.17 | 390.526 | 18.57 |
| Construção Civil | 5.888 | 3.28 | 108.587 | 5.16 |
| Agropecuário, Extração Vegetal, Caça e Pesca | 443 | 0.25 | 1.810 | 0.09 |
| Outros/Ignorado | 31 | 0.02 | 222 | 0.01 |
| Total | 179.431 | 100 | 2.102.982 | 100 |

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, RAIS 2000. Elaboração: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano/PMSP

No quadro acima, verificamos que, no ano de 2000, 46% das empresas estabelecidas no município de São Paulo pertenciam ao setor de prestação de serviços, excluindo os empreendimentos voltados ao comércio, representados por 37.2% das empresas, cadastradas na RAIS (Relação Anual de Informações Sociais), naquele ano.

Quadro 7: Estabelecimentos e Empregos por Número de Empregados

| Nº de empregados | Quantidade de Estabelecimentos | % | Quantidade de empregos | % |
|---|---|---|---|---|
| Até 4 | 110.407 | 61.53 | 488.147 | 8.95 |
| De 5 a 19 | 53.268 | 29.69 | 470.924 | 22.39 |
| De 20 a 99 | 13.428 | 7.48 | 519.733 | 24.71 |
| De 100 a 499 | 2.000 | 1.11 | 399.918 | 18.49 |
| 500 ou mais | 328 | 0.18 | 535.260 | 25.45 |
| Total | 179.431 | 100 | 2.102.982 | 100 |

Fonte: Ministério do Trabalho e Emprego, RAIS 2000. Elaboração: Secretaria Municipal de Planejamento Urbano/PMSP

No quadro 7 observamos que a maioria da oferta de emprego estava concentrada nas empresas com até 99 empregados, no ano de 2000, o que confirma a concentração das oportunidade de trabalho para as pequenas e médias empresas.

De que maneira, então, dar-se-iam as relações de turismo, lazer e hospitalidade nessa grande cidade que, por conta de processos migratórios e imigratórios, em geral, relacionados do trabalho, teve a sua população inflada de modo desenfreado num curto espaço de tempo e, além disso, voltada primordialmente, ao trabalho?

Pesquisadores como Bastos (2003) e Salles (2006) se ativeram aos estudos das relações de hospitalidade entre a cidade e seus moradores. O primeiro concentra suas pesquisas na relação entre a cidade e os imigrantes em meados do século XIX e o outro procura mostrar um apanhado de situações de hospitalidade e hostilidade entre a anfitriã e seus “hóspedes” em vários momentos da sua história.

O fato é que São Paulo é caracterizada pela dicotomia e pela ambigüidade. Ao mesmo tempo em que é hospitaleira recebendo todos que, por fim, incorporam-se a ela, seus habitantes têm com a mesma uma relação de amor e ódio. A metrópole atribui um traço de insensibilidade e inospitalidade aos seus habitantes, por, justamente sendo formada por pessoas de tantas origens diferentes que procuram se adaptar ao seu ritmo alucinado, não dispõem de tempo para se relacionar com vizinhos e parentes, sofrendo um afrouxamento nos elos familiares e sociais, priorizando interesses profissionais e materiais.

Mesmo assim, em 1995, em pesquisa realizada pelo Serviço Social do Comércio e pela Fundação Escola de Sociologia e Política mostrou-se que 86% dos moradores estavam satisfeitos com o tipo de trabalho que realizavam, porém 41% manifestavam insatisfação com o lazer disponível na cidade (MIRANDA, 2000), o que comprova que o seu morador já reconhecia a importância do lazer e deixava um pouco de lado o estereótipo de que “São Paulo não pode parar” e que “seu morador é sério e não sabe se divertir”.

As políticas públicas voltadas para o lazer na cidade não estão alinhadas com a sua realidade, e seus resultados são insuficientes para atenderem à demanda de uma população, que continua a crescer, mesmo que em ritmo desacelerado pela emigração interna e pela diminuição da taxa de natalidade. As ações que organizam o lazer na cidade resultam em situações pontuais que privilegiam uma parcela

pequena da população, que na sua maioria, vê-se excluída e, a seu modo e de forma isolada, desenvolve as sua atividades de lazer, sem qualquer conhecimento por parte do poder público. Esses são fatores que concorrem para que o morador da cidade não crie vínculos com a mesma e, muito menos, a conheça a ponto de apoiar qualquer política de turismo a ser implantada.

De acordo com Marco Antonio Ramos de Almeida, presidente da Associação Viva o Centro, em palestra proferida no Seminário Turismo, Hospitalidade e Lazer Urbano – Um olhar sobre a São Paulo dos 450 anos, em 2003, a juventude perdeu o vínculo com a cidade, pois com a violência, novas formas de lazer foram criadas, distantes dos espaços públicos paulistanos de lazer e entretenimento, como os *shoppings*. Assim, muitos moradores antigos do centro da cidade mudaram-se para bairros ricos e pobres na periferia e seus filhos perderam o contato com o multiculturalismo e a história da cidade. Diante desse desconhecimento, como poderão divulgar a sua cidade para os visitantes, os potenciais turistas que tanto interesse despertam nos empresários do ramo e no poder público?

O turismo em São Paulo sempre ensaiou passos no sentido de tornar a cidade um pólo receptivo, porém somente nos últimos anos, dentro do seu perfil mais recente de capital financeira, de serviços, de negócios e de eventos, tem a sua administração pública mais voltada para desenvolver o seu potencial turístico, objetivando com essa atividade gerar oportunidades de negócios e investimentos e lazer para seus moradores.

Estudos de instituições da área, como o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e a SP Turis[21] comprovam a importância da cidade de São Paulo no turismo brasileiro.

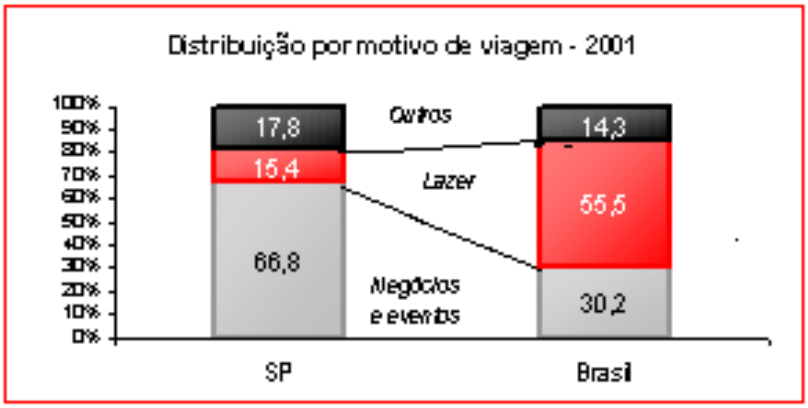
Segundo a revista América Economia, de 6 de maio de 2004, a cidade de São Paulo é considerada um dos grandes pólos de negócios do mundo e está em terceiro lugar no ranking das melhores cidades para se fazer negócios na América Latina.

---

[21] Antiga Anhembi Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo S/A cujo nome foi alterado para São Paulo Turismo S/A (SP Turis) em abril de 2005. A SP Turis é uma "empresa de economia mista que, tendo a Prefeitura do Município como sua principal acionista, é o órgão responsável pela formulação, aplicação e gestão das políticas públicas de turismo na cidade, a quem cabe elaborar o Plano Municipal de Turismo/PLATUR, o qual é submetido à apreciação e sanção do Conselho Municipal de Turismo/Comtur". (http://portal.prefeitura.sp.gov.br/guia_servicos/index_introducao?idTema=21)

Esse potencial que a cidade possui reflete diretamente no turismo, fazendo com que o turismo de negócios seja o principal segmento turístico identificado na cidade.

Quadro 8 – Distribuição das viagens destinadas ao Brasil e a São Paulo, por motivação.




Fonte: Plano de Turismo Municipal, fornecido pela SPTuris em 10/2005

Analisando os dados do quadro acima, constatamos a importância do turismo de negócios para São Paulo, em comparação ao restante do país, onde predominam as viagens por motivo de lazer. Na capital paulistana, as viagens motivadas por negócios representam 66,8% do total das viagens destinadas à cidade enquanto que os negócios movimentam apenas 30,2% dos deslocamentos em todos os outros estados do país.

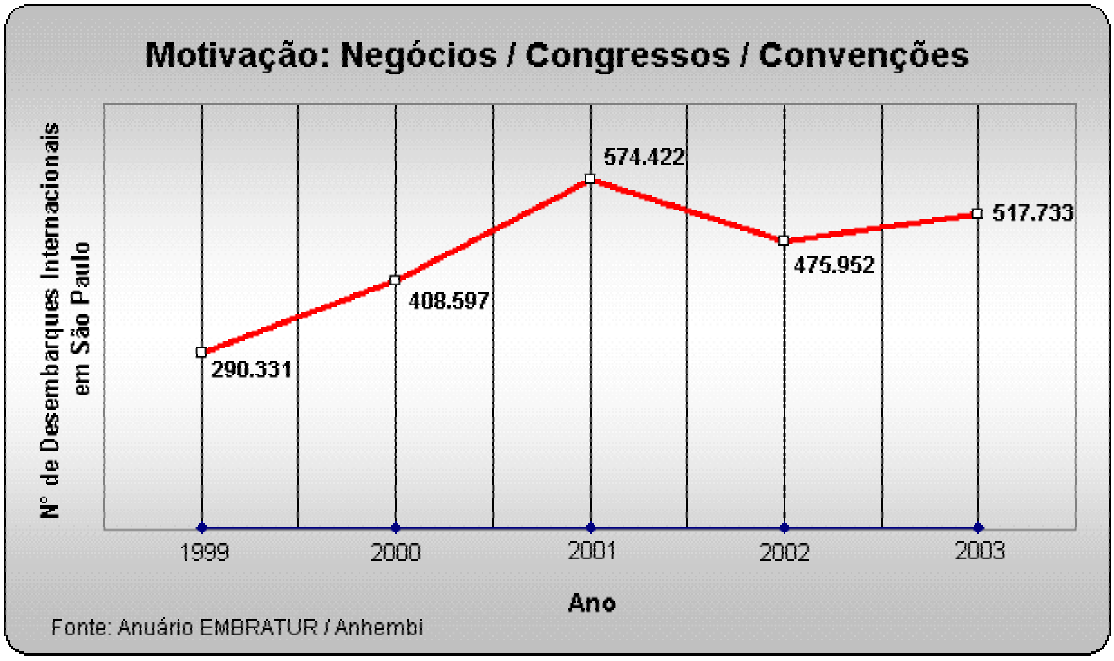
Esse segmento de turismo representa oportunidades nacionais e internacionais para a cidade, pois que 27,66% dos turistas de negócios que chegam a São Paulo são de outros países (Quadro 9).

Quadro 9: Número de turistas internacionais de negócios desembarcados em São Paulo

| Ano | % | Desembarques Internacionais em São Paulo | Nº absoluto |
|---|---|---|---|
| 1999 | 21.2 | 1.369.484 | 290.331 |
| 2000 | 27,9 | 1.464.504 | 408.597 |
| 2001 | 34,9 | 1.645.907 | 574.422 |
| 2002 | 28,3 | 1.681.809 | 475.952 |
| 2003 | 26 | 1.991.281 | 517.733 |

Fonte: SP Turis, outubro/ 2005

Figura 11 – Número de turistas internacionais de negócios desembarcados em São Paulo

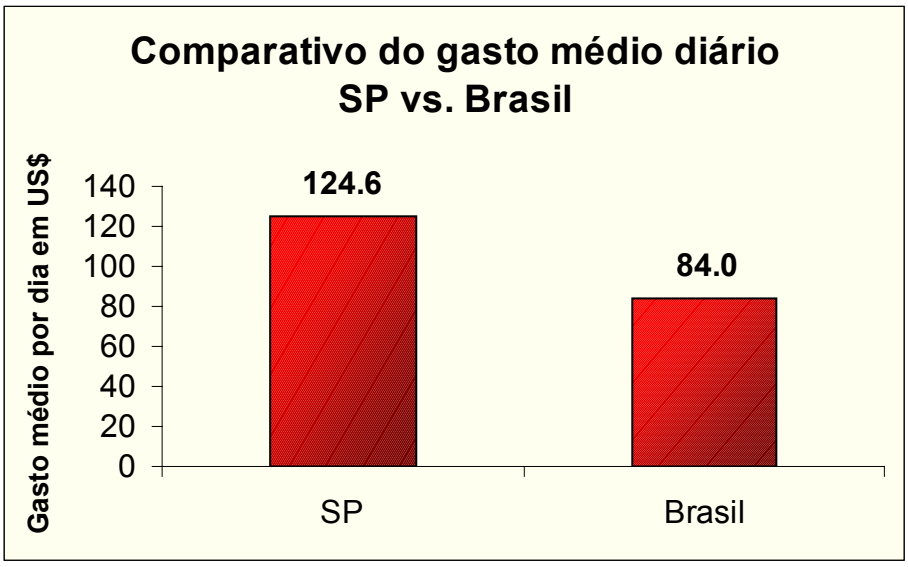



Fonte: SP Turis, outubro/ 2005.

Segundo informações fornecidas pela SP Turis, o turismo de negócios em São Paulo está em franco crescimento, cuja taxa é de 6% ao ano. O turista desse segmento, o qual promove movimentação financeira expressiva, pois gasta em média US$ 124,60 por dia, superior ao valor médio gasto pelo turista a lazer, deve manter-se entre os principais objetivos dos empresários do ramo. Em São Paulo

esse valor também está acima daquele gasto pelos turistas de negócios no país (Figura 12).

Figura 12 – Comparativo do gasto médio diário – São Paulo x Brasil




Fonte: SP Turis, outubro/2005

Retomando as preocupações com o lazer dos paulistanos, outros segmentos de turismo estão sendo abordados pelas políticas públicas e privadas, visando o seu desenvolvimento. O *site* da prefeitura dispõe de informações sobre as atividades turísticas desenvolvidas na cidade, organizadas em 9 temas e 31 roteiros[22], comercializados por operadoras do Brasil e da América do Sul, lançados no evento Salão do Turismo – Roteiros do Brasil, realizado na cidade, em junho de 2005.

Segundo o site, o objetivo é desenvolver o turismo na cidade, baseado na idéia que "a cultura e a vanguarda são o sol e a praia da cidade" onde

> [...]nasceram os roteiros temáticos, que enfocam ainda outras áreas de interesse – que apesar de conhecidas, eram pouco exploradas pelo turismo. Os temos escolhidos foram glamour, bem-estar, romance, família, arte, verde, "todas as faces", religiões e o curioso "São Paulo dos Paulistanos", com programas típicos de quem mora na cidade, como os passeios pela feira de artesanato da Praça Benedito Calixto, em Pinheiros, e as inúmeras opções de bares na Vila Madalena[...] (http://www.prefeitura.sp.gov.br/potal/_cidade/turismo/index.php?p=3507)

[22] "Nove roteiros para conhecer São Paulo" disponível em http://www.prefeitura.sp.gov.br/potal/ a_cidade/turismo/index.php?p=3507

Ainda há o projeto lançado em agosto de 2005 que pretende incentivar o intercâmbio turístico entre São Paulo e Rio de Janeiro: pacotes comercializados pelas operadoras das duas capitais, promovendo a integração das belezas naturais da capital carioca com a variedade cultural da capital paulista.

São Paulo também se destaca no turismo pela sua diversidade gastronômica, cuja promoção visa reconhecer a contribuição cultural dos povos na formação da população paulistana; desde 1997 ostenta o título de Capital Mundial da Gastronomia, por iniciativa da Associação Brasileira de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo (ABRESI), segundo critérios estabelecidos por um corpo diplomático formado por representantes da gastronomia de 40 países e acompanhado por uma Comissão Técnica Permanente na Câmara Municipal de São Paulo.

Os nordestinos também têm os seus referenciais na gastronomia da cidade. Uma gama de representantes das mais diversas categorias está espalhada pelas regiões da cidade, desde os simples botecos como o Bar do Mocotó, na Vila Medeiros e o Bar do Biu, em Pinheiros[23], que servem pratos da culinária nordestina, até requintados restaurantes localizados em bairros nobres, os quais procuram desenvolver uma gastronomia típica, porém sem ser folclórica, como o Joana Francesa e o Capim Santo, que oferecem alguns pratos da típica culinária nordestina com traços de influência da cozinha internacional, entre outros da culinária brasileira.

Alguns restaurantes seguem uma linha mais tradicional procurando oferecer ambientes e pratos o mais próximo possível daqueles encontrados na região do sertão nordestino. Como exemplo desses restaurantes podemos citar o Recanto Nordestino, na avenida Cruzeiros do Sul, zona norte da cidade, o Recanto do Nordeste, no bairro da Liberdade, próximo ao centro e o Restaurante Andrade, no bairro de Pinheiros, estabelecimento escolhido para o estudo de caso desta dissertação.

[23] O Bar do Biu foi o vencedor do Boteco Bohemia, um concurso que reúne em torno de 30 botecos dos mais variados bairros da capital, os quais concorrem com um prato a base de petisco. O Bar do Biu venceu a versão 2004 desse concurso, concorrendo com o prato típico nordestino baião de dois, feijão cozido junto com arroz, carne-seca, queijo de qualho e temperos, como manteiga de garrafa e coentro.

# CAPÍTULO 3 RESTAURANTE ANDRADE – ATRATIVO TURÍSTICO OU LOCAL DE ACOLHIMENTO DE NORDESTINOS?

"Visitante bem querido / Pode entrar a casa é sua
Ah! É tão bom nesta vida / Abrir a porta da rua
Como quem abre um abraço / Dizendo assim como eu faço
Entre a gosto a casa é sua!
Casa pobre. Casa branca / caiada de branca areia
Mas tão sincera e tão franca / Apesar de pobre e feia
Tão franca que noite e dia / Para ninguém se enganar
Do Mucuripe alumia / A estrada verde do mar"

Raquel de Queiroz, escritora e poetisa nordestina

Vários são os negócios que se desenvolveram em torno do tema nordestino na cidade de São Paulo. Alguns são estabelecimentos administrados pelo dono, nordestino de origem, outros pertencem a pessoas de outras origens e que, apesar do tema representado em sua fachada ou algum outro item que lembre aspectos da cultura nordestina, seguem a homogeneização muitas vezes imposta pelo mercado e tomam apenas alguns detalhes dessa cultura para se justificarem.

Este capítulo destina-se a apresentar a análise dos resultados da pesquisa realizada num desses estabelecimentos escolhido para estudo de caso, frente à teoria pesquisada, com o objetivo de compreender a relação do tema nordestino com a hospitalidade comercial, no turismo da cidade de São Paulo, assim como esclarecer sobre o caminho metodológico utilizado para o desenvolvimento global da pesquisa.

Esta, inicialmente bibliográfica e exploratória, foi complementada por um estudo de caso. Muitos foram os fatos que nos induziram a essa escolha para o desenvolvimento desta pesquisa: pouca bibliografia disponível sobre os migrantes nordestinos na cidade de São Paulo pela perspectiva do turismo, poucos estudos sobre hospitalidade comercial envolvendo a participação da cultura de migrantes na posição de anfitriã e ainda pequena bibliografia sobre o turismo na capital paulista. Assim, resolvemos realizar um estudo de caso num restaurante comercial, apontado pelos guias de lazer e entretenimento como local que oferece pratos da culinária nordestina.

Para a realização da fundamentação teórica deste trabalho, foi realizada a pesquisa bibliográfica, instrumento considerado adequado para estudar, levantar informações sobre um determinado tema e dessa forma auxiliar na formação do problema.

A pesquisa exploratória constituiu-se de um trabalho preparatório ou preliminar para a realização de outro tipo de pesquisa: o estudo de caso, considerado um meio de organizar dados sociais preservando o caráter unitário do objeto estudado, dentro do seu contexto de vida real, principalmente quando os limites entre o objeto de estudo e o contexto não apresentam se apresentam claros (YIN, 2005, p.32).

O estudo de caso pode ser único ou múltiplo. O primeiro representa o estudo detalhado de um objeto, enquanto que o segundo é o estudo e a comparação entre dois ou mais objetos cujas características, algumas são semelhantes.

Para esta dissertação, por fatores limitantes relacionados ao tempo disponível para a realização da pesquisa, apresentamos o estudo de caso único, não desconsiderando a importância do estudo de caso múltiplo, pois que o mesmo poderá ser adotado como método de pesquisa num próximo trabalho.

A escolha do local para a realização do estudo de caso não foi aleatória. A princípio optamos por escolher um estabelecimento, onde poderíamos identificar a hospitalidade comercial, caracterizado pelos aspectos do tema nordestino e que representasse um dos elos da cadeia de serviços que compõe o produto turístico, como hotéis, restaurantes, empresas de transporte, agências e operadoras de viagens, etc. Entre esses, optamos pelo elemento que reunisse o maior número possível de características relacionadas ao tema nordestino o que nos levou a escolher um estabelecimento do setor de restauração.

Vários deles foram visitados na tentativa de selecionar aquele que pudesse atender aos requisitos necessários para a realização da pesquisa e que seria definido como objeto do estudo de caso. Esse deveria ser um estabelecimento comercial, com fins lucrativos, localizado em bairro com infra-estrutura básica completa, de fácil acesso, e que o serviço prestado estivesse baseado na oferta de alimentação e entretenimento típicos, e o atendimento fosse prestado por funcionários, preferencialmente, de origem nordestina.

Foram visitados alguns dos lugares de lazer de maior referência nordestina na cidade de São Paulo, como CTN, o Recanto do Nordeste e o Restaurante Andrade, todos citados no primeiro capítulo . O CTN está localizado na Marginal Tietê, no Limão, bairro da Zona Norte; o Recanto do Nordeste, na parte baixa do bairro da Liberdade, próximo ao Centro, e o Restaurante Andrade, no bairro de Pinheiros, na Zona Sudoeste da cidade.

Os dois primeiros não atenderam aos requisitos anteriormente mencionados, pois o CTN, além de ser uma entidade sem fins lucrativos, de caráter beneficente, não podendo caracterizar um atrativo turístico relacionado com a hospitalidade comercial, é um espaço onde se encontram quiosques de variados estados do Nordeste, de proprietários diferentes, o que dificultaria a coleta de dados e a delimitação do tema da pesquisa. Quanto ao Recanto do Nordeste, o estudo de caso não poderia ser ali realizado, pois que atua como casa noturna, excluindo o público formado por famílias com crianças, e funcionando apenas nas noites de 5ª a sábado. Tal fato limitaria a observação sistemática da hospitalidade comercial relacionada com o tema nordestino sob o ponto de vista do turismo.

Além dos aspectos já mencionados e de acordo com as observações feitas, tanto o CTN como o Recanto do Nordeste estão em locais que apresentam pouco interesse turístico, seja pela dificuldade de acesso, como no caso do CTN, seja pela localização em região do bairro de freqüência duvidosa, como no caso do Recanto do Nordeste.

O fato de estar localizado a beira de uma das alças de acesso à Marginal Tietê, de onde não pode ser visto e nem tido como referencial da sua localização, o CTN tem a sua acessibilidade prejudicada também por não oferecer placas indicativas orientando o caminho até o estabelecimento, o que dificulta o acesso dos visitantes que não conhecem a região.

Por sua vez, o Recanto do Nordeste está localizado no final da Rua São Joaquim, na parte baixa do bairro da Liberdade, próximo de cortiços e prostíbulos, que junto com as ruas mal cuidadas causam impressão de lugar hostil ao visitante, apesar da influência dos orientais que predominam no bairro, identificada nos enfeites espalhados ao longo da rua.

Por fim, o estabelecimento comercial escolhido foi o Restaurante Andrade, pois, além de reunir as características necessárias, ele está localizado em Pinheiros, um bairro tido como nobre, funciona como restaurante familiar dançante, no horário do almoço e do jantar, de terça a sábado, e no horário do almoço aos domingos, o que possibilitou uma pesquisa ampla sobre o aproveitamento do tema nordestino no turismo e na hospitalidade dentro da cidade de São Paulo, abordando vários tipos de públicos, que o freqüentam em diferentes horários, e atuando como atrativo turístico, pois o consideramos um referencial dos aspectos da cultura nordestina.

## 3.1 Pinheiros: um Bairro de Nordestinos?

Pinheiros é o bairro onde se encontra o Restaurante Andrade, assim como diversos outros estabelecimentos comerciais voltados para o lazer dos nordestinos, porém ele não foi um dos primeiros lugares a servir de referência da presença nordestina na cidade, conforme visto no primeiro capítulo.

O bairro de Pinheiros está localizado ao longo do rio Pinheiros, na região Sudoeste da cidade. Com os bairros Jardim das Bandeiras, Jardim Europa, Jardim Paulistano, Vila Madalena e Vila Nogueira forma o distrito de Pinheiros e segundo alguns historiadores é um dos mais antigos da cidade. As pesquisas relacionam a sua formação, em 1554, a um lugar repleto de pinheiros nativos (*araucária brasilienses*), onde se estabeleceu uma aldeia indígena devido a um deslocamento dos índios tupis que, "empurrados" pelos portugueses, se viram forçados a deixar os campos de Piratininga. Essa aldeia originou, mais tarde, o largo central do bairro, de mesmo nome[24].

Devido à dificuldade em obter informações sobre o bairro em publicações, recorremos a dados contidos em *sites* da Internet cujas identificações completas estão disponíveis na bibliografia desta dissertação.

Como em toda a cidade de São Paulo, o desenvolvimento demorou a chegar ao bairro e até início do século XIX, existiam ainda alguns poucos descendentes dos índios tupis entre a sua população.

A expansão da população do bairro veio com o progresso da cidade, no início do século XX, quando, com a cafeicultura, imigrantes começaram a chegar e dentre esses, italianos e japoneses, que ali se fixaram, sendo que estes, junto com seus descendentes impulsionaram o comércio que já se desenvolvia, com a criação da Cooperativa Agrícola de Cotia, onde eram cultivadas batatas. Essas eram comercializadas em grande escala no largo que passou a ser conhecido pelo nome do produto de proporcionava o maior número de negócios; originou-se, assim, o Largo da Batata.

Hoje, esse largo perdeu os seus contornos originais, primeiro por causa das obras de expansão da Avenida Brigadeiro Faria Lima, na década de 1990, e, atualmente, pelas de expansão da Linha Verde do Metro, cujos transtornos contribuem para a depreciação da qualidade de vida no bairro.

---

[24]Fonte: INDIO disponível em www.pinheiros.com.br

O bairro de Pinheiros faz parte de um dos mais sofisticados distritos da cidade, de vida cultural intensa, com diversos bares e casas noturnas. A imagem de sofisticação surgiu com a transferência da Sociedade Hípica Paulista para a sua área, em 1921, onde eram realizados glamourosos torneios internacionais e concursos hípicos, reunindo a elite paulistana e colocando o bairro em evidência. Na década de 1940, a Sociedade Hípica Paulista transferiu-se para a região do Butantã e sua antiga área foi loteada e urbanizada com a construção de prédios de três pavimentos, conhecidos como “Predinhos da Hípica”.

Hoje, Pinheiros apresenta áreas residenciais, com construções, destinadas à classe média, mescladas com estabelecimentos comerciais, e outras áreas caracterizadas pelo comércio em geral, destacando-se núcleos específicos e concentrados, a exemplo da Rua Teodoro Sampaio, próximo à Avenida Henrique Schaumann, onde verificamos maior números de lojas de móveis.

Presumimos que a presença de nordestinos no bairro se deu a partir da década de 70, quando a migração espontânea provocou o deslocamento de milhares deles para a cidade. Baseado em observação direta do bairro, verificamos que Pinheiros não é um bairro de residência dos nordestinos; eles se concentram e trabalham no comércio formal e informal, principalmente, no Largo da Batata e seus arredores.

Devido a presença marcante de nordestinos, várias “casas do norte” e de forró surgiram no bairro, influenciando o comércio, a vida cultural e o lazer dos paulistanos de todas as classes sociais que para lá se dirigem com a finalidade de encontrar divertimento também baseados no tema nordestino. Entre os estabelecimentos voltados para o lazer dos nordestinos é possível perceber a grande variedade de oferta existente: ambientes que vão desde botecos simples até restaurantes e casas noturnas de forró.

Temos como exemplo dessa oferta os já citados, Bar do Biu e o Restaurante Andrade, além das casas de forró Canto da Ema, KVA, Remelexo e Sala Gonzagão, sendo este último pertencente ao Projeto Equilíbrio que pretende transformar um trecho da rua Cardeal Arco Verde na rua que represente efetivamente a cultura do povo nordestino adaptada pelos paulistas. O projeto pretende decorar, iluminar e remodelar e oferecer outras opções artísticas no trecho da rua que já tem outros estabelecimentos menores relacionados à cultura nordestina. Além de espaço para

dançar forró ao som de banda do gênero, o Salão Gonzagão apresenta feira de artesanato e instrutor(a) de forró.

### 3.2 Sr. Andrade e seu Restaurante

O Restaurante Andrade faz parte dessa oferta de lazer e entretenimento baseada no tema nordestino do bairro de Pinheiros. É propriedade do Sr. Manoel Leite de Andrade[25] que, como milhares de nordestinos semi-analfabetos, migrou para a cidade de São Paulo, na década de 1960, à procura de uma oportunidade de trabalho e de melhoria de qualidade de vida, já que em Conceição de Almeida, cidade do Recôncavo Baiano onde nasceu, ele era um dos quinze filhos de um pequeno fazendeiro da região, que apresentava condição financeira precária.

A falta de opção de um trabalho que garantisse um futuro mais seguro, e a influência de primos, que já haviam migrado para São Paulo e retornado para Conceição do Almeida obtendo relativo sucesso, levaram o Sr. Andrade a enfrentar a viagem, num pau de arara, que durou nove dias e meio, por uma estrada cuja metade do percurso era de terra. Para o Sr. Andrade, o pau de arara representou o início de uma vida moderna, já que ele não havia tido qualquer tipo de contato com um veículo motorizado antes.

Quando chegou à cidade, que, naquela época, oferecia muitas vagas de trabalho e bons salários para quem realmente estivesse disposto, ele começou a sua vida profissional como faxineiro num boteco, cujo dono era um português, a quem é muito grato e onde aprendeu todos os processo de produção e administração de restaurante.

Logo, depois de aprender o ofício da cozinha e de adquirida a experiência que lhe conferiu segurança, ele resolveu abrir o seu próprio negócio: um boteco de comida nordestina na área de um posto de combustível da avenida Nove de Julho, onde permaneceu por quatro anos.

Antes de inaugurar o atual Restaurante Andrade, hoje estabelecido à Rua Arthur Azevedo, ele teve ainda outro boteco, também de comida nordestina e também num posto de gasolina, na avenida Sumaré, porém sem levar o nome de

[25] As informações referentes ao Sr. Andrade, proprietário do restaurante, foram colhidas numa entrevista realizada com o mesmo no dia 13/04/2005 (apêndice A) e também são resultados de várias conversas que a pesquisadora teve com o entrevistado em outros momentos, durante a realização da pesquisa com os clientes do restaurante. A autorização do Sr. Andrade para utilização das informações encontra-se no apêndice B.

seu proprietário. Em 1980, o restaurante foi estabelecido no seu atual endereço, em sociedade com alguns amigos. A princípio, não passava de um pequeno boteco com oito mesinhas de quatro lugares em cada uma delas.

Segundo Sr. Andrade, não houve uma razão específica na escolha do bairro de Pinheiros para estabelecer seu último e principal restaurante, apenas o surgimento de uma oportunidade interessante de negócio no bairro que foi aproveitada de imediato.

Mesmo não tendo recebido ajuda de familiares que já moravam em São Paulo quando ele chegou, o Sr. Andrade acolheu vários parentes, entre primos e sobrinhos, vindos também da Bahia, depois de estabelecido em São Paulo. Uns conseguiram se adaptar à vida na cidade grande e estão empregados, alguns deles no seu restaurante, outros não foram tão bem sucedidos e voltaram para o nordeste.

Segundo o Sr. Andrade, o sucesso de seu restaurante se deve à sua honestidade e à sua habilidade de negociar e estabelecer contato com pessoas, aptidão essa desenvolvida já nos tempos de adolescente, quando, ainda em Conceição do Almeida, viajava, em lombo de burro, para a cidade mais próxima à fazenda, levando os artigos produzidos pelo pai para serem comercializados.

Ele afirma também que o seu contato com pessoas, tanto da imprensa falada como da escrita, o auxiliaram a divulgar o restaurante. Ele participou de programas famosos de culinária na TV, comandados por personalidade do meio, como Claudete Troiano e Ofélia Anunciato, além de conhecer e receber em seu estabelecimento pessoas como Vanessa Kalil, Paula Saldanha e Goulart de Andrade, na época, funcionários da TV Globo, e ligados à produção do telejornalismo da emissora. Manteve, também, contato com pessoas da editora Abril, dos jornais O Estado de São Paulo e Folha de São Paulo, da revista Veja e do Guia Quatro Rodas, cujos troféus anuais atribuídos ao restaurante por ser reconhecido como o “melhor do ano”, no período de 1987 a 1996, estão pendurados numa das suas paredes ( figura 13).

Figura 14: Troféus atribuídos ao restaurante pelo Guia Quatro Rodas

Fonte: Sandra Nunes

A decoração do restaurante e seus pratos da culinária típica nordestina são de criação do seu proprietário e esses tomam a cozinha do sertão nordestino como base. O Sr. Andrade se orgulha em afirmar que não há em qualquer outro estabelecimento de restauração, pratos iguais aos criados por ele, que desde o início das atividades foi cozinheiro. Até hoje ele fica boa parte do tempo na cozinha, ensinando, supervisionando. Talvez aí esteja outra razão do restaurante permanecer no mercado por tanto tempo.

Ele afirma não ter concorrentes diretos, porém reconhece que encontra dificuldades com a baixa dos preços imposta pelo mercado e com os altos impostos.

Segundo ele

> Hoje, concorrência é só preço e comida mal feita, porque tem um montão de curioso abrindo boteco, vendendo comida barata, comida por quilo e pratos feitos aí baratinho e a pessoa vai comer pra encher a barriga e trabalhar porque a própria situação não ta deixando com que as pessoas tenham lazer melhor, então quem antigamente vinha pro restaurante comer todo dia, agora não pode vir comer, não pode gastar 20, 30 reais por dia, tem que gastar 8, no máximo 10. E os curiosos. A maior concorrência pra nós e... os curiosos que abrem restaurantes e vem pra vender comida de quinta categoria e vender barato e os impostos são os maiores concorrentes que a gente tem. Temos funcionários bons, temos clientes muito bons, funcionários

> bons, mas tem a parte desse lado aí que é complicado que se a gente não for artista, você não consegue viver.

Apesar de reconhecer que a concorrência aumentou muito nos últimos tempos, dividindo a clientela, e que a vida não está tão fácil como quando chegou a São Paulo, o Sr. Andrade se mostra muito grato à cidade que o acolheu, e procurou retribuir participando do exército, como oficial voluntário, quando ainda jovem, e hoje está organizando uma associação nacional de nordestinos em São Paulo, por meio da qual pretende auxiliar os recém chegados que necessitarem de ajuda.

### 3.3 O Restaurante Andrade

Segundo a classificação pesquisada (WALKER, 2002, CHON e SPARROWE, 2003 e OMT, 2001), de acordo com a classe de restaurantes considerados monoproduto, o Restaurante Andrade é um estabelecimento comercial que pode ser entendido como um misto entre étnico e temático; este, porque oferece pratos baseados na culinária nordestina como sua especialidade, em ambiente decorado a caráter e serviços originais, baseados no tema nordestino, e aquele, por ser resultante da presença de migrantes nordestinos na cidade, em cuja cultura se baseia a formulação do seu cardápio.

Esse tipo de restaurante, resultante da diversidade de culturas espalhadas pelo mundo por meio da migração, tende a se tornar um atrativo turístico assim como um equipamento de lazer, pois além de atender ao seu público-alvo específico, atrai também pessoas interessadas em conhecer culturas diferentes.

A fachada do restaurante é modesta, não deixa transparecer o verdadeiro tamanho do estabelecimento e nem faz alusão aos serviços prestados e à sua qualidade (figura 14).

Figura 14: Fachada do Restaurante Andrade

Fonte: Sandra Nunes

A organização física do restaurante é constituída pelo salão, cozinha, bar e caixa. No salão, além do bar e do caixa, contamos 156 lugares distribuídos em mesas de 2, 4 e 6 lugares espalhados por espaços menores indiretamente divididos por pilares, os quais dão a impressão de serem marcas do crescimento do salão do restaurante, com a eliminação de paredes para a sua ampliação. Fazem parte do salão uma pista de dança onde os clientes exibem as suas habilidades em desenvolver os passos de forró, e um pequeno palco, para as apresentações dos grupos musicais conforme a programação determinada pelo Sr. Andrade. A cozinha principal, provisoriamente instalada numa área adaptada para este fim à esquerda no fundo do salão, está passando por reformas e o bar está localizado ao lado direito da entrada do restaurante, junto ao caixa.

As mesas e as cadeiras são de madeira e estão distribuídas de forma que as pessoas fiquem bem próximas, pois quando o salão está cheio, é difícil transitar livremente entre as cadeiras, sem esbarrar em algumas delas. Não há aparadores[26]

[26] Móvel utilizado para guardar talheres, roupas e outros utensílios necessários no decurso da refeição. CASTELLI, 2003.

espalhados pelo salão, apenas um, grande, de madeira, próximo à cozinha adaptada.

Os utensílios usados para operar o serviço são simples e não apresentam o logotipo do restaurante: pratos de louça branca, talheres comuns, bandejas de inox, copos e galheteiros de vidro e porta-guardanapos de plástico, dentre os quais, alguns se encontram lascados.

A decoração é um dos elementos que auxilia na categoria de um estabelecimento. No Restaurante Andrade, ela é composta por uma profusão no uso de materiais diversos, aplicados sem uniformidade. O piso é coberto por lajota em alguns tons de marrom, e, um outro, contrastante com os demais, faz a demarcação da área da pista de dança. As paredes são revestidas de esteira de palha e diversos objetos estão pendurados por toda a sua extensão. Entre esses há de tudo: pinturas a óleo de “natureza morta” e cenas do cotidiano doméstico do meio rural, como uma cozinha com fogão a lenha, quadros com figuras de cavalos e de um esquiador descendo uma montanha coberta por neve, pássaros e quadro entalhados em madeira, esse último retratando paisagens de praias com coqueiros, objetos diversos de artesanato em palha, cabaça, sementes e conchas, painéis compostos por muitas fotos do Sr. Andrade com clientes, quadros de músicos e cantores nordestinos de destaque como Luiz Gonzaga, Elba Ramalho, Dominguinhos, e ainda, outros quadros com textos esclarecendo o que é o “forró” e referenciado a música nordestina.

O bar apresenta uma decoração peculiar com muitas frutas penduradas em saquinhos, caindo do teto na direção do balcão. As frutas, algumas provenientes do Nordeste como siriguela, umbu e coco verde, e outras, comuns em São Paulo, como melão e maracujá, proporcionam o colorido do espaço (figura 15). Complementam o aspecto visual, tomates, morangas, pimenta vermelha em saquinhos, também pendurados, tranças de alho, vasilhames de manteiga de garrafa, e garrafas de aguardente de origens diversas. Próximo ao bar e entre esse e o caixa, há um aparelho de TV que permanece ligado enquanto os clientes não chegam, distraindo os garçons, o que proporciona um ambiente de descontração que se mantém por todo o tempo.

Figura 15: A decoração do bar

Fonte: Sandra Nunes

As mesas são cobertas com toalha, vermelha ou azul royal, as quais são recobertas com toalha plástica transparente Não há decoração sobre as mesmas, apenas o porta-guardanapos, o galheteiro, um pote com molho de pimenta e, nas área reservada aos fumantes, um cinzeiro (figura 16).

Figura 16: Mesas do restaurante

Foto: Sandra Nunes

A música ambiente é substituída pelo som do forró, executado por dois conjuntos do gênero, que se alternam nas apresentações de 50 minutos cada, intercaladas por intervalos de 15 minutos. Os conjuntos procuram seguir o mais tradicional estilo nordestino do forró pé de serra, executado com apenas três instrumentos, o triângulo, a zabumba e a sanfona, acompanhados de um cantador (figura 17). Observamos que os componentes dos grupos de forró se apresentam eventualmente vestidos a caráter, mas, na maioria das vezes em que estivemos no restaurante, eles trajavam roupas comuns do dia-a-dia, como calças compridas de tecido do tipo sarja ou terbrim, de cor escura, camisas de mangas curtas ou compridas de cores lisas e sapatos pretos. Apenas uma vez o sanfoneiro portava um chapéu de couro, típico nordestino, como fazia Luiz Gonzaga. Todos os músicos das bandas são nordestinos e trabalham no Restaurante Andrade há bastante tempo, o mais recente toca na casa há três anos. O restaurante cobra couvert artístico por pessoa, o qual varia conforme o dia da semana e de acordo com a atração.

Figura 17: Grupo musical de forró

Fonte: Sandra Nunes

Esporadicamente, o restaurante é palco de apresentações de artistas nordestinos populares, como foi o caso de Frank Aguiar, que esteve no restaurante para uma apresentação exclusiva, no dia 22 de dezembro último.

O quadro funcional é formado por aproximadamente 30 pessoas, a maioria nordestina, a começar pela gerência, dividida entre o Sr. Andrade, detentor de 50% do capital investido no restaurante, e seus dois sócios que dividem os outros 50%, um, seu sobrinho e baiano como ele, e o outro, pernambucano. A sociedade se faz necessária por que, de acordo com o sócio majoritário, o investimento é alto e tão necessário quanto o domínio culinário e da habilidade em se relacionar com as pessoas.

No salão, o maitre também é baiano e parente do Sr. Andrade, e os garçons e *barmans* são todos nordestinos, a maioria do Ceará, os demais, do estados de Pernambuco e da Bahia. Na cozinha, o cozinheiro chefe, treinado pelo Sr. Andrade, é baiano, assim como suas irmãs que trabalha, uma, na copa limpa, e outra, no caixa. Os auxiliares de cozinha são piauienses e pernambucanos. Os únicos não nordestinos são os dois irmãos, mineiros, que trabalham como manobristas. Como é possível perceber, há parentes trabalhando juntos e há vários anos; o mais recente,

é o irmão mais novo da dupla de manobristas que trabalha no restaurante há cinco anos. Não temos informações sobre o regime de trabalho dos funcionários, porém sabemos que eles são divididos em turnos (almoço e jantar) e folgam uma vez por semana e são contratados garçons *free lancer*[27], apenas esporadicamente.

Todos os funcionários são indicados por algum parente ou amigo que já trabalhe no restaurante, e selecionados pelo seu proprietário, que revelou ser seu critério para a seleção, a percepção, numa entrevista, do caráter da pessoa. Ele não faz questão de que o candidato tenha experiência, pois o trabalho é aprendido na prática, com o convívio com os mais velhos de casa; os que irão trabalhar na cozinha são treinados pelo Sr. Andrade, pessoalmente, pois as receitas são exclusivas e ele é muito exigente quanto a higiene e limpeza.

Os uniformes dos garçons são compostos por camisa e paletó brancos, calças compridas, gravata borboleta e sapatos pretos; os do pessoal da cozinha são todos branco com chapéu específico para o desempenho da função, os *barmans* trabalham com calças compridas escuras e jaleco verde; a caixa e o *maitre* não usam uniformes, ninguém porta crachá e nenhum dos funcionários tem bigode.

O restaurante trabalha com o sistema à *La Carte*[28] e observamos que o serviço varia de inglesa direto[29] à francesa[30], sem um padrão definido; dependendo do movimento da casa, o garçom deixa as travessas sobre a mesa para o cliente se servir. Quanto maior o movimento, mais informal é o serviço.

No cardápio (anexo A), a entrada oferece, entre outros petiscos comuns aos restaurantes, os de peixe, carne e queijo qualho assado; o prato principal é composto, em grande parte, a base de carne seca, preparada no restaurante, e alguns outros de frango e ainda peixe; nas guarnições encontramos o baião de dois, um dos acompanhamentos mais pedidos, seguido de feijão de corda; na parte destinada às bebidas, merece destaque a oferta dos itens referentes a pingas nordestinas e mineiras e aos sucos de frutas típicas, como cacau, mangaba, serigüela, umbu e tamarindo. Ressalta ao alto da página um aviso, em letras

---

[27] Colaborador independente (HOUAISS, 2002).
[28] Sistema de trabalho orientado pelos pedidos dos clientes os quais escolhem as iguarias a partir daquelas oferecidas no cardápio. (CASTELLI, 2003)
[29] Nesse tipo de serviço, o garçom serve a iguaria ao comensal transportando-a diretamente da travessa para o prato colocado à frente do cliente, tendo o cuidado de apresentar antes o que será servido.
[30] Nesse tipo de serviço, o garçom apresenta a travessa de iguaria para o comensal pelo lado esquerdo deste, e o mesmo se servirá fazendo uso dos talheres de serviço (CASTELLI, 2003).

garrafais, informando que o restaurante não serve apenas bebidas. Entre as sobremesas, o restaurante trabalha com uma gama de doces típicos, desde compotas de frutas nordestinas como jaca e caju em calda, que podem ser acompanhadas de queijo, até ambrosia[31] e banana assada com manteiga e canela. Não há carrinhos de bebidas ou de sobremesas circulando pelo salão, os pedidos são feitos diretamente com os garçons que trazem o item solicitado.

Segundo o proprietário, baião de dois, carne de sol e carne seca desfiada são os pratos de maior saída; dentre as sobremesas, a banana assada com manteiga e canela é a mais pedida.

Há todo um processo na criação de novos pratos pelo Sr. Andrade, no qual a opinião do cliente é levada em consideração. No início de sua carreira como cozinheiro do seu próprio estabelecimento, ele começou fazendo uma farofa com carne seca para alguns clientes experimentarem, a quem ele pedia a opinião a respeito. De acordo com a aprovação dos clientes, ele ia produzindo novos pratos, incrementados com macaxeira cozida e outros ingredientes da culinária nordestina. Dessa forma, ele desenvolveu o seu cardápio, considerado por ele original e o maior atrativo do restaurante.

A clientela observada no estabelecimento é formada por pessoas de várias faixas etárias, cujos perfis são peculiares conforme cada período. No horário do almoço, de terça a sexta-feira, o restaurante apresenta pouco movimento, assim como nas noites de terça e quarta-feira; porém nos outros períodos, o movimento é consideravelmente maior, com presença expressiva de casais e grupos de pessoas desacompanhadas nas noites de sexta e sábado, e famílias com crianças, na hora do almoço, aos domingos.

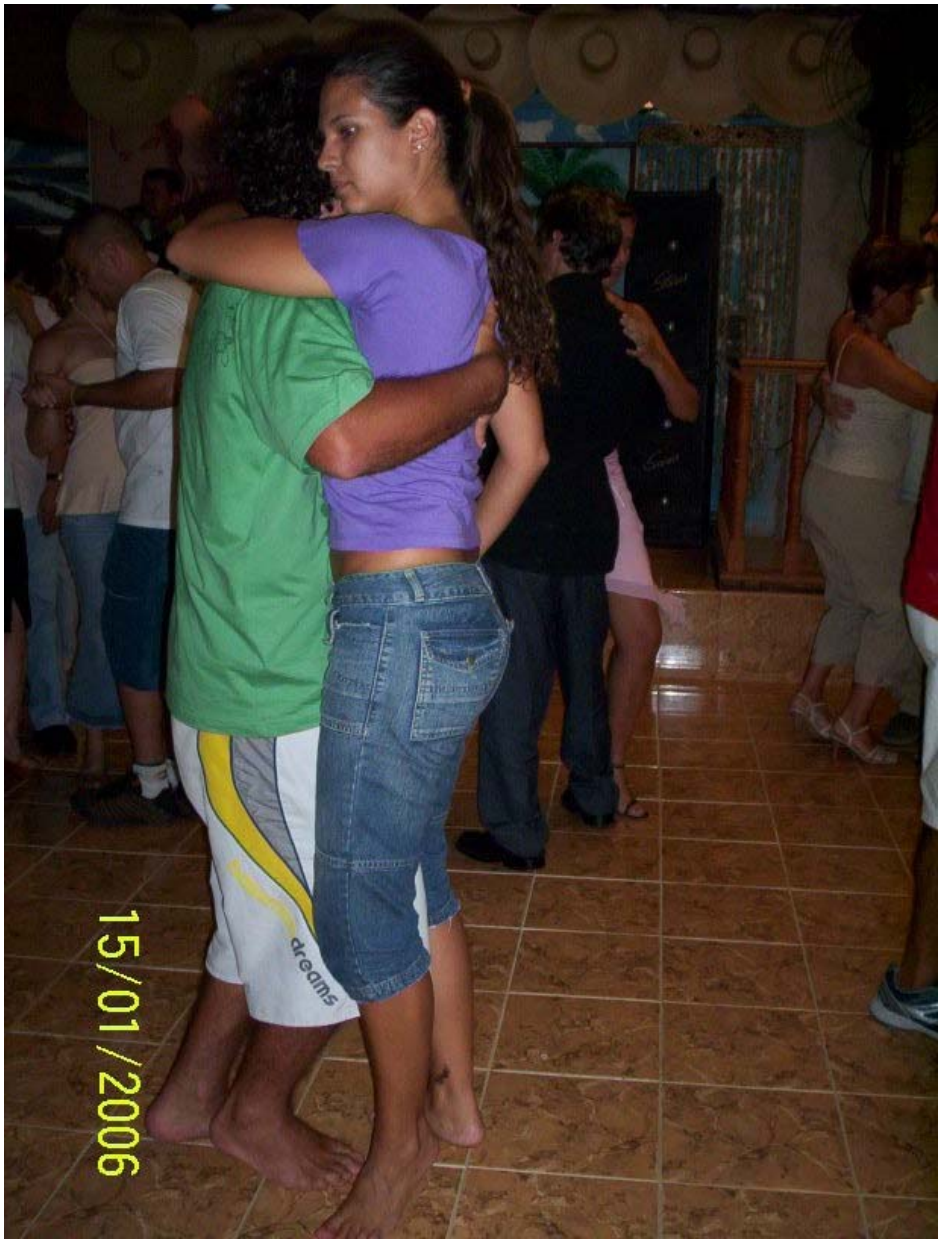
Há mesas ocupadas por casais ou mesmo só por homens ou só por mulheres. Há clientes que freqüentam o restaurante semanalmente, e tivemos a oportunidade de encontrá-los em três noites, durante a semana em que estivemos realizando a pesquisa.

O ambiente do restaurante é descontraído que não impõe aos clientes um estilo único, sofisticado ou casual, de se vestir ou se portar, permitindo que cada um fique à vontade, a seu modo, como se estivesse em casa (figura 18). Muitos freqüentadores quando chegam ao restaurante cumprimentam garçons e outros clientes, seus conhecidos, de modo esfuziante, dando ao ambiente um ar de festa.

---

[31] Doce feito com leite cozido e talhado com açúcar. GOMENSORO (1999)

Figura 18: Casal dançando descalço




Fonte: Sandra Nunes

Dispondo de tempo, o Sr. Andrade costuma oferecer uma dose de pinga do Nordeste, ou ainda um charuto, para alguns clientes, além de ensinar a receita de como preparar carne seca para os mais interessados. Observamos que ele permanece boa parte do tempo supervisionando a cozinha; para a supervisão do salão, ele conta com o maitre e um dos seus sócios, mesmo assim, o Sr. Andrade é uma pessoa popular, se veste de maneira simples como quem está realizando a parte pesada do trabalho e nem parece ser um dos principais dono do estabelecimento.

## 3.4 Os Resultados da Pesquisa de Campo

Foram realizadas várias visitas técnicas ao restaurante Andrade no período de setembro de 2004 a janeiro de 2006, com diversos objetivos: entrevistar o seu proprietário, aplicar o questionário, observar seu ambiente e as relações entre funcionários e clientes e documentar, por meio de fotografias, os aspectos relacionados ao tema que procuramos relatar nesta dissertação.

Esses objetivos atendem a necessidade de verificarmos resultados que comprovem ou não as nossas hipóteses. A pesquisa aplicada aos visitantes do restaurante buscou identificar a sua percepção do restaurante e dos seus aspectos relacionados ao tema nordestino, o seu perfil sócio-econômico, a ligação com os nordestinos e a sua motivação. Trata-se de uma pesquisa qualiquantitativa, pois é composta por 18 questões de respostas fechadas para a escolha de apenas uma alternativa por parte do visitante, sendo que uma delas buscou respostas qualitativas, pois procurou identificar o quanto os clientes apreciam a música, o ambiente, o atendimento, a comida, a dança, os freqüentadores, a música e o preço, além de apresentar os resultados das observações feitas diretamente no local[32].

Não houve preocupação de representação estatística, uma vez que se trata de um estudo de caso. No entanto, o número de questionários aplicados baseou-se na estimativa de comensais a serem recebidos em cada dia e horário em que a pesquisa foi realizada. A expectativa era informada, período a período, por um dos garçons experientes da casa que estivesse trabalhando naquele momento. A pesquisa sistemática foi realizada durante uma semana, no período de 19 a 23 de julho de 2005, nos horários do almoço e jantar, e no dia 24 de julho, no horário do almoço. Optamos por abordar clientes de forma aleatória, obedecendo apenas ao critério de idade, ou seja, tendo jovens adultos e adultos como nosso público alvo. Crianças e jovens adolescentes representavam uma parcela do público que não atendeu à nossa proposta, por julgarmos que não teriam interesse, condições ou entendimento suficiente para responder ao questionário.

A abordagem do cliente se dava sempre que o mesmo estivesse aguardando o fechamento da conta, momento considerado o mais adequado, pois que então o cliente já teria observado e interagido com todos os aspectos do restaurante verificados na pesquisa.

---

[32] O modelo do questionário aplicado na pesquisa encontra-se no apêndice C.

Como esta tem finalidade de estudar a relação do tema nordestino com o turismo e a hospitalidade, sob a ótica do cliente, turista ou morador da cidade, embasado no Restaurante Andrade, os resultados foram tabulados e separados segundo o critério do local de residência dos respondentes, originando dois grandes grupos: moradores, caracterizando aqueles que fazem uso do restaurante como um equipamento de lazer, e não moradores da cidade, entendidos, neste caso, como turistas que se deslocaram para a cidade. e procuraram o restaurante por alguma motivação relacionada ao turismo.

De modo geral, observamos que o restaurante é pouco movimentado no horário do almoço, com exceção de domingo, quando notamos um maior número de grupos formados por casais e famílias com crianças; nas noites de quinta, sexta e, mais expressivamente, de sábado, o movimento é superior, estendendo o tempo de funcionamento para além do horário do jantar, quando os clientes permanecem no estabelecimento até a madrugada.

Tanto moradores quanto não moradores da cidade de São Paulo, ou seja, os considerados turistas, apresentaram respostas semelhantes na maioria das perguntas[33], cuja totalidade representa rico material para análise da relação do tema nordestino com o turismo e a hospitalidade comercial.

As duas primeiras perguntas do questionário procuraram identificar se os clientes têm o hábito de freqüentar restaurantes, e dentre esses, os considerados típicos. Analisando os resultados, verificamos que a maioria dos visitantes do restaurante, tanto moradora da cidade de São Paulo, como de outras localidades, está acostumada a freqüentar restaurantes em geral, assim como os típicos, de onde podemos deduzir que os comensais abordados conhecem esse tipo de estabelecimento e, portanto, pode se atribuir maior credibilidade aos resultados.

Respondendo à terceira pergunta cujo enunciado é " Sendo esta a primeira vez que o(a) senhor(a) vem ao Restaurante Andrade, qual foi a sua impressão?" percebemos que apenas 30% dos entrevistados não conheciam o restaurante e destes, 85% tiveram uma impressão agradável do ambiente e os demais 15% expressaram sua impressão com termos como "diferente", "interessante", "esquisito". Tal resultado nos dá a idéia de que o espaço do restaurante é hospitaleiro pois transmite uma imagem agradável aos que o visitam pela primeira vez, entendendo-se então por hospitalidade, a sensação de bem estar e familiaridade com o

[33] Os resultados tabulados da pesquisa encontram-se no apêndice D

ambiente. Por outro lado, o fato de uma parcela representativa dos entrevistados (70%) já conhecerem o estabelecimento mostra que a clientela retorna ao restaurante, provavelmente porque, de algum modo, apreciou ao menos um de seus serviços, o que pode ser considerado um aspecto da hospitalidade comercial agregada à segurança que fez com que o cliente, mais cedo ou mais tarde, voltasse.

Em seguida perguntamos a forma como o cliente tomou conhecimento do local para identificar o melhor meio de divulgação do restaurante, e o resultado mostrou que, mesmo com o crescimento do uso da Internet como ferramenta para se obter informações sobre quase tudo de que se necessita e onde o restaurante dispõe de *site* com fotos e suas principais informações, quase 82% das pessoas souberam do restaurante por indicação de amigos. O Restaurante Andrade também aparece freqüentemente em guias gastronômicos de conceituadas revistas como Vejinha São Paulo, mas esse meio de divulgação apresenta baixo retorno, representando apenas 4,5% das respostas.

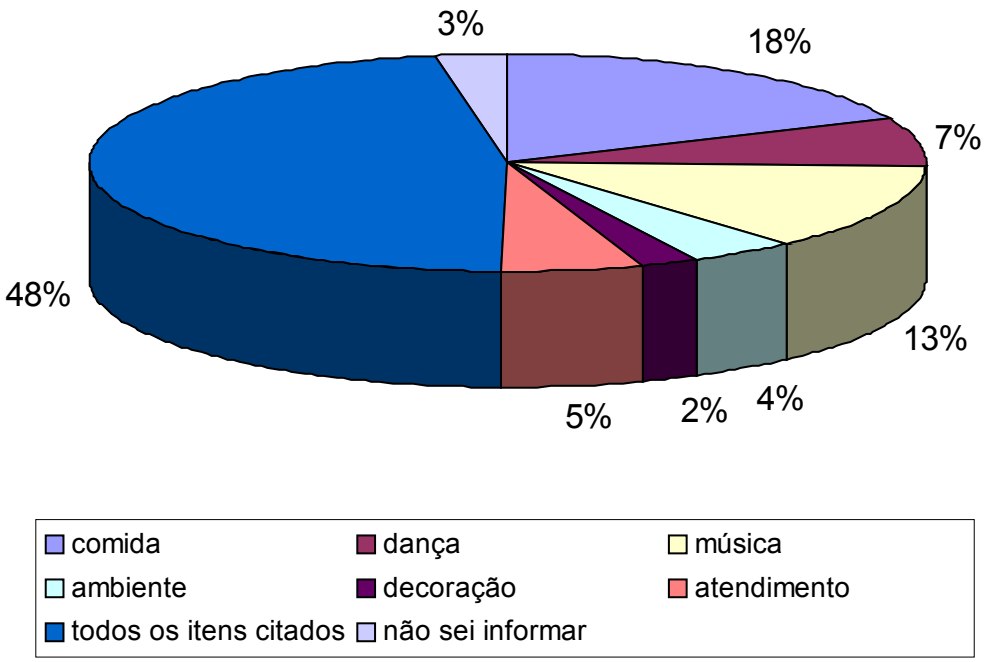
Deduzimos que esse resultado seja conseqüência do antigo e estreito relacionamento do Sr. Andrade com diversos clientes, muitos deles nordestinos, os quais, por meio do "boca-a-boca", divulgam o restaurante para familiares, amigos e conhecidos, o que confere credibilidade ao estabelecimento. Podemos supor então que há uma certa fidelização por parte da clientela. Tal fato comprova que os grupos de apoio são eficientes na propagação de locais de lazer e turismo entre seus integrantes, conforme vimos no primeiro capítulo.

A próxima questão, que indagou sobre o motivo que atraiu o cliente ao restaurante, procurou identificar o segmento do turismo mais significativo para o estabelecimento e o resultado apontou para as opções da culinária típica (34%), seguida pela do lazer (30%) como sendo as principais motivações dos clientes. Esse resultado apontou que a relevância dos negócios para o turismo da cidade não influencia a motivação dos comensais do restaurante, onde apenas 2% dos clientes vão ao restaurante motivados por negócios, e que o lazer e a culinária, esta, representante do segmento gastronômico dentro do turismo cultural, são mais relevantes.

Na sexta questão, buscamos conhecer qual a percepção da clientela em relação à "nordestinidade" do restaurante por meio do reconhecimento dos símbolos relacionados ao tema nordestino, perguntando "O que o(a) senhor(a) considera como nordestino no Restaurante Andrade?". Comida, dança, música, ambiente,

decoração e atendimento foram algumas das opções de resposta sugeridas e 48% delas evidenciam que o público reconhece todos os itens citados como referentes à cultura nordestina, seguido pela comida (18%) e pela música (13%). Apenas 3%, ou seja, 6 dos clientes entrevistados não souberam reconhecer aspectos da cultura nordestina no restaurante (figura 19). Pesquisando a origem desses clientes verificamos que são pessoas nascidas e residentes em outros países que tomaram conhecimento do local como forma de lazer, por indicação de amigo.

**Figura 19: Percepção da "nordestinidade"do restaurante pelos clientes**




Não obstante, os migrantes nordestinos moradores da cidade tenham alterado os símbolos originais dos aspectos referentes à sua cultura, no processo de adaptação ao novo espaço, onde as condições encontradas diferenciam daquelas deixadas para trás no Nordeste, os novos símbolos da identidade cultural ainda lembram os velhos costumes e servem de referência da cultura nordestina em São Paulo.

Em seguida perguntamos qual a companhia dos clientes participantes da pesquisa na visita ao restaurante para identificarmos os grupos de maior incidência e os tipos de relação entre os elementos desses grupos, se familiares, sociais ou profissionais e as respostas indicaram que os clientes vão ao restaurante acompanhados por amigos (34%), por família (31%) e por namorado(a) (26%), mostrando que a sua grande maioria, representada por 90% dos pesquisados, usa o restaurante como um espaço onde desenvolvem suas relações familiares e sociais, demonstrando a importância social do restaurante, fato que, associado ao baixo movimento no horário de almoço, durante a semana, corrobora a presença inexpressiva de pessoas que vão ao estabelecimento com o propósito de fechar negócios, público esse formado por pessoas de negócios, talvez de empresas localizadas próximas ao restaurante.

Cabe relatar, neste momento, um fato curioso envolvendo o aproveitamento do espaço do restaurante como local de negócios: um dos freqüentadores nos contou que costuma ir ao Restaurante Andrade todas as semanas porque, além de rever amigos, nordestinos como ele, aproveita a oportunidade para cobrar de seus clientes, também freqüentadores do local, pois que, como vendedor de jóias, realiza ali várias transações comerciais, sempre, segundo esse cliente, com muita discrição.

Esse senso de oportunismo desse cliente também está presente na postura observada em uma jovem senhora, que freqüenta o restaurante diariamente, pois, nem sempre como cliente, oferece buquês de flores naturais para os casais presentes, e é consultora de beleza da Avon e da Natura e “trabalha” vendendo os produtos de catálogo para outros comensais, dentro do estabelecimento.

Podemos ilustrar com essa passagem uma certa maleabilidade no proceder desses dois clientes assíduos que agem no ambiente da empresa como se estivessem em casa ou em seu próprio empreendimento.

Não sabemos ao certo se o dono do restaurante está consciente dessas transações comerciais, mas a consultora foi observada oferecendo os catálogos para outros clientes assíduos, numa das mesas próxima a um canto do restaurante sem, contudo, parecer camuflar a sua atividade.

Em seguida procuramos saber, entre os clientes que já conheciam o Restaurante Andrade, com que freqüência eles vão ao restaurante. Essa pergunta objetivou conseguir subsídios para constatar a fidelização da sua clientela, já observada na análise dos resultados de um questionamento anterior, mostrando o

quanto os comensais apreciam o restaurante de acordo com a sua freqüência no mesmo.

Do total de freqüentadores, 30% costumam ir ao restaurante uma vez por semana e outros 30%, anualmente. Há os que vão menos de uma vez ao ano (14%), aqueles que são assíduos, consumindo os serviços duas vezes por semana (11%), e outros ainda, três vezes semanais.

Levando em consideração o número de clientes mensais, ou seja, aqueles que vão ao restaurante entre uma e oito vezes ao mês, podemos notar que mais da metade das pessoas pesquisadas (55%) forma uma clientela cativa, cujos integrantes são conhecidos entre si, conforme observado na pesquisa de campo, configurando o ambiente do restaurante como um local de relações sociais, de encontro entre amigos e familiares, situação essa validada pelo depoimento de um freqüentador que está lá três vezes por semana que informou que, se não for ao Restaurante Andrade se sente solitário e sem amigos.

Nesse contexto, fica clara a derivação da hospitalidade comercial da social, e a tênue linha que as separa no ambiente do restaurante. A relação dos colaboradores do estabelecimento com os clientes colaboram para a percepção dessa situação o que podemos ilustrar com o relato do seguinte fato: num dado momento, quando estávamos documentando a pesquisa por meio de fotografias tiradas no restaurante, um dos garçons nos solicitou para que tirássemos uma foto dele com um cliente, aparentando serem amigos.

As respostas à pergunta seguinte, que procura identificar os motivos pelos quais o cliente voltou ao restaurante, também complementam essa percepção.

Para responder a essa pergunta disponibilizamos aos pesquisados as seguintes alternativas: o ambiente, o atendimento, a comida, a dança, os freqüentadores, a música, o fato de ser típico nordestino e todos os motivos citados. Dessas, a alternativa mais apontada foi a última (24%), o que comprova que a percepção global do restaurante como nordestino é o que mais atrai o cliente; esta percepção, entretanto, se dá de forma indireta, pois a alternativa que indicava o fato de ser típico nordestino recebeu 13 votos, apenas 7% das respostas dos freqüentadores.

Por outro lado, percebemos que a escolha pontual de outras alternativas como comida, música e dança, apontam para as principais preferências dos clientes. Todavia, analisando a soma dos resultados das alternativas que abordam aspectos

sociais como ambiente, freqüentadores, atendimento (31%), analisamos que esse resultado corrobora o apontado pela questão anterior, pois percebemos entre as preferências do cliente o gosto pelo espaço social que o restaurante oferece.

Na décima questão procuramos identificar o quanto os clientes apreciam alguns elementos do restaurante para termos base de análise da sua aceitação e hospitalidade em relação aos seus hóspedes, no caso, os clientes.

Os elementos analisados foram o ambiente (figura 20), o atendimento (figura 21), a comida (figura 22), a dança (figura 23), os freqüentadores (figura 24), a música (figura 25) e o preço (figura 26). Desses, a comida representou o item mais apreciado no restaurante, com 87% do total das respostas entre as alternativas “aprecia muito” e “aprecia”. O elemento que menos agrada é o preço, considerado alto por 73% dos pesquisados, representado por 108 clientes que o apreciam mais ou menos, ou não o apreciam. Outros clientes, 13% do total, preferiram não responder.

**Figura 20: Apreciação dos clientes: o ambiente**

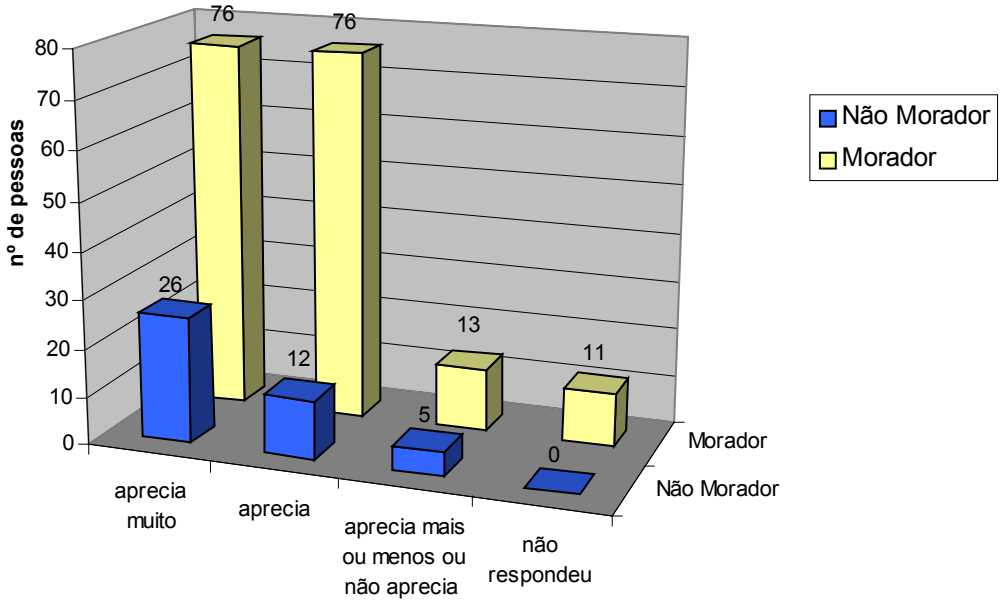


**Figura 21: Apreciação dos cientes : o atendimento**

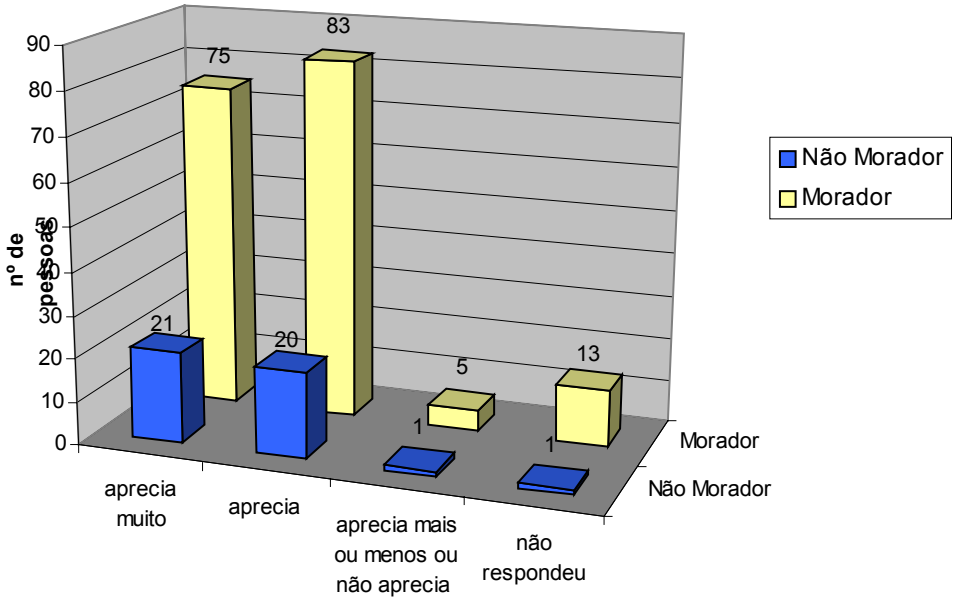



**Figura 22: Apreciação dos clientes : a comida**

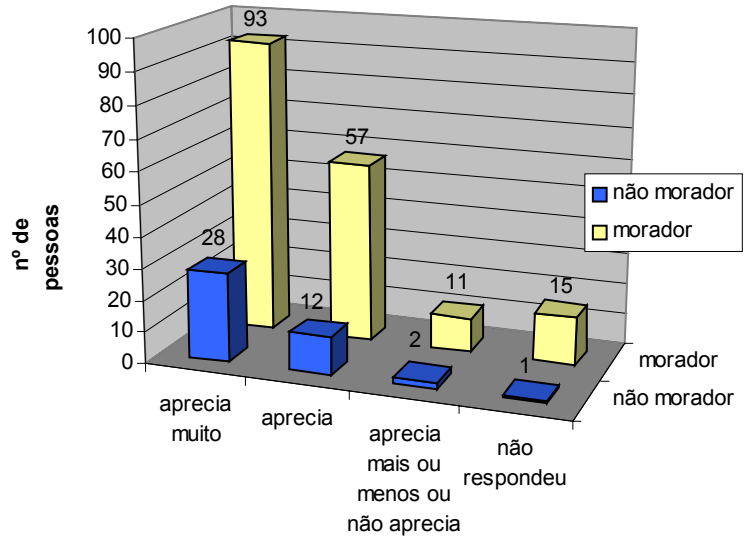


**Figura 23: Apreciação dos clientes: a dança**

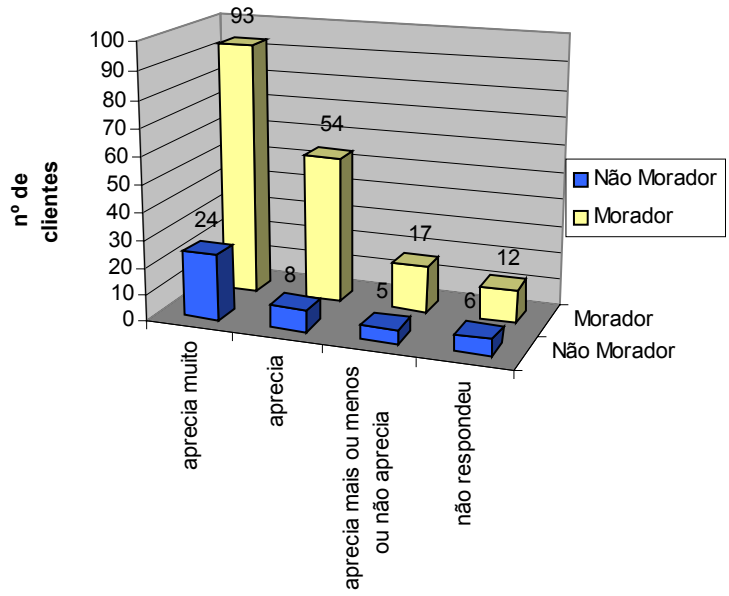



**Figura 24: Apreciação dos clientes: os frequentadores**

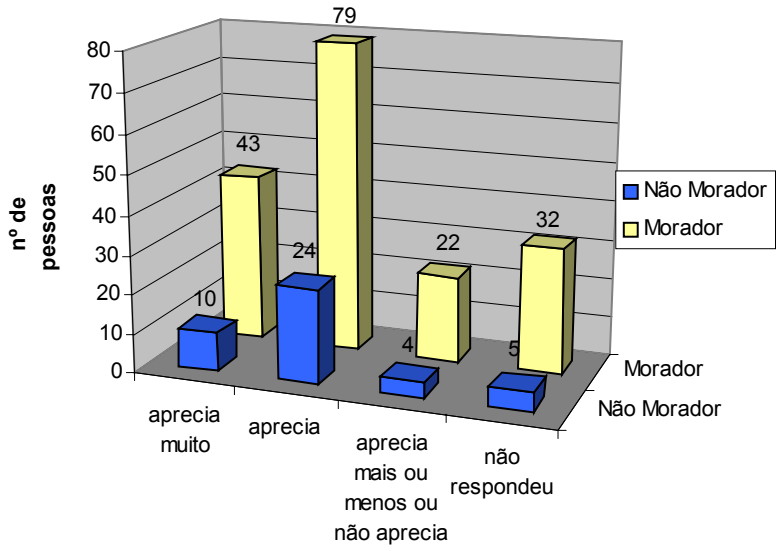


**Figura 25: Apreciação dos clientes: a música**

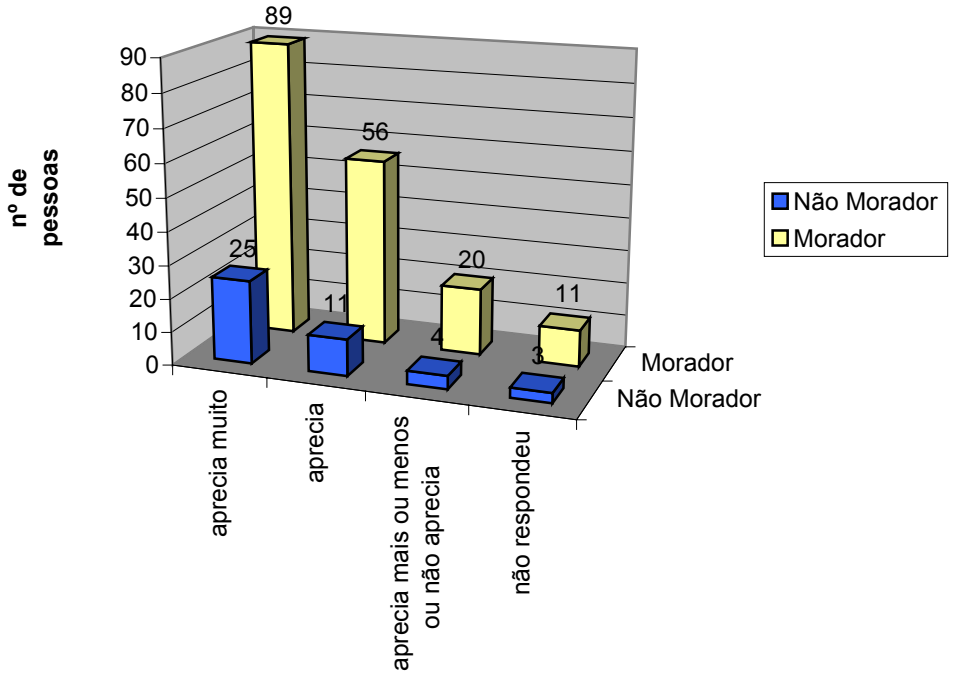
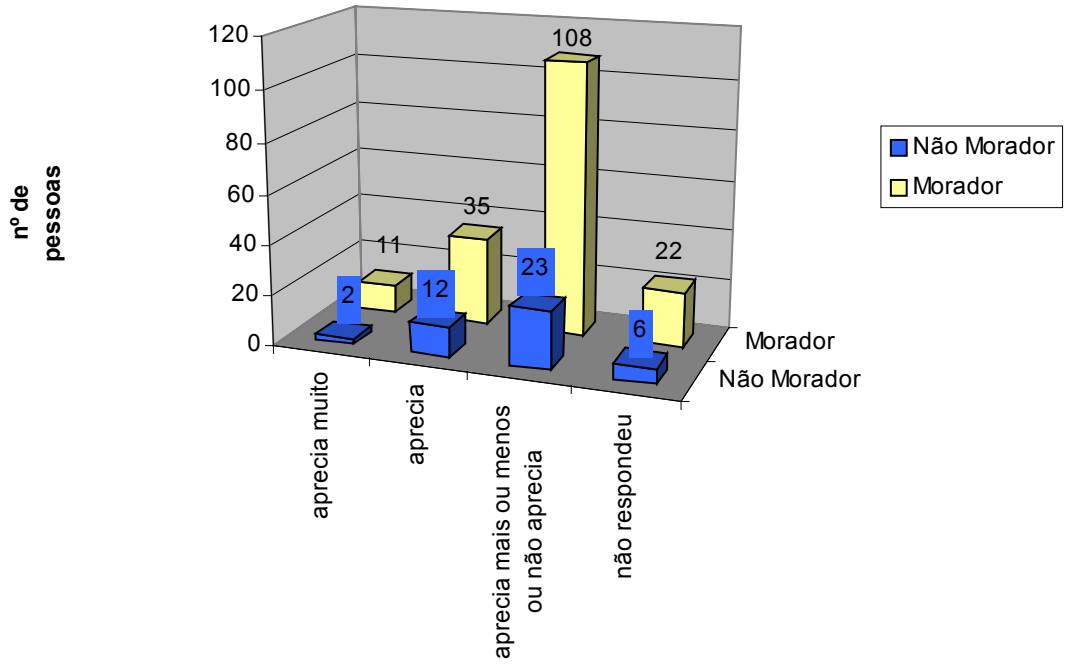



**Figura 26: Apreciação dos cliente: o preço**



Vários clientes fizeram questão de declarar verbalmente que consideram os preços altos; alguns os consideram até abusivos e outros interpretam os altos valores cobrados como uma estratégia do restaurante para selecionar a clientela e manter um ambiente saudável e familiar, sem problemas. Por outro lado, o Sr. Andrade justifica os preços afirmando que trabalha com ingredientes de qualidade e os pratos são bem servidos, suficientes para duas pessoas.

Observamos que entre os turistas, além do preço (67%), os itens de menor apreciação foram a dança (26%), os freqüentadores (21%) e a música (16%) o que aponta a percepção pouco positiva do restaurante por parte dos clientes que não moram na cidade, talvez corroborada pela provável ausência de preocupação do proprietário em tornar o restaurante mais atrativo para os turistas, tornando o ambiente mais apropriado para aqueles que estão acostumados com os modos dos nordestinos.

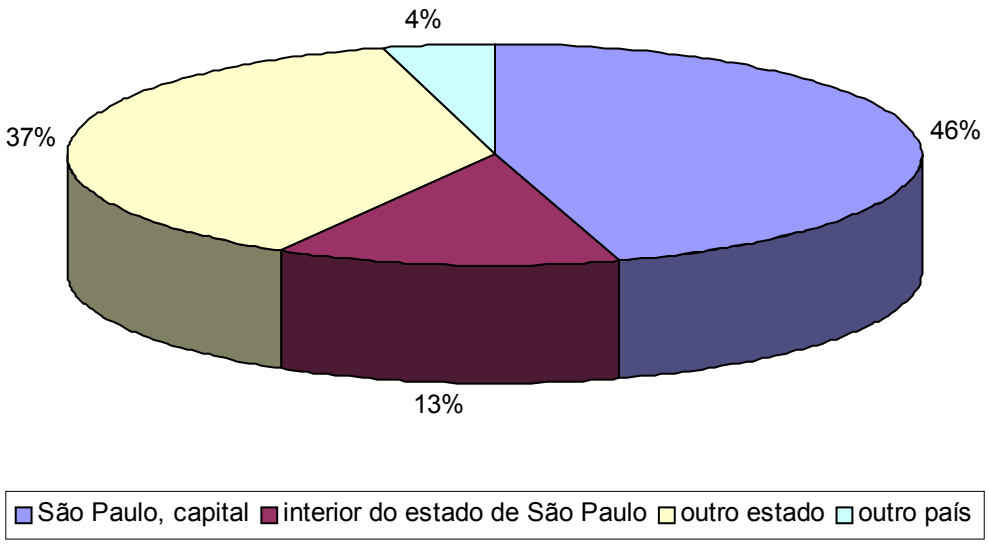
A décima primeira questão buscou saber sobre o atendimento prestado, procurando definir quem foi mais atencioso. Nesse questionamento optamos por incluir uma alternativa com o nome do Sr. Andrade, para termos idéia sobre a influência do seu relacionamento com a clientela no atendimento e na hospitalidade oferecidos pelo restaurante na percepção dos clientes.

Tanto no julgamento dos moradores como no dos turistas, a maior atenção partiu do garçom responsável pelo atendimento à mesa (47%), seguido pela opção que representou a atenção dispensada por todos os colaboradores do restaurante (36%). Do total, apenas 14% dos pesquisados apontaram o Sr. Andrade como o mais atencioso entre os colaboradores e, vários dos entrevistados perguntaram quem era o Sr. Andrade, pois não o conheciam. A porcentagem dos que consideraram que ninguém foi atencioso não chegou a 1%.

A pergunta seguinte foi elaborada com o intuito de saber qual a localidade de nascimento do cliente para assim, num primeiro passo identificarmos a sua relação com o tema nordestino e o turismo da cidade.

Por meio da análise dos resultados (figura 27), observamos que 46% dos clientes são naturais da cidade de São Paulo, 13%, do interior do estado, 37% , são nascidos em outros estados e 4%, em outro país. Levando-se em consideração a soma entre o número de clientes naturais da capital e os nascidos no interior do estado observamos que uma parte significativa dos comensais (59%) não apresenta uma relação direta, representada pela naturalidade, com o tema nordestino.

**Figura 27: Naturalidade**




Por outro lado, percebemos que dentre os clientes nascidos em outros estados, 61% são nascidos na região Nordeste conforme mostramos no quadro 10 abaixo:

Quadro 10 - Origem dos clientes por região.

| **Região** | **Nº de clientes** | **%** |
|---|---|---|
| Centro-Oeste | 05 | 6.1 |
| **Nordeste** | **50** | **61.0** |
| Norte | 04 | 4.9 |
| Sudeste | 16 | 19.5 |
| Sul | 07 | 8.5 |
| Total | 82 | 100 |

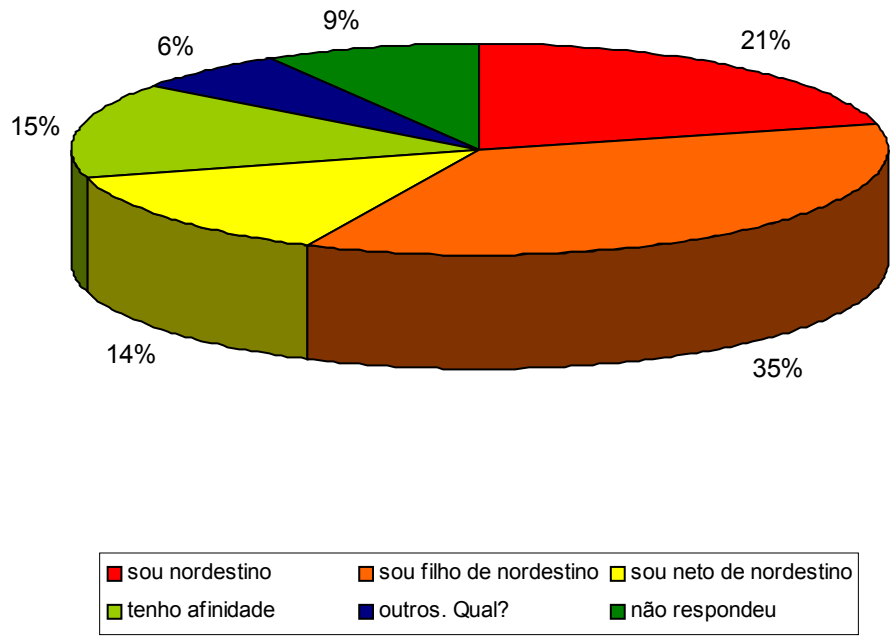
Fonte: Quadro elaborado pela autora

Essa análise do resultado mostra que entre os nascidos fora do Estado de São Paulo, o local de origem representa um elo de ligação com o tema nordestino aproveitado pelo restaurante.

A décima terceira questão buscou identificar outra forma de identificar a relação dos clientes com o tema nordestino por meio da sua origem, ascendência e afinidades, complementando a análise dos resultados obtidos com a questão anterior.

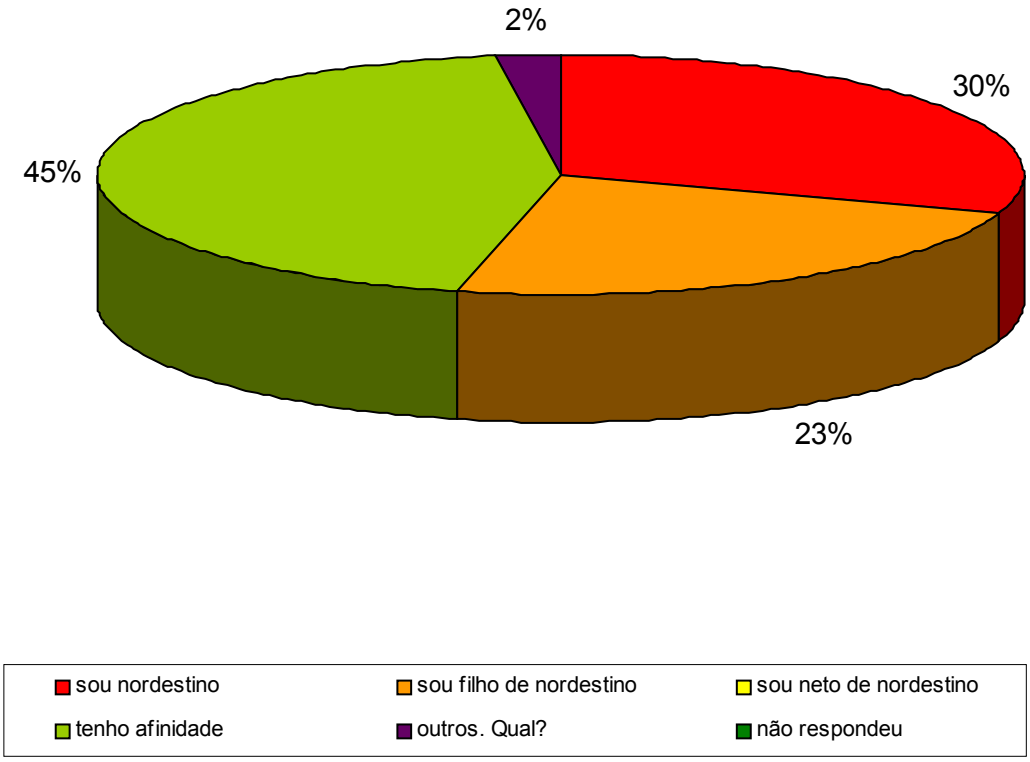
Observamos que, dentre os moradores da cidade, a grande maioria está ligada ao tema nordestino pela sua origem ou sua ascendência, pois 21% são nordestinos, 35% são filhos, e ainda 14% são netos de nordestino (figura 28)

**Figura 28: Qual a relação com nordestino (morador)**




Em relação aos não moradores da cidade, observamos que 53% são nordestinos ou filhos, e 45% dos clientes têm afinidade com o tema (figura 30). Estes representam a parcela de turistas que procurou o restaurante, supostamente, motivada pelos aspectos da cultura nordestina, que, dentro desse contexto, representa um atrativo turístico; porém, comparando com o total geral de clientes que participaram da pesquisa, esse grupo representa a minoria, ou seja, 9%.

**Figura 29: Relação com nordestino (não morador)**




Alguns que responderam ter afinidade com o tema justificaram a sua resposta informando que já moraram ou tem algum familiar que ainda mora no Nordeste, ou que são amigos de algum nordestino. Na opção “outros”, apareceram respostas como “ouvir falar”, “acho interessante” ou “tenho curiosidade a respeito”.

A questão seguinte, a de número quinze, procura identificar o local da moradia para concluirmos a respeito de quanto o restaurante é freqüentado por turistas, representando assim, um atrativo turístico, ou por moradores da cidade, atuando como um equipamento de lazer.

O resultado obtido com as respostas a esse questionamento mostrou que a grande maioria dos clientes do restaurante, representada por 80% dos pesquisados,

é moradora da cidade de São Paulo. Dos 20% que residem em outras localidades, 35% apontaram o interior do estado como local de moradia, 49% são residentes em outros estados e apenas 16%, 7 dos pesquisados que não moram na cidade, residem em outros países. Dessa forma, concluímos que o restaurante, apesar de apresentar as características adequadas a um atrativo turístico referente à cultura nordestina, não atua como tal, pois apenas uma pequena parcela dos clientes se desloca de outras localidades para a cidade de São Paulo e então visita o restaurante. Como a maioria dos comensais é moradora da cidade, podemos considerar o Restaurante Andrade como um equipamento de lazer para a população e mais especificamente um espaço de sociabilidade para os nordestinos migrantes.

As quatro últimas perguntas procuraram subsídios para definir o perfil sócio-econômico da clientela, com informações sobre sexo, idade, grau de escolaridade e nível de renda.

Com relação à distribuição dos clientes por sexo, verificamos que há uma proximidade entre o número total de homens e mulheres que freqüentam o restaurante, pois 52% dos clientes são do sexo masculino e 48%, do feminino; mas esse resultado não se mantém nessa proporção para os moradores da cidade e para os turistas, pois neste grupo os homens representam 67% dos clientes, enquanto que naquele, as mulheres representam um pouco mais da metade, com 52%.

A análise dos resultados obtidos com a pergunta de número dezesseis mostra que o Restaurante Andrade é freqüentado por igual número de pessoas que estão nas faixas etárias contidas entre 20 aos 59 anos, com maior destaque para os clientes que estão entre os 40 e 49 anos. Esses representam 29% do total da clientela, enquanto que 18% estão entre 20 e 29 anos, 22%, entre 30 e 39 anos e 20%, entre 50 e 59 anos. As pontas da escala de idade, ou seja, os jovens de 15 a 19 anos, e os da melhor idade, acima de 60 anos, estão representados pela minoria dos freqüentadores, sendo que estes correspondem a 7% e aqueles, a 4% do total.

Na pergunta seguinte, pudemos observar o bom nível de escolaridade dos clientes, principalmente daqueles moradores da cidade, visto que 67% do total têm grau de escolaridade entre superior incompleto e pós-graduação. Tal fato pode ser confirmado pela observação da fácil aceitação da sua parte em colaborar, respondendo ao questionário como se compreendessem as questões acadêmicas

que envolvem uma pesquisa, sem entender exatamente a sua finalidade, mas mostrando-se simpatizantes e desejando-nos sucesso ao final da empreitada.

Percebemos que o nível de escolaridade entre os turistas também está distribuído de modo igual entre as opções, incluindo também aqueles que têm o segundo grau completo. O numero de moradores com apenas o primeiro grau, completo ou incompleto, é maior que entre os turistas, numa diferença de 7% para 2%.

Por fim, a décima oitava questão procurou identificar a renda dos clientes do restaurante para compreender as relações entre o poder aquisitivo do comensal com o preço cobrado, completando a definição do perfil sócio econômico dos freqüentadores.

Observamos que os clientes têm bom poder aquisitivo, se considerarmos que 24% declararam ter renda entre 10 e 20 salários mínimos e 32% tem renda acima de 20 salários, que juntos representam mais da metade dos visitantes do estabelecimento. Do total de clientes pesquisados, 17% têm renda até 5 salários. Entre os turistas, notamos uma disparidade entre os de maior e menor poder aquisitivo, pois 32% têm renda acima de 20 salários e 16%, até 5.

De modo geral, o resultado das respostas a esse último questionamento aponta para uma clientela formada por pessoas de nível financeiro-econômico considerável, o que auxilia na compreensão dos preços cobrados, os quais funcionam como forma manter uma clientela seleta, e que, mesmo considerados alto pelos clientes, são compensados pela qualidade, característica exaltada pelo Sr. Andrade, e pela satisfação obtida numa relação custo-benefício positiva.

# CONSIDERAÇÕES FINAIS

As informações levantadas durante a realização desta pesquisa auxiliaram no esclarecimento da questão central sobre como o tema nordestino é aproveitado no comércio e turismo da cidade de São Paulo e, assim, os resultados mostraram-se interessantes.

Verificamos que a cidade de São Paulo representa a maior concentração de nordestinos fora do Nordeste e, por causa dessa presença expressiva de migrantes, muitos espaços são caracterizados como nordestinos, e dentre esses, aqueles voltados ao comércio e ao lazer.

Este trabalho pretendeu identificar esse aproveitamento nos estabelecimentos da área de restauração, por representarem um dos elos da cadeia que compõe o produto turístico.

Especificamente, o Restaurante Andrade, estudado na pesquisa, é uma empresa da área da gastronomia que apresenta um número significativo de símbolos da cultura nordestina recriados em São Paulo. Seus clientes, entendidos como parte de um grupo de perfil bem definido e fiel, buscam essa característica, conforme verificamos no terceiro capítulo.

Depois de realizado o estudo exploratório, dados os pressupostos formulados que nortearam esta pesquisa, verificamos que:

a) o primeiro deles, na qual supomos que o tema nordestino poder ser caracterizado na forma de receber comercial da cidade de São Paulo, tendo como anfitrião o elemento nordestino e aspectos relacionados à sua cultura, confirmou-se, pois no estabelecimento escolhido para estudo de caso, o Restaurante Andrade, constatamos a presença dos símbolos mais expressivos da cultura nordestina, como a gastronomia, a música, a dança, a decoração, o ambiente e o atendimento realizado por pessoas de origem nordestina. Também verificamos que esse tema é aproveitado em vários tipos de comércio além dos restaurantes, como as casas do norte, bailes de forró e bares, localizados em muitos dos bairros de São Paulo.
b) No segundo pressuposto, presumimos que o uso do tema nordestino no comércio da cidade pode se tornar o atrativo principal de alguns

estabelecimentos. Tal pressuposto foi confirmado porque a grande concentração de nordestinos na cidade de São Paulo formou um público alvo de oportunidades de negócios relacionados a essa cultura. Sendo assim, o nordestino, tal como aqueles que possuem afinidade com o tema, procuram locais que oferecem produtos e serviços peculiares à simbologia de sua cultura.

c) No terceiro e último pressuposto, supusemos que os aspectos relacionados à cultura nordestina atuam como atrativos dentro do turismo da cidade de São Paulo. Esse pressuposto não foi confirmado, pois, a tomar como base as informações obtidas no estudo de caso, verificamos que a grande maioria dos clientes desse estabelecimento, atraída pelos aspectos culturais nordestinos ali encontrados, é residente na cidade São Paulo , a mesma do restaurante, o que não o configura como um atrativo turístico, pois não atrai turistas e nem excursionistas, cujas definições abordadas na teoria apresentada no segundo capítulo, um ou outro é a pessoa que se desloca para um local, fora daquele de sua residência, motivado por lazer, negócios, estudo, saúde, etc.

Deduzimos que tal situação ocorra devido aos interesses do proprietário que, além de estarem focados no negócio de serviço de restauração em si, parecem voltados mais para a condição político-sócio-econômica do migrante nordestino morador da cidade, preocupando-se em organizar uma associação de migrantes, de posicionamento político, que possa ampará-los, conforme as suas necessidades de apoio e inclusão no mercado de trabalho e na sociedade, livrando-os do foco do preconceito que os acompanha desde os tempos da política de subvenção das despesas da migração para as lavouras de café, pelo governo da então província de São Paulo, no século XIX.

A proposta de verificar a atratividade turística do Restaurante Andrade, baseada nos aspectos da cultura nordestina e no estereótipo de hospitalidade atribuída ao nordestino mostrou-se um desafio.

Constatamos que o restaurante estudado, além de ser reconhecido como nordestino pela maioria dos seus clientes e não funcionar como um atrativo turístico dentro da cidade de São Paulo representa um espaço de sociabilidade e integração de vários migrantes. O Sr. Andrade, um dos proprietários do restaurante, é um migrante baiano que, depois de estabelecido, ofereceu oportunidade de emprego em

sua empresa para muitos outros, familiares ou não, fazendo parte de um tipo de rede social. Ainda hoje verificamos que alguns de seus primos e sobrinhos trabalham no restaurante, assim como colaboradores indicados por parentes que lá já trabalhavam, tornando comum os laços de parentesco entre eles.

A partir da ótica do cliente, o clima acolhedor de hospitalidade pode ser observado na impressão que o restaurante causa às pessoas ao perceberem alguns aspectos, como os quadros compostos por fotos do proprietário ao lado de clientes à mesa, com expressão de satisfação, e o modo caloroso dos garçons ao receberem as pessoas conhecidas que chegam ao estabelecimento.

Observamos que o restaurante representa um espaço de lazer, onde os nordestinos e os apreciadores do tema se reúnem com amigos e parentes. É um lugar cuja atmosfera é carregada de carga emocional para os que ali vão e, como comensais, degustam a nordestinidade do ambiente na sua totalidade, ampliando o valor do serviço que o lugar oferece em cada um dos detalhes relacionados à simbologia representante da cultura. Muitos passam horas entre o momento da chegada até o da partida, aproveitando o espaço, saboreando a comida, ouvindo e dançando a música, como se todo esse ambiente permitisse a eles viajar no pensamento de volta à terra natal.

No campo da hospitalidade, o domínio social é o que prevalece nos momentos de comensalidade vividos pelos clientes que fazem uso do restaurante como um espaço de sociabilidade além de representar um momento onde as pessoas recebem outras, com família e amigos, e praticam as regras tácitas da hospitalidade.

Quanto à questão da hospitalidade comercial, os resultados da pesquisa apontaram indícios tênues comprobatórios do estereótipo da hospitalidade nordestina, pois o conjunto formado pelos símbolos da cultura e do elemento nordestino, no papel de anfitrião, contribui para a criação de um ambiente no qual as pessoas se sentem à vontade, acolhidas, seguras e bem recebidas, não obstante a cobrança pelos serviços prestados. O fato de haver retribuição por parte do acolhido/cliente na forma monetária na relação comercial não exime anfitrião e hóspede da responsabilidade de manter o relacionamento que se trava mais por motivos afetivos e emocionais do que financeiros. Ao contrário do que se pensa, o pagamento pelos serviços adquiridos pelo cliente, materialmente o torna livre do

compromisso de retribuir, mostrando que o seu retorno é espontâneo e resultado de um bom atendimento, que vai além do contratado.

Essa hospitalidade encontrada no estereótipo do nordestino, mesmo que sutilmente estudada neste trabalho, mediante planejamento e programa de conscientização de muitos que contribuem para a hospitalidade da cidade, talvez possa colaborar com a mudança da imagem hostil imputada à cidade de São Paulo. Vimos que esse estereótipo, reconhecido pelo turista internacional, provavelmente tenha a sua origem em matrizes antagônicas: a hostilidade característica da colonização das terras americana pelos europeus, desenvolvendo o servilismo e o patriarcalismo. Todavia esse é um traço que pode ser trabalhado positivamente, voltado para o turismo, que além do patrimônio cultural tangível busca os aspectos culturais intangíveis, como a gastronomia, que têm agradado ao novo perfil de turista, o qual pretende conhecer lugares, histórias e culturas diferentes, interagindo com a população local.

O Restaurante Andrade reúne as condições adequadas para se tornar um atrativo turístico paulistano referente aos nordestinos, pois aliado à sua "nordestinidade", a qual faz parte da sua hospitalidade, ele oferece infra-estrutura e localização necessárias ao atendimento daqueles visitantes que procuram por ambientes formadores da multifacetada cultura da cidade.

As entidades responsáveis pelo desenvolvimento do turismo em São Paulo têm procurado ampliar a sua atuação para além do segmento de negócios, o qual, indiretamente, limita aos dias úteis a permanência dos turistas na cidade, o que significa que nos finais de semana, quando muitas atividades e programas culturais ganham relevância, os turistas vão embora sem conhecê-las. Se o turista não conhece, ele não divulga, e a cidade permanece restrita ao turismo de negócios, que, como vimos, tem se mostrado muito importante para a cidade; porém, ampliar a atratividade da cidade para o segmento turístico cultural implica em ampliar as oportunidades de negócios e investimentos na área do turismo de lazer, agregando valor ao de negócios e atraindo outros tipos de turistas que poderão visitar a cidade aos finais de semanas, feriados prolongados e durante as férias, além de beneficiar os habitantes da cidade que terão chance de conhecer melhor a sua cidade e desfrutar de melhor estrutura de lazer.

A diversidade cultural encontrada em São Paulo é uma de suas características mais relevantes e as marcas de todos os povos que contribuem para a formação da cidade estão espalhadas pelos seus bairros.

Embora Pinheiros não possa ser caracterizado como um bairro de expressiva presença nordestina, ele se tornou, nos últimos anos e décadas, um ponto importante do comércio de características nordestinas e, nesse sentido, tornou-se espaço de acolhimento, sobretudo no que se refere a oportunidades de comércio e trabalho em estabelecimentos voltados para a alimentação, a gastronomia e o lazer, como o Restaurante Andrade, voltados, tanto para lazer dos nordestinos moradores da cidade e seus descendentes, quanto para aqueles interessados em conhecer um pouco dos aspectos referentes a sua cultura, envolvidos pela sua hospitalidade estereotipada.

Esse é um tema merecedor da atenção de novos estudos por parte das mais variadas áreas das Ciências Humanas que poderão contribuir para o desenvolvimento do verdadeiro estilo de hospitalidade nordestino e brasileiro, que interessa à área do turismo.

# REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS


ANDRADE, José Vicente. **Turismo**. Fundamentos e dimensões.7ª ed. São Paulo: Ática, 2000.

AUGÉ. Marc. **Não lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução Maria Lúcia Pereira. 4ª ed. Campinas: Papirus, 1994. Coleção Travessia do Século.

BARRETTO, Margarita, **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 11ª ed. Campinas: Papirus, 2001.

BARRETTO, Margarita, BURGOS, Raul e FRENKEL, David. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas: Papirus, 2003. p.39-60.

BASTOS, Sênia. Hospitalidade e História: A Cidade de São Paulo em Meados do século XIX. In: DENCKER, Ada F. M. e BUENO, Marielys S. (org). **Hospitalidade:** Cenários e Oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003. p. 73-91.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. 4ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. Tradução de Leila Souza Mendes. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

CAMARGO, Luiz O. L. **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1999. Coleção Primeiros Passos.

_____. Turismo, Hotelaria e Hospitalidade. In: DIAS, Célia M M (org). **Hospitalidade:** reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002. p. 1-23.

_____. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004 . Coleção ABC do Turismo

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

_____. **Hospitalidade.** Na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005.

CAVICHIOLI, Silvana et al (org). **Os nordestinos em São Paulo**: depoimentos. São Paulo: Paulinas, 1982.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos:** fundamentos básicos. São Paulo: Atlas, 2003. p 80-124.

CHON, Kye-Sung (Kaye) e SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade, conceitos e aplicações**. Tradução de Ana Beatriz de Miranda e Silva Ferreira. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CRUZ, Rita C A. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil. In:DIAS, Célia M. M. **Hospitalidade:** reflexões e perspectivas**.** Barueri, SP: Manole, 2002. p. 39 - 56

DAMATTA, Roberto. Digressão: A fábula das três raças, ou o problema do racismo à brasileira. In: **Relativizando**: uma introdução à Antropologia Social. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. p. 58-85.

DURHAN, Eunice. **A caminho da cidade**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1978.

FLETCHER, John. (et al). **Turismo**: princípio e prática. Tradução de Roberto Cataldo Costa**.** 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001**.**

FREYRE, Gilberto. **Casa Grande e Senzala.** 42ª ed. Rio de Janeiro: Record: 2001

GODBOUT, Jacques T. com auxílio de CAILLÉ, Alain. **O espírito da dádiva**. Tradução de Patrice C. F. X. Wuillaume. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999. p. 33-117.

GOELDNER, Charles et al. **Turismo** : princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2003, p. 12-39.

GOMES, Laura G. Comércio étnico em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. In: **Revista de Estudos Históricos**. nº 29. Rio de Janeiro: CPDOC FGV, 2002.

GOMENSORO, Maria L. **Pequeno dicionário de gastronomia**. Rio de Janeiro: Objetivo, 1999.

GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, Célia M. M. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manolo, 2002

HOBSBAWN, Eric e RANGER, Terence (org). **A invenção das tradições**. Traduzido por Celina Cardim Cavacalnti. 2ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997

HOLANDA, Sérgio B. **Raízes do Brasil**. 26ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Inglês-Português**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad , MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004. p1-24.

LEMOS, Amália I. G. Os lugares de lazer dos migrantes em São Paulo: a conquista da cidade. In: Rodrigues Adyr Balastreri (org) **Turismo, modernidade, globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 55-65.

LICKORISH, Leonard J e JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MIRANDA, Danilo S. de. **Reflexões sobre o papel da cultura na cidade de São Paulo**. São Paulo em Perspectiva. Out/ Dez, 2000, vol. 14, nº 4, p.105-110. ISSN 0102-8839.

MORAES, Cláudia C A. Turismo – segmentação de mercado: um estudo introdutório. In: ANSARAH, Marília G. R. (org). **Turismo**: segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999, p.13-33.

MOURA, Denise Ap. S. Andantes de novos rumos : a vinda de migrantes cearenses para fazendas de café paulistas em 1878. In: **Revista Brasileira de História**. Nº 34. São Paulo; ANPUH/Humanitas, 1997. P. 119-32.

Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. Direção e redação - Amparo Sancho. Tradução – Dolores R M Córner. São Paulo: Rosa, 2001.

PACHECO, Carlos A. E PATARRA, Neide. Movimentos migratórios anos 80: novos padrões? In: PATARRA, Neide et al (org). **Migração, condições de vida e dinâmica urbana**: São Paulo 1980-1993. Campinas: UNICAMP, 1997.

PAIVA, Odair C. **Caminhos cruzados**. Migração e construção do Brasil moderno (1930-1950). Bauru: EDUSC, 2004.

PAULA, Nilma M. Introdução ao conceito de hospitalidade em serviços de alimentação. In: Dias, Célia M. M. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002. p. 69-82.

PRADO Jr. Caio. **História econômica do Brasil**. 28º ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SALLES, Maria do Rosário R. **São Paulo: território do progresso?** Hospitalidade da ótica da industrialização e urbanização da cidade (mimeo).

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003. Coleção ABC do Turismo.

SINGER, Paul. Evolução da economia e vinculação internacional. In: SACHS, Ignacy, Wilheim, Jorge e PINHEIRO, Paulo S (org). **Brasil**: um século de transformações. São Paulo: Cia das Letras, 2001 p. 79-131.

TELFER, Elizabeth. A filosofia da “hospitabilidade”. In: LASHLEY, Conrad , MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004. p 53-78.

VERAS, Maura P. B.. **Tempo e espaço na metrópole**: breves reflexões sobre assincronias urbanas. São Paulo em Perspectiva. Jan/Mar. 2001. v15, nº 1, p.3-12. ISSN 0102-8839.

_____. **Divercidade**: territórios estrangeiros como topografia da alteridade em São Paulo. São Paulo: EDUC, 2003. p. 167-75.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 19-38.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução de Élcio de Gusmão Verçosa Filho. 2ª ed. Barueri: Manole, 2002.

Periódicos

BIANCHI, Juliana e BASTOS, Rosa. Migrantes ganharam SP pelo estômago. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 28 ago. 2005. Caderno Cidades/Metrópoles C7.

PITTA, Iuri. SP recebe uma São José dos Campos por dia. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 22 jan 2004. Caderno Cidade p. CI

Documentos eletrônicos

ÍNDIOS. Disponível em http://www.pinheiros.com.br. Acesso em: 04 jan.2006

MORIGI, Valdir J. Mídia, identidade cultural nordestina: festa junina como expressão. Disponível em http://www.intexto.ufrgs.br/n12/a-n12a6.htm. Acesso em 16 nov 2005

## BIBLIOGRAFIA

ALENCASTRO, Luiz F. e RENAU, Maria I. Caras e modos dos migrantes e imigrantes In: **História da Vida Privada no Brasil**: Império: a corte e a modernidade nacional. São Paulo: Cia das Letras, v.2. p.292-335.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo**. Fundamentos e dimensões.7ª ed. São Paulo: Ática, 2000.

AUGÉ. Marc. **Não lugares**: Introdução a uma antropologia da supermodernidade. Tradução Maria Lúcia Pereira. 4ª ed. Campinas: Papirus, 1994. Coleção Travessia do Século.

BAPTISTA, Dulce Mª T. **Nas terras do Deus-Dará**: nordestinos e suas redes sociais em São Paulo. Tese (Doutorado em Sociologia). PUC/SP. São Paulo, 1998.

BAPTISTA, Isabel. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, Célia M. M. (org). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002. p. 157-64.

BARRETTO, Margarita, **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 11ª ed. Campinas: Papirus, 2001.

_____. **Turismo e legado cultural**. 5ª ed. Campinas:papirus, 2004.

BARRETTO, Margarita, BURGOS, Raul e FRENKEL, David. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas: Papirus, 2003. p.39-60.

BASTOS, Sênia. Hospitalidade e História: A Cidade de São Paulo em Meados do século XIX. In: DENCKER, Ada F. M. e BUENO, Marielys S. (org). **Hospitalidade**: Cenários e Oportunidades. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003. p. 73-91.

BENI, Mário C. **Análise estrutural do turismo**. 4ª ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2001.

BURKE, Peter. **Hibridismo Cultural**. Tradução de Leila Souza Mendes. São Leopoldo: Unisinos, 2003.

CAMARGO, Aspásia. Ederalismo e identidade nacional. In: SACHS, Ignacy, WILHEIM, Jorge e PINHEIRO, Paulo S. (org). **Brasil:** um século de transformações. São Paulo: Cia. Das Letras, 2001. p.307-47.

CAMARGO, Luiz. O. L. **Educação para o lazer**. São Paulo: Moderna, 1998. Coleção Polêmica.

_____ **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1999. Coleção Primeiros Passos.

_____. Turismo, Hotelaria e Hospitalidade. In: DIAS, Célia M M (org). **Hospitalidade:** reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002. p. 1-23.

_____. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004 . Coleção ABC do Turismo.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. Caxias do Sul: Educs, 2003.

_____. **Hospitalidade.** Na perspectiva da gastronomia e da hotelaria. São Paulo: Saraiva, 2005.

CAVICHIOLI, Silvana et al (org). **Os nordestinos em São Paulo**: depoimentos. São Paulo: Paulinas, 1982

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração de recursos humanos:** fundamentos básicos. São Paulo: Atlas, 2003. p 80-124.

CHON, Kye-Sung (Kaye) e SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade, conceitos e aplicações**. Tradução de Ana Beatriz de Miranda e Silva Ferreira. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CRAVIDÃO, Fernanda M. S. D. D.Turismo e cultura: o lugar dos lugares. In: **Turismo** – Visão e ação. Revista científica do curso de Pós-graduação Stricto Sensu em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Vol. 6. nº 3. UNIVALI Ed. set/dez 2004. p. 309-16.

CRUZ, Rita C A. Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil. In:DIAS, Célia M. M. **Hospitalidade:** reflexões e perspectivas**.** Barueri, SP: Manole, 2002. p. 39 – 56.

DAMATTA, Roberto. Digressão: A fábula das três raças, ou o problema do racismo à brasileira. In: **Relativizando**: uma introdução à Antropologia Social. Rio de Janeiro: Rocco, 2000. p. 58-85.

DAMIANI, Amélia L.Turismo e lazer em espaços urbanos. In: RODRIGUES, Adyr Balestreri (org). **Turismo, modernização, globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999.p. 46-54.

DENCKER, Ada M. F. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 5ª ed. São Paulo: Futura, 1998.

DIEHL, Astor A. E TATIM, Denise C. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**. Métodos e técnicas. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

DURHAN, Eunice. **A caminho da cidade**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1978.

FLETCHER, John. (et al). **Turismo**: princípio e prática. Tradução de Roberto Cataldo Costa**.** 2ª ed. Porto Alegre: Bookman, 2001**.**

FREYRE, Gilberto. **Casa Grande e Senzala.** 42ª ed. Rio de Janeiro: Record: 2001.

GODBOUT, Jacques T. com auxílio de CAILLÉ, Alain. **O espírito da dádiva**. Tradução de Patrice C. F. X. Wuillaume. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999. p. 33-117.

GOELDNER, Charles et al. **Turismo** : princípios, práticas e filosofias. Porto Alegre: Bookman, 2003, p. 12-39.

GOMENSORO, Maria L. **Pequeno dicionário de gastronomia**. Rio de Janeiro: Objetivo, 1999.

GOMES, Laura G. Comércio étnico em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência. In: **Revista de Estudos Históricos**. nº 29. Rio de Janeiro: CPDOC FGV, 2002.

GRINOVER, Lúcio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, Célia M. M. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manolo, 2002.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós modernidade**. Tradução Tomaz T. da Silva e Guacira L. Louro. 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

HOLANDA, Sérgio B. **Raízes do Brasil**. 26ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HOUAISS, Antônio. **Dicionário Inglês-Português**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HÜBNER, Maria M. **Guia para elaboração de monografias e projetos de dissertação de mestrado e doutorado**. São Paulo: Thomson, 1998.

LASHLEY, Conrad. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad , MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004. p1-24.

LEMOS, Amália I. G.. Os lugares de lazer dos migrantes em São Paulo: a conquista da cidade. In: Rodrigues Adyr Balastreri (org) **Turismo, modernidade, globalização**. São Paulo: Hucitec, 1999. p. 55-65.

LICKORISH, Leonard J e JENKINS, Carson L. **Introdução ao turismo**. Tradução de Fabíola de Carvalho S Vasconcellos. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MARTINS, José C O. Identidade: percepção e contexto. In: MARTINS, José C. O. **Turismo, cultura e identidade. São** Paulo: Roca, 2003.p.39-48.

MIRANDA, Danilo S. de. **Reflexões sobre o papel da cultura na cidade de São Paulo**. São Paulo em Perspectiva. Out/Dez, 2000, vol. 14, nº 4, p.105-110. ISSN 0102-8839.

MORAES, Cláudia C A. Turismo – segmentação de mercado: um estudo introdutório. In: ANSARAH, Marília G. R. (org). **Turismo:** segmentação de mercado. São Paulo: Futura, 1999, p .13-33.

MOURA, Denise Ap. S. Andantes de novos rumos : a vinda de migrantes cearenses para fazendas de café paulistas em 1878. In: **Revista Brasileira de História**. Nº 34. São Paulo; ANPUH/Humanitas, 1997. P. 119-32.

Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. Direção e redação - Amparo Sancho. Tradução – Dolores R M Córner. São Paulo: Rosa, 2001.

PACHECO, Carlos A. E PATARRA, Neide. Movimentos migratórios anos 80: novos padrões? In: PATARRA, Neide et al (org). **Migração, condições de vida e dinâmica urbana**: São Paulo 1980-1993. Campinas: UNICAMP, 1997.

PADOVANI, Eliane G. R. A casa, a família e o lazer nas áreas urbanas. In: **Turismo** – Visão e ação. Revista científica do curso de Pós-graduação Stricto Sensu em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Vol. 6. nº 3. UNIVALI Ed. set/dez 2004. p.265-75.

PAIVA, Odair C. **Caminhos cruzados**. Migração e construção do Brasil moderno (1930-1950). Bauru: EDUSC, 2004.

PAULA, Nilma M. Introdução ao conceito de hospitalidade em serviços de alimentação. In: Dias, Célia M. M. **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002. p. 69-82.

PELIZZER, Hilário A. **Agente do turismo receptivo.** São Paulo: IPEP/Renovarum, 1999.

PENNA, Maura. **O que faz ser nordestino**. Identidades sociais, interesses e o "escândalo" Erundina. São Paulo: Cortez, 1992.

PRADO Jr. Caio. **História econômica do Brasil**. 28º ed. São Paulo: Brasiliense, 1983.

PIRES. Mário J. **Lazer e turismo cultural**. Barueri: Manole, 2002. p. 81-100.

SALLES, Maria do Rosário R. **São Paulo: território do progresso?** Hospitalidade da ótica da industrialização e urbanização da cidade (mimeo).

SANTOS, Gerson T, Rossi, Gisele e Jardilino, José R. L. **Orientações metodológicas para elaboração de trabalhos acadêmicos**. 2ª ed.São Paulo: Gion, 2000.

SCHLÜTER, Regina G. **Gastronomia e turismo**. Tradução Roberto Sperling. São Paulo: Aleph, 2003. Coleção ABC do Turismo.

SILVA, Sólon S. Hospitalidade e ética. In MARTINS, José Clerton O. (org). **Turismo, cultura e identidade**. São Paulo: Rocco, 2003. p. 93-8.

SINGER, Paul. Evolução da economia e vinculação internacional. In: SACHS, Ignacy, Wilheim, Jorge e PINHEIRO, Paulo S (org). **Brasil**: um século de transformações. São Paulo: Cia das Letras, 2001 p. 79-131.

TELFER, Elizabeth. A filosofia da "hospitabilidade". In: LASHLEY, Conrad , MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004. p 53-78

VERAS, Maura P. B.. **Tempo e espaço na metrópole**: breves reflexões sobre assincronias urbanas. São Paulo em Perspectiva. Jan/Mar. 2001. v15, nº 1, p.3-12. ISSN 0102-8839.

_____. **Divercidade**: territórios estrangeiros como topografia da alteridade em São Paulo. São Paulo: EDUC, 2003. p. 167-75.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução Daniel Grassi. Porto Alegre: Bookman, 2005. p. 19-38.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução de Élcio de Gusmão Verçosa Filho.2ª ed. Barueri: Manole, 2002.

Periódicos

BIANCHI, Juliana e BASTOS, Rosa. Migrantes ganharam SP pelo estômago. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, 28 ago. 2005. Caderno Cidades/Metrópoles C7.

PITTA, Iuri. SP recebe uma São José dos Campos por dia. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 22 jan 2004. Caderno Cidade p. CI

Documentos eletrônicos

BARRIGA no fogão. Disponível em http://www.terra.com.br/istoe/istoe_sp/dia_dos_pais_2003/reportagens/barriga_fogao.htm. Acesso: 02 jan, 2006.

CENTRO DE TRADIÇÕES NORDESTINAS. In: http://www.ctn.org.br. Acesso em 27 jun 2004

COOPERATIVA Agrícola de Cotia, A**.** In: Obras que deram impulso ao desenvolvimento do bairro. Disponível em http://www.pinheiros.com.br. Acesso em: 04 jan.2006

DISTRITO de Pinheiros. Disponível em http://pt.wikipedia.org/wiki/Pinheiros_(distrito_de_S%C3%A3o_Paulo). Acesso em: 04 jan.2006

HISTÓRIA dos Bairros de São Paulo. Disponível em http://www.spsitecity.com.br/english/bairros. Acesso em: 04 jan.2006

IMPORTANTES avenidas. Disponível em http://www.pinheiros.com.br. Acesso em: 04 jan.2006

INTRODUÇÃO. Disponível em http://portal.prefeitura.sp.gov.br/guia_servicos/index_introducao?idTema=21. Acesso em: 24 jan 2006

ÍNDIOS. Disponível em http://www.pinheiros.com.br. Acesso em: 04 jan.2006

MORIGI, Valdir J. Mídia, identidade cultural nordestina: festa junina como expressão. Disponível em http://www.intexto.ufrgs.br/n12/a-n12a6.htm. Acesso em 16 nov 2005

OLIVEIRA, Enésimo de. O Racismo. A fábula das 3 raças. Disponível em http://www.brazcubar.br/professores/sdamy/mubc12.html. Acesso em 22 jun.2004

POPULAÇÃO. Disponível em http://www.pinheiros.com.br. Acesso em: 04 jan.2006
RESTAURANTE ANDRADE. In: http://restauranteabdrade.com.br. Acesso em 27 jun. 2004

SOCIEDADE Hípica Paulista, A In: Obras que deram impulso ao desenvolvimento do bairro: Disponível em http://www.pinheiros.com.br. Acesso em: 04 jan.2006.

# APÊNDICES

## APÊNDICE A

Transcrição da entrevista feita com o Sr. Manoel Leite de Andrade, proprietário do Restaurante Andrade, realizada no dia 13/04/2005.

Sandra (S): Sr. Andrade, eu gostaria de começar a entrevista sabendo um pouco do senhor, da sua pessoal, assim...pessoal no sentido de migrante para São Paulo: o seu nome, se tem um apelido, se tem um nome de batismo, sua data de nascimento, sua cidade de origem.
Andrade (A): Bom, meu nome é Manoel Leite de Andrade. O restaurante chama Andrade por causa do meu sobrenome. E eu nasci na Bahia, em Conceição do Almeida, Recôncavo Baiano. Eu vim de lá em 1961. Cheguei em SP e eu fui trabalhar como faxineiro de boteco e aí eu fui passando por todos os processos de restaurante. Trabalhei em todos os setores de restaurante e alimentação, eu trabalhei em todos os setores.

S: O Sr. foi faxineiro direto num restaurante?
A: Fui faxineiro num boteco. Foi meu primeiro emprego.

S: E aí depois, o senhor foi mudando de emprego, sempre dentro da área de restaurante?
A: É, sempre da área de restaurante.

S: Por que o sr deixou a sua cidade e veio para SP?
A: As condições do NE sempre foram muito precárias, né? Na época em que eu vim pra cá tinha... o salário era muito bom em SP, tinha muito emprego, então quem ... quem gostava de trabalhar, quem vinha disposto a realmente de dar duro, SP era muito bom.

S: O sr. Veio como, o sr. veio de ônibus?
A: Não, eu peguei um pau de arara, primeiro carro que entrei na minha vida, entrei num pau de arara e gastei nove dias e meio de viagem de lá para cá. A metade da estrada da Bahia até aqui era de terra.

S: E como é que fazia para se alimentar? Tinha muita gente com o sr.?
A: Se alimentava no caminho, nas pensões que tinha no caminho. Naqueles botecos que tinha lá, nas pensões onde servia o pessoal que trabalhava nas obras da estrada, os caminhões paravam lá e a gente comia qualquer coisa lá, se virava.

S: O Sr. tinha alguém aqui já em SP, um familiar, um amigo?
A: Tinha parentes, mas eu encarei sozinho. Tinha uns parentes aqui, uns primos, mas cheguei aqui eu não dependi de ninguém não. Eu encarei tudo sozinho.

S: O Sr. teve muitas dificuldades quando o sr chegou aqui para se adaptar a esta cidade tão diferente da onde o sr. veio?
A: Não, não foi assim tão difícil, porque naquela época tinha muito emprego e eu gostava muito de trabalhar. Então... hoje as coisas são mais difíceis do que naquela época.

S: E por que São Paulo? Por que o sr. escolheu SP para vir?
A: Porque São Paulo,... hoje não mais, por que encheu demais,...e São Paulo já está insuportável já de muita gente, insegurança e desconforto, se mora longe, mas naquela época não, a gente morava perto. Eu morava a 500 metros do meu trabalho.Então... e morava bem, morava numa pensão e morava bem, trabalhava... o dia todo, então...tinha muito mais conforto, né.

S: Naquela época em que o sr veio para cá tinha tanta propaganda de outras cidades quanto de SP? O sr. ouviu falar... Rio de Janeiro , Belo Horizonte?
A: Não, não. Eu tinha primos que veio para SP e trabalhavam aqui e... eu não conhecia outra cidade.

S: Eles mandavam notícias para o sr. falando da cidade?
A: Não, eles iam viajar pra lá e tal...de repente eu cismei de vir embora e ... trabalhava lá fazenda do meu pai e com 17 anos de idade, semi-analfabeto, não tinha muitas opções. Até eu tinha opções mas... meu pai... minha mãe morreu, eu tinha 11 meses de idade e meu se casou outra vez, nós éramos em quinze irmãos, a fazenda não dava para fazer um pé-de-meia lá. Então, eu vim tentar em SP.

S: Depois que o Sr. chegou aqui em SP e o sr se estabeleceu, o sr. recebeu, ajudou outros parentes e amigos lá da sua região que vieram pra cá e pediram a sua ajuda?
A: Olha! Eu nunca, nunca recebi ajuda de ninguém em sentido nenhum, ta?. Independente de um português que tinha aqui em SP, foi o meu patrão, melhor amigo que eu tive na face da terra, o Antônio Martins.. Henrique, já morreu, foi o único homem que me ajudou quando eu precisei de alguma coisa, mais ninguém, parente nunca me ajudou em nada, nunca ninguém me deu nada. Nada, nada, nada, nada. Eu enfrentei as coisas sozinho. Os tombos que eu levei ou algumas coisas boas que fiz, fiz sozinho.

S: E o Sr. ajudou alguém que veio de lá para cá?
A: Parentes veio pra cá eu dei emprego, uns se saíram muito bem outros, não, mas eu dei emprego para muita gente de lá, irmãos, primos, cunhados.

S: Algum parente trabalha com o sr, ou trabalhou?
A: Trabalha.

S: Ainda trabalha?
A: Sobrinhas, sobrinhos, irmãos por parte de pai, primos... sempre trabalhou.

S: Como surgiu a idéia do sr. montar o seu restaurante?
A: Devido ao relacionamento que eu tinha com o tipo de comida, eu sempre trabalhei em cozinha, pizzaria, doceria, confeitaria, padeiro, pizzaiolo, lavador de prato, cozinheiro, barman, garçom, tudo. Eu achei que se eu pusesse um boteco daria certo, então eu montei o meu primeiro boteco lá na av. 9 de julho e deu certo.

S: E este restaurante em que nós estamos agora, o Restaurante Andrade, há quanto tempo o sr. tem ele?
A: Vai fazer 25 anos agora.

S: Este restaurante é uma conseqüência daquele primeiro boteco, ou aquele primeiro boteco foi uma experiência e depois...
A: Não, foi uma conseqüência, desde o meu primeiro emprego que eu fazia faxina, que não tinha as novidades que tem hoje, as novas tecnologias, luvas, materiais de limpeza mais leve. Naquela época a gente lava com sabão mesmo e na mão, lavando banheiro, lavando as coisas, tudo na mão, no "muque". Então tudo... nunca me tirou pedaço nenhum, eu sempre trabalhei com ... ta gravando?

S: Acredito que sim.
A: Eu sempre trabalhei neste sentido pra.. de tudo eu tirei um pouquinho de experiência, né. Hoje, se sou cozinheiro hoje, se eu sei fazer qualquer coisa dentro de um restaurante é porque eu vim aprendendo desde aquela época com meus patrões, com as pessoas com quem eu trabalhei, tudo isso, de tudo restou um pouquinho, mesmo algumas coisas que restou lá da Bahia, de quando eu trabalhava na roça eu ainda uso até hoje, né, coisas boas, que dava pra tirar proveito eu usei. Não descartei nada nunca na minha vida.

S: O que o senhor aprendeu de bom quando o sr. estava lá na Bahia que o sr. aplica hoje?
A: Ser honesto, ser correto com as coisas, apesar de dificuldades que a gente tem em São Paulo, na atual circunstância, porque o que nós trabalhamos, nós fazemos é pra pagar imposto. O governo não dá muita oportunidade pra gente não, sabe? É sempre com a mão atrás e outra na frente, ou então como fala o caipira, sempre com o pé atrás, porque... a gente não tem muita oportunidade como tinha naquela época, porque se hoje tivesse as condições que tinha ha 25 anos, 30 anos atrás, as coisas seriam totalmente diferentes.

S: O seu Restaurante Andrade, 25 anos, ele já foi inaugurado neste prédio, neste endereço aqui na Arthur de Azevedo?
A: Quando eu .. quando eu abri aqui, porque eu tinha este boteco, abri o primeiro boteco lá na 9 de julho, num posto de gasolina, durante 4 anos eu fiquei lá. Aí eu fiz negócio lá e vim para a Av. Sumaré, fiquei num posto de gasolina mais 3 anos e meio, aí eu arrumei uns amigos e abrimos aqui um botequinho já com o nome Andrade, o primeiro boteco com o nome Andrade.

S: E quando o sr abriu o boteco com o nome de Andrade, já tinha esta característica, já tinha alguma coisa referente a esta decoração, este cardápio?
A: O cardápio é todo feito por mim, né? Todo, toda receita minha, tudo preparado por mim, ne, a decoração da casa e tudo. Quando eu abri aqui era pequenininho era poucas opções, mas eu já abri com comida típica nordestina. Foi o primeiro restaurante com comida típica nordestina e música em São Paulo.

S: Qual a capacidade do restaurante Andrade hoje?
A: 300 lugares.

S: Qual o número de funcionários que o sr. tem aqui, aproximadamente?

A: Deve ter uns 25, 30 funcionários.

S: E o horário de funcionamento da casa?
A: Trabalhamos no almoço de terça a domingo e trabalhamos no jantar de terça a sábado. De terça e quarta fechamos meia noite, uma hora, e de quinta até umas duas horas , três horas e de sexta e sábado até as quatro da manhã.

S: O restaurante sempre ofereceu música ao vivo?
A: Sempre. Foi o 1º restaurante de comida típica nordestina com música dançante, com ambiente familiar que eu tenho aqui, o 1º fui eu. Eu sou pioneiro no Brasil.

S: Quem que é o responsável pela decoração, você tem alguém...
A: Tudo foi eu que coloquei. Tudo quanto é prego que tem na parede aqui, eu coloquei prego, eu fui pendurando as coisas de acordo com as pessoas que me traz alguma lembrança, que vai viajar e me traz algum artesanato, alguma coisa, eu trago e vou pendurando aí e eu vou deixando.

S: Então é o seu bom gosto que está aqui...
A: E'... é uma coisa bem, tem que ser uma coisa bem típica, né, porque não pode ser... Como eu não faço uma ... um tipo de comida baseado só nas capitais, eu faço baseado (em) todo nordeste, a comida mais do interior do nordeste, então tem que ser uma decoração bastante rústica também.

S: E a origem dos objetos, pelo que o sr falou, são amigos que trouxeram pro senhor.
A: E'. Tem do Rio Grande do Sul até Manaus.

S: Então não tem só do NE?
A: Não, tem objetos do Brasil inteiro.

S: O Sr. se deu conta de como o seu restaurante ficou famoso? Quando isto aconteceu, porque que ele ficou tão famoso?
A: Quando eu abri aqui, eu tinha este pensamento comigo de abrir uma coisa diferente que não existia em lugar nenhum e no começo eu tive, assim, bastante ajuda do pessoal...Goulart de Andrade, trabalhava na Globo na época, Vanessa Kalil e a Paula Saldanha, faziam o Jornal Hoje e me entrevistaram aqui, Otávio Mesquita. Eu fui fazer muitas vezes comida no programa da Claudete Troiano, na TV Gazeta. Ofélia Anunciato, na Tv Bandeirantes. Enfim, todo este pessoal me deu uma grande força. O pessoal da editora Abril, revista Veja, Guia Quatro Rodas, pessoal do Estado da Folha, do Estado de São Paulo. Todo este pessoal me deu muita força, porque eu tinha um tipo... uma maneira de atender e de fazer as coisas diferente dos outros, então, eu acho que isto ajudou a criar este conhecimento porque eu fazia com que as pessoas sentissem que aqui era um lugar totalmente diferente, a comida.. eu que fazia.. eu sabia o...tudo o que ia no prato, como fazer, como... sabe, eu tinha confiança no que eu estava fazendo, que era uma coisa feita por mim mesmo, de coração.

S: O restaurante sofreu muitas alterações, do começo até agora? Eu acredito que ele não nasceu deste tamanho.
A: Não, quando eu abri tinha 32 lugares. Oito mesinhas com quatro banquetas cada uma. Chamava balança mais não cai.

S: O que chamava Balança mais não cai?
A: As banquetinhas e a mesa. Era tudo...Eu, eu tinha um jogo de toalha que trabalhava aqui durante o dia e a noite, a noite eu ia pra casa, lavava as toalhas, botava pra secar, vinha pra cá as 10 horas da manhã, passava as toalhas e botava na mesa pra trabalhar. E ia de ônibus pra casa, morava na Pompéia.

S: Hoje o sr tem conhecimento de que tipo de cliente o sr recebe aqui, que freqüenta o seu restaurante? Que cliente é este?
A: Do mundo inteiro. Pessoas do mundo inteiro, personalidades brasileiras, artistas, gente famosa, todo o mundo, inclusive eu não só recebi aqui como eu tenho até uma certa... um certo relacionamento com muita gente de rádio, televisão, políticos. Tenho bastante conhecimento nestes... lado aí.
S: E o sr. atribui esta sua popularidade a quê? Dos meios de comunicação vir procurá-lo, políticos, pessoas importantes, personalidades que procuram o sr e que ajudaram a projetar o seu restaurante?
A: Desde que eu trabalhava na roça...é a gripe aí do, do Canadá que ta vindo pra cá...desde que eu ,eu trabalhava na roça lá que eu vendia na cidade as coisas que o meu pai produzia lá na fazenda, desde os dez anos de idade eu trabalhava lá , eu levava as coisas pra vender lá na cidade no lombo de cavalo e de burro, né, ia pra cidade tocando as cargas pra vender lá, desde aquela época eu tive uma queda assim pro lado do comércio e mesmo quando eu tinha doze, treze anos de idade, quatorze, eu já tinha um grande conhecimento com as pessoas que moram numa cidade pequena, então aquelas pessoas agente se sentia diferente por que agente tinha outro tipo de vida e aquelas pessoas me procuravam pra pedir as coisas e eu levava pra vender. Então eu...é tanto que um dos fazendeiros, um dos homens mais ricos daquela época lá da Bahia, quando eu tinha treze anos de idade ele me levou pra trabalhar numa cidadezinha lá no sertão da Bahia, pra trabalhar com a família dele lá no...num armazém que eles tinham lá, por que eu tinha muita facilidade pra vender, pra cuidar das coisas, pra cuidar da higiene pra ser honesto, por que as pessoas as vezes gostava de por a mão no que não era deles e eu não admitia isso, então isso fazia com que...acho isso foi o...onde as pessoa ainda mais me procuraram, por que eu sempre fui aberto, sempre falei a verdade, sabe eu nunca usei falsidade no que eu faço e no que eu falo, eu falo abertamente doa a quem doer, se eu disser que...se eu tiver que dizer para alguém que você é bonita ou é linda eu digo. Lógico que se agente quiser fazer uma crítica que seja um pouco ofensiva agente tem que medir as palavras, né, mais agente tem que mais ou menos fazer com que a pessoa entenda que não esta sendo agradável, né?

S: Entre os seus clientes, tem clientes que são assíduos, freqüentam aqui há bastante tempo?
A: Ah, tem, tem. Eu tenho clientes do tempo que eu era copa de uma padaria. Tem um juiz que eu não lembro o nome dele, ele tinha, na época, 12, 13 anos de idade, ele ia comprar frios, ia comprar pizza na padaria e eu que atendia. Hoje ele é um juiz aqui do estado de SP, um desembargador muito famoso, um negrão e... ele veio aqui há uns dois anos atrás e nós fizemos contato, eu contei a história pra ele e ele chorou aqui na minha frente, ele ficou... eu também fiquei feliz em encontrá-lo

S: O Sr. percebe que entre os seus cliente tem muitos turistas, poucos turistas?
A: Tem, tem muito turista, né, apesar que... o pessoal hoje está dando mais preferência aos locais em shopping, em locais grandes aonde tem um...uma melhor segurança pra, pras pessoas se locomover. Tem medo de assalto, tem medo de seqüestro, tem medo dessas coisas todas. E apesar de aqui a gente nunca ter sofrido com isto, mas o pessoal tem medo de encarar este tipo de coisa. Então, não temos policiamento. A noite nós não temos policiamento na rua, então o que que a gente pode fazer? Vou pagar segurança pra gente e o pessoal, aí não tem condições pra isso, o restaurante não dá tanto lucro assim que a gente possa querer esnobar. Então... se você puder trabalhar e manter a tua vidinha ali, dentro do restaurante, fazendo o que se gosta você pode se sentir feliz.

S: E os seus clientes são nordestinos?
A: De toda parte do mundo. Eu já tive gente de toda parte do mundo aqui. Reis e rainhas e ministros e presidentes e artistas e cantores e enfim, muita gente.

S: Como que o sr. montou o cardápio que o sr oferece hoje? Com que critério, como o sr. escolheu o cardápio?
A: Eu... eu... quando eu fiz o 1º boteco, eu comecei, eu ia lá no Brás e... os baianos, todos os nordestinos todos iam pro Brás prá encontrar os amigos, aquele negócio todo e tinha lá um botecos lá que vendiam umas carnes de sol, lá no... uma carne de sol na chapa ou na brasa assim e a gente comia aquilo com cachaça, com cerveja e era uma delícia. Quando eu abri o 1º boteco, que foi o 1º dos botecos também, casa de batidas a pendurar frutas na... no balcão assim. Eu fui o 1º. Então, eu uma vez cismei de pegar um... uma carne de sol, e fiz uma farofa lá no boteco que eu tinha e ofereci para algumas pessoas e as pessoas começaram a gostar , aí eu comecei a fazer e daí eu comecei a usar o aipim, né, que a gente chama de macacheira, a carne... um pedaço de carne de sol com aipim cozido e assim foi e eu fui criando o cardápio. Quando eu abri... quando eu vim para a av Sumaré, aqui no Pachuca, eu já comecei a incrementar mais alguma coisa que aí eu tinha umas condições um pouco melhor e... eu comecei a inventar o pratos e com essa idéia aí do pessoal da mídia me dar muita força, né, o pessoal... Chico Anísio, o pessoal que era da rede Tupi de televisão, o próprio Silvio Santos, estes artistas tudinho, o pessoal da Globo, eu era o único boteco realmente que tinha aquele tipo de comida e aí começo a ter muita fama, e o pessoal me deu muita força com isso.

S:E eles davam opinião no cardápio?
A: Ah, eu sempre pedia opinião, eu fazia um prato, oferecia pra pessoa e a pessoa dizia pra mim se ta bom ou não ta e eu, de acordo com a opinião das pessoas eu fui fazendo. Aí quando eu abri aqui, eu fiz o meu próprio cardápio. Passou alguns tempo, eu tinha poucas opções aqui, eu fiz uma viagem aí pelo Brasil, fui até o Rio Grande do Sul, até Canela no Rio Grande do Sul, Paraná, Santa Catarina, depois foi Goiás e pra cá até o Ceará. Devo ter freqüentado aí em torno de 200 restaurantes e o último que comi foi baião de dois no Ceará que não tinha nada a ver com o que eu faço aqui. E chegando em SP, eu comentei com um amigo meu cearense que eu tinha comido baião de dois e que tinha achado horrível. Falou: Não Baião de dois você tem que ver a minha irmã que ensina você fazer, aí eu fui lá e ela falou pra mim assim: Olha, o baião de dois é feito assim, se você quiser mudar alguma coisa, você muda. Aí eu resolvi fazer aqui do meu jeito. Hoje o baião de dois, o melhor baião de dois cearense é comido aqui no Andrade.

S: Os seus pratos têm o seu toque, eles não são exatamente iguais ao do local de origem?
A: Não, não tem, não tem. Algum lugar que fizer o prato igual ao meu, aprendeu comigo.Nenhuma casa fez os prato com cardápio igual ao meu, ninguém faz. O meu tempero com a mesma qualidade, com a mesma higiene, com essas coisas ninguém faz. Faz uns pratos até melhor, não to querendo desfazer de ninguém, mas os meu prato aqui, se alguém faz é porque aprendeu comigo.

S: O Sr. ensina?
A: Ninguém servia mandioca frita em SP. Eu coloquei mandioca frita em SP. Ninguém servia baião de dois, eu coloquei, ninguém servia carne seca desfiada, eu coloquei, não tinha restaurante com carne de sol, eu fiz. Tinha casas baianas com moqueca de peixe, essas coisas, mas casa típica... casa típica com...aí eu criei um tipo de cardápio aonde não tinha realmente igual. Tem baião de doi, tem, mas o que eu faço é diferente. Tem carne de sol com macacheira com feijão de leite, tem, mas eu fiz num sistema diferente. Não decorei nenhum prato de ninguém. Até a minha própria moqueca de peixe que hoje agente chamamos de bobó de camarão, moqueca de peixe e /... lagosta, são feitas diferente e servida diferente de outros lugares.

S: O sr. ainda fica na cozinha?
A: Ainda fico na cozinha. Acabei de fazer um curso do sindicato com a nutricionista, que agora é uma exigência da prefeitura que o cozinheiro, fui eu e o meu cozinheiro, tenha conhecimento de higiene, manipulação, e armazenamento, essas coisas. Então, eu acabei de fazer este curso com uma nutricionista técnica do sindicato dos hotéis ... cidade de SP e vou receber o diploma autorizado a assinar as comidas que eu faço. Eu preparo, ponho na geladeira e assino a data que foi feito e data de vencimento, com conhecimento absoluto de que o que estou fazendo está certissimo. Basta eu olhar para a comida e eu sei que está boa ou não está.

S: Fora este curso., o sr fez algum outro curso? O sr. é um mestre da gastronomia, especificamente nordestino.
A: E', eu já dei receita de comidas em todos os canais, em todos programas de televisão de SP e...algumas coisas eu aprendi antes, como fazer doce, fazer pão, barman, maitre, garçon, mas o básico realmente foi assim, né, eu fui fazendo de acordo com o meu pensamento, e aprendendo as coisas né, e de repente... eu nunca estudei nada. Lá na Bahia, eu aprendi a escrever meu nome em letra de forma e vim embora pra cá. E eu cheguei e fui fazendo as coisas, tal, e aprendendo, fiz\, uma vez tentei fazer um curso pra acomodar uma equipe de 40 garçons num restaurante, tinha garçons que falava 4,5 idiomas e eu não sabia falar nem o português direito, porque nem escrever... Eu era o chefe deles e eles tinham que me obedecer. Eu tive que fazer um curso chamava Liderança, estratégia motivacional. E aí algumas coisas que eu fui fazendo, trabalhei na época no... na Tv Excelsior , canal 9, junto com o Paulo Rogério. Tinha um programa aos sábados que eu ia dar receitas de culinária e aí foi, isso em 1970. Depois em seguida eu fui pra... Trabalhar com a Claudete Troiano, na TV Gazeta, com a Clarissa Amaral, eu ia dar receitas de coquetéis, salgadinho, que sabia fazer cozinhas, empadinhas, tudo essas coisas. Eu metia a cara pra falar com as pessoas, eu não ficava me escondendo por trás não, sabe? Mas eu nunca estudei nada não.

S: O sr. escreve muito bem, porque o sr. já mostrou textos que o sr. escreve.

A: E', eu to... eu vou escrever um livro contando a história da minha vida e vou fazer uma 50, 60 receitas de pratos exóticos que eu vou homenagear pessoas, personalidades, amigos meus, pessoas de rádio e televisão, cantores, amigos políticos e... algumas namoradas também, não sei, que eu vou homenagear com esses pratos e.. tudo eu aprendi sozinho,mas eu cheguei em SP eu só sabia isso, eu...sabia fazer meu nome mais nada, ai eu fui lendo, fui aprendendo. Em 1965, 66 eu fui dispensado do exército e fui reconvocado como voluntário, fiquei em treinamento lá no parque D. Pedro, no quartel do exército durante uma temporada lá, como oficial voluntário, aí pedi pra sai porque não era a minha área, aí comecei a trabalhar em restaurante, garçon, cozinha, fui trabalhando e tal e as coisas foram mudando, eu fui querendo aprender, e fui, fui, fui e acabei indo participando de algumas coisas, entrei na maçonaria, que é muito difícil entrar na maçonaria, fui convidado, são 18 anos que eu to dentro da.. 17 anos que eu to na maçonaria. Eu sou cidadão paulistano, tenho título de cidadão paulistano e eu sou comendador pela academia de arte, cultura e história. Eu escrevo algumas coisas em homenagem a SP, faço, escrevo texto em jornal, revista Vejinha, jornal da Tarde. O pessoal me pede pra escrever um texto, eu escrevo. Se quiser escrever uma carta para o papa, pro presidente da república dos Estados Unidos, pro nosso presidente pra um ministro, pra um rei ou rainha, eu sei que vou escrever. Eu tenho tudo grava na minha cabeça, não pego dicionário, não pego nada, escrevo e mando.

S: Falando um pouquinho aqui do restaurante quais são os pratos mais vendidos aqui?
A: Carne seca desfiada com macacheira e baião de dois.

S: O baião de dois é aquele cearense?
A: O cearense. É carne de sol, carne seca desfiada e baião, são pratos os mais vendidos.

S: O que o sr acha que os clientes vêm procurar aqui no seu restaurante? É o atendimento direto do sr., é um determinado prato que é o mais vendido, é o espaço, a musica?
A: A minha comida, a maneira de fazer a minha comida, o tempero... o pessoal não faz igual, entendeu? Isso ajuda muito, mas eu acho que vai muito também da qualidade também. Nunca tive um problema aqui com cliente passar mal por causa de comida, nunca saiu sujeira em comida, comida estragada. Pode acontecer um acidente de cair uma sujeira na comida que nós estamos sujeitos que aconteça isso. Qualquer lugar, nos restaurantes mais chiques do mundo acontece isso, mas dependendo do cuidado nosso, o cliente chega aqui e come sossegado, não tem medo. Acho que isso, a confiança que o pessoal tem, chega aqui e eu convido para tomar uma pinguinha comigo, eu sento na mesa e conto piada, eu leio bastante coisa, eu estou por dentro das coisas, as pessoas perguntam as coisas pra mim e eu sei como responder, eu não gosto muito de política e futebol e religião, mas to por dentro. Eu leio, eu sei o que política, eu sei o que é religião, eu sou meio político porque agora nós estamos fazendo a fundação nacional dos nordestinos em São Paulo. Eu vou ser o vice-presidente junto com o deputado Campos Machado, vamos ser a maior associação de classe da América Latina, porque São Paulo é a maior cidade nordestina do Brasil, só no município de SP tem 3 milhões de nordestinos, então nós vamos tentar cadastrar no primeiro ano 500 mil nordestinos.

S: Eu quero estar no meio.

A: Você é nordestina também?

S: Eu sou filha. Filho de nordestino pode?
A: Aí cadastra seu pai ou sua mãe que aí você já está fazendo parte. Precisa nascer no NE pra fazer parte da ... é Associação Trabalhista de Apoio e Interesse dos Nordestinos em SP.

S: Quais são os seus principais concorrentes aqui do Restaurante Andrade?
A: Não tem concorrência. Hoje concorrência é só preço e comida mal feita, porque tem um montão de curioso abrindo boteco vendendo comida barata, comida por quilo e pratos feitos aí baratinho e a pessoa vai comer pra encher a barriga e trabalhar porque a própria situação não ta deixando com que as pessoas tenham lazer melhor, então quem antigamente vinha pro restaurante comer todo dia, agora não pode vir comer, não pode gastar 20,30 reais por dia, tem que gastar 8, no máximo 10. E os curiosos. A maior concorrência pra nós é...os curiosos que abrem restaurantes e vem pra vender comida de 5ª categoria e vender barato e os impostos são os maiores concorrentes que a gente tem. Temos fornecedores bons, temos clientes muito bons, funcionários bons, mas tem a parte desse lado aí que é complicado que se a gente não for artista você não consegue viver.

S: O Sr. fala muito na qualidade, na limpeza. Os ingredientes que o sr usa na composição dos seus pratos são lá do Nordeste? A carne seca, a farinha?
A: Não, não. O que vem do NE pra mim é farinha, queijo de qualho, manteiga, doces de... compotas de doces típicos do NE, o resto é tudo de SP. SP tem tudo.

S: Tirando a qualidade dos pratos, o sr. acredita que o seu atendimento, o Andrade, que dá uma atenção especial, que toma uma pinguinha com os clientes, seja um fator importante? As pessoas gostam de vir aqui por sua causa ou tanto faz?
A: Com certeza porque você pode ir num lugar e o cara te servir uma ótima comida, uma ótima bebida e tratar você mal e tiver a comida de graça, você não vai gostar. E por coincidência, as melhores comidas do Brasil está nos botecos, por incrível que pareça. Então, o atendimento, eu adoro quando as pessoas me tem carinho, sabe? Inclusive tem aqui na marginal tem ali dois botecos lá que chama Galinhada do Bahia e Galinhada do Dema. Eu chego lá e eles me beija, eles me abraçam, me põem no colo, faz a maior sacanagem comigo, mas porque pra mim eu to no céu. Então eu fiz isso. Eu gosto muito de fazer isto com as pessoas, brincar também porque, às vezes a gente encontra dificuldade porque a gente tem sócio na empresa, entendeu? E as pessoas acham que grosseria resolve, não resolve. Tem que ter educação, tem brincar com o cliente, tem que se dar alguma coisa em troca pra tomar o dinheiro do cliente. Porque o cliente vem aqui, vem trazer dinheiro pra mim, eu tenho que dar alguma coisa em troca pra ele, agora chega aqui eu vou ser uma puta de uma besta, grosseiro? Não pode. Eu tinha uns sócios, três sócios mineiros, eles não trabalhavam aqui dentro comigo, faziam a parte burocrática só, quem cuidava de tudo era eu, um deles... eu tive um desentendimento com um deles, tive que desfazer negócio e tal, troquei, botei outro sócio. Ele não sabe lhe dar com ninguém.

S: O Sr. tem um sócio hoje só?
A: Tem meu sobrinho que tem uma pequena partezinha, também, ta comigo, né? Mas ele não sabe lhe dar côn gente. Se depender dele a casa fali porque ele não

sabe agradar ninguém. Ninguém, ninguém, ninguém. Não cumprimenta ninguém, não tem educação, não tem nada.
E ele sabe disso que eu falo isso pra ele. Ele sabe lhe dar com jumento, mas com gente, não. Eu sei lhe dar côn gente. Eu beijo preto, branco, baixinho, feia, veia, seja quem for. Os cara chega aqui, vem aí negrão da... africano, de Angola. Eu conheço gente do mundo inteiro. Me abraçam, me dá beijo, me traz presente. O Mário Soares me mandou uma garrafa de bebida de presente agora no fim do ano. Ele, presidente de Portugal. Eu recebi charuto do Fidel Castro. Ele mandou pra mim lá de Cuba. Então porque? Porque que as pessoas fazem isso comigo e não é porque eu dou nada, agora acontece o seguinte, eu to tomando uma cachaça, eu recebo aqui muita coisa, é... isto eu to falando, querendo que grave pra você entender bem como são as coisas... os clientes, os fornecedores\ gostam muito de agradar os compradores, entendeu? E sempre me traz presente, eu to sempre ganhando presente pra dar, o cara me traz uma garrafa de cachaça que é uma delícia. Eu não guardo pra mim, eu abro e ... os amigos meus que vem aqui eu dou pouquinho, só um pouquinho que esta daqui eu tenho que dar pra um montão de gente. As pessoas recebem aquela dose de cachaça como fosse um brinde, um presente. Então eu recebo camisa de presente, caneta, relógio, wiskey, e coisas caríssimas que eu ganho de presente, perfume que eu ganhei da prefeita, enfim... num sei porque, eu acho que minha maneira de lhe dar com as pessoas é assim, eu não tenho restrições com ninguém, sabe, se o cara quer ser traficante, bandido, eu não gosto de estuprador, eu não gosto de traficante, sabe, desses matador, bandido eu não gosto, deles, sabe, não gosto mesmo, e se pintar na minha frente eu boto pra rodar. Mas... passando disso, se o cara quiser fumar maconha que fume, se o cara quiser ser viado que seja, se quiser ser sapatão, que seja, não mecha comigo mas eu respeito todo mundo. Desde que me respeite tudo bem, eu não tenho nada contra ninguém. Eu respeito as pessoas como ser humano. Eu já cheguei uma vez, tá trabalhando aqui e tinha uns clientes que vinham aqui e o cara foi dançar e o sapato dele abriu, ficou assim.. Eu fui em casa, peguei um sapato novo e dei de presente pra ele. Aí ele voltou aqui pra me devolver o sapato, eu falei: o sapato serviu pra você? Ele falou, direitinho, o mesmo tamanho certinho, eu falei, então é presente pra você. Aí, fim do ano, ele e a mulher dele pegou e me trouxeram um presente que valia 5 par de sapato. Quer dizer, eu ganhei os amigos e ganhei mais o presente que eles me deram, porque ele achou que o sapato não era nada, era um sapato, mas eu saí fui em casa buscar e trouxe pra ele e deu certinho no pé dele, então este é um tipo de coisa que as pessoas falam assim, pô, mas porque você fez isto? Eu falei, porque eu tava trabalhando aqui... fiz amizade e, eu conheci o Chico Anísio, aí eu fiz amizade, mais pré frente fiz amizade com Hans Doner, Isadora Ribeiro...

S: Os seus garçons, eles são na maioria nordestinos, como dá pra perceber. Eles tem origem em vários estados, tem alguma preferência? É um pré-requisito?
A: Não, não tem, não tem preferência nenhuma, não. Foi feito uma pesquisa que os grande cozinheiros brasileiros são todos nordestinos, o Ceará tem bastante gente interessante nesta área, eles são um povo bastante educados, esforçados pra trabalhar, os que eu conheci até hoje foram sempre muito honestos comigo, então eu não to tendo preconceito com ninguém de outros estados, inclusive da Bahia, mas meu relacionamento com portugueses e cearenses até hoje foi muito bom.

S: E na cozinha, o sr. tem quantos cozinheiros? Tem ajudante de cozinha?
A: Tenho 3 cozinheiros e 4 ajudantes. Os cozinheiros aprenderam comigo. Eles nunca... não sabiam nem fazer arroz, fui eu que ensinei.

S: As pessoas pra trabalharem no restaurante Andrade tem que ter que perfil? Quais os pré-requisitos? Precisa saber ler e escrever?
A: Precisa saber ler e escrever, precisa ter educação, precisa ser honesto, porque eu não gosto de ladrão, tem que ser limpo porque eu não gosto de sujeira, enfim... tem várias coisas que é necessário. Não precisa ser chique não, a pessoa simples, mas ter educação, que seja honesto, que seja correto, que saiba lhe dar com gente, né? Porque como você perguntou pra mim sobre ... se hoje existem garçons profissionais. Existiam garçons profissionais, que eu fui garçons profissional, eu fui maitre, no tempo em que se fazia serviço de réchaud e que os restaurantes trabalhavam muito em São Paulo, então tinha garçons assim de alto gabarito, falavam idiomas, esse negócio todo. Hoje não tem mais, hoje tem carregador de prato, trabalhando em fast food, pizzaria, tem alguns que tem muito boa vontade, mas a própria situação não deixa o cara crescer, então.. .mas não tem mais profissional como tinha antigamente, não, sabe? Pintou muito curiosos no meio, carregador de bandeja, e... atendimento mesmo de garçon, pra chegar e dizer um atendimento perfeito, conhecedor das coisas como eu aprendi sozinho todas as regras dentro de um restaurante, que eu fui maitre, decorador de buffet, cozinheiro, garde manger, é... uma palavra francesa, garde manger quer dizer um especialista em saladas e etiquetas, então hoje não tem mais isso, as pessoas não... não se esforça mais pra dar um atendimento especial a um cliente , a uma cliente.

S: Os garçons são entrevistados pelo sr. ou tem alguém que faz isso? Como que é a seleção, como alguém vem trabalhar aqui?
A: Não, a maior parte deles começou lavando prato e foi mudando, foi mudando e... chegaram a garçon. Eu fui ensinando eles e coloquei como garçon.

S: Eles têm em média, quanto tempo de casa? O mais novo tem quanto tempo de casa, o mais velho?
A: Tem uns que faz extra aqui de fim de semana, tem pouco tempo, mas ... eu tenho funcionário ai,um cearense, dois irmãos que trabalha comigo há mais de 30 anos. Tenho outro o copa, o barman, que trabalha comigo há 36 anos. O cozinheiro é meu primo de segundo grau, a caixa...

S: Eles aprendem tudo na prática ou tem um período de treinamento?
A: Não, não, agente vai ensinando e vai colocando e vai mandado ver. As pessoas que trabalham aqui comigo... se ele sai daqui, pré esses que entraram aqui que eu ensinei a trabalhar aqui, esses cozinheiros mesmo, ele não sabe ser cozinheiro em outro lugar, não tem como, só se ele fizer a mesma comida que faz aqui, porque ele não sabe fazer mais nada. Ele não sabia nem fazer arroz, fui eu que ensinei.

S: O sr. tem manobrista aqui?
A: Tem manobrista.

S: Que trabalha só final de semana?
A: Não tem manobrista todos os dias, direto.

S: O nível de escolaridade dos seus funcionários, o sr sabe? É um pré-requisito que eles tenham até 8ª série ou isto não importa?
A: Eu devo ter um que tem o 2º grau, tirando a minha sobrinha que trabalha no escritório que tem 2º grau completo, a outra do caixa que fez a 8ª série, meu sobrinho também acho que fez a 8ª série, este que tem uma pequena parte na

sociedade, e tem uns outros aí que sabe escrever o nome do...., a maior parte é analfabeto mesmo. O meu sócio mesmo é analfabeto totalmente.

S: Ele é da onde?
A: Do Pernambuco. Não deveria falar assim dos outros, mas ele é legal. Mas eu não sei mentir.

S: Bom. Sr. Andrade, eu agradeço a entrevista que o senhor está me cedendo.

Apêndice B

Apêndice C

Sou aluna do curso de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi e gostaria de contar com a sua colaboração para a pesquisa que desenvolvo sobre os nordestinos na cidade de São Paulo.

Data: ___/___/___ - dia da semana :_____ - Horário: ( ) almoço ( ) jantar

1) O (A) sr.(a) costuma freqüentar restaurantes? ( ) Sim ( ) Não

2) O (A) sr.(a) costuma freqüentar restaurantes típicos? ( ) Sim ( ) Não

3) Sendo esta a primeira vez que o senhor vem ao Restaurante Andrade, ao chegar ao restaurante a sua impressão foi: ( ) agradável ( ) desagradável ( ) Outra. Qual?

4) Como o sr. tomou conhecimento do Restaurante Andrade?

( ) por revista
( ) indicação de amigo
( ) outros meios. Qual? _____

5) O que o motivou a vir a este Restaurante?

( ) negócios
( ) lazer
( ) culinária típica
( ) curiosidade
( ) outros. Qual? _____

6) O que o(a) senhor(a) considera como nordestino no Restaurante Andrade?

( ) comida
(...) dança
( ) música
(. ) decoração
( ) ambiente
(...) todos os itens citados
( ) não sei informar
( ) outros

7) O Sr(a) vem ao Restaurante Andrade:

( ) sozinho
( ) com amigos
( ) com namorado(a)
( ) com a família
( ) com clientes

8) Com que freqüência o(a) sr(a). vem ao Restaurante Andrade?

( ) esta é a primeira vez que venho a este restaurante
( ) duas vezes por semana
( ) uma vez por semana
( ) uma vez por mês
( ) uma vez por ano
( ) menos de uma vez por ano

9) Não sendo a primeira vez que o(a) sr(a). vem a este restaurante, o que o fez voltar?

( ) o ambiente
( ) o atendimento
( ) a comida
( ) a dança

( ) os freqüentadores
( ) a música
( ) o fato de ser típico nordestino
( ) outros. Qual?_____

10) Assinale o espaço conforme os itens abaixo lhe agradam:

| | aprecio muito | aprecio | Aprecio mais ou menos | Não aprecio |
|---|---|---|---|---|
| O ambiente | | | | |
| O atendimento | | | | |
| A comida | | | | |
| A dança | | | | |
| Os freqüentadores | | | | |
| A música | | | | |
| O preço | | | | |

11) Dentre os funcionários que o atenderam, incluindo o Sr. Andrade, qual foi mais atencioso?
( ) o garçon da mesa
( ) o garçon da mesa ao lado
( ) o Sr. Andrade
( ) todos
( ) ninguém

12) Qual a sua naturalidade?
( ) São Paulo, capital

( ) Interior do estado de São Paulo
( ) Outro estado. Qual? _____
( ) Outro país. Qual? _____

13) Qual a sua relação com os nor destinos
( ) Sou nordestino
( ) Sou filho de nordestino
( ) Tenho afinidade
( ) Outros. Qual? _____
(...) Não respondeu

14) Qual o local da sua moradia?
( ) São Paulo, capital
( ) Interior do estado de São Paulo
( ) Outro estado. Qual?_____
( ) Outro país. Qual?_____

15)Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino

16) Faixa etária:
( ) 15 a 19 anos incompleto
( ) 20 a 29 anos
( ) 30 a 39 anos
( ) 40 a 49 anos
( ) 50 a 60 anos
( ) acima de 60 anos

17) Graus de escolaridade
( ) 1º grau / ensino fundamental

( ) 1º grau ensino fundamental completo
( ) 2º grau / ensino médio incompleto
( ) 2º grau ensino médio completo
( ) superior incompleto
( ) superior completo
( ) pós-graduação

18)Nível de renda
( ) até R$ 1.500,00
( ) de R$ 1.501,00 a R$ 3.000,00
( ) de R$ 3.001,00 a R$ 4.500,00
( ) de R$ 4.501,00 a R$ 6.000,00
( ) acima de R$ 6.000,00

Obrigada pela sua colaboração.

| APÊNDICE D | | | |
|---|---|---|---|
| | | | |
| **Resultado final da pesquisa no Restaurante Andrade** | | | |
| | | | |
| **1) O (A) sr.(a) costuma freqüentar restaurantes?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Sim | 202 | 164 | 38 |
| Não | 12 | 7 | 5 |
| Não respondeu | 5 | 5 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **2) O (A) sr.(a) costuma frequentar restaurantes típicos?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Sim | 166 | 137 | 29 |
| Não | 45 | 32 | 13 |
| Não respondeu | 8 | 7 | 1 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **3) Sendo esta a 1ª vez que o(a) sr(a) vem ao Rest Andrade, ao chegar a sua impressão foi:** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Agradável | 57 | 18 | 39 |
| Desagradável | 0 | 0 | 0 |
| Outras | 10 | 8 | 2 |
| não é primeira vez por isso não respondeu | 152 | 150 | 2 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **4) Como o(a) senhor(a) tomou conhecimento do Restaurante Andrade?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Revista | 10 | 7 | 3 |
| Indicação de amigo | 179 | 143 | 36 |
| Outros | 19 | 15 | 4 |
| Não respondeu | 11 | 11 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **5) O que o motivou a vir a este restaurante?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Negócios | 4 | 3 | 1 |
| Lazer | 65 | 52 | 13 |
| culinária típica | 75 | 59 | 16 |
| Curiosidade | 25 | 21 | 4 |
| Outros | 24 | 19 | 5 |
| não respondeu | 26 | 22 | 4 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |

| **6) O que o(a) senhor(a) considera como nordestino no Restaurante Andrade?** | | | |
|---|---|---|---|
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Comida | 40 | 35 | 5 |
| Dança | 16 | 14 | 2 |
| Música | 28 | 24 | 4 |
| Ambiente | 9 | 9 | 0 |
| Decoração | 5 | 5 | 0 |
| Atendimento | 12 | 12 | 0 |
| todos os itens citados | 103 | 77 | 26 |
| não sei informar | 6 | 0 | 6 |
| Outros | 0 | 0 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **7) O(A) senhor(a) vem ao Restaurante Andrade:** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Sozinho | 14 | 13 | 1 |
| com amigos | 74 | 47 | 27 |
| com namorado(a) | 56 | 54 | 2 |
| com a família | 68 | 56 | 12 |
| com clientes | 7 | 6 | 1 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **8) Com que frequência o(a) senhor(a) vem ao Restaurante Andrade?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| esta é a primeira vez que venho a este restaurante | 67 | 28 | 39 |
| duas vezes por semana | 17 | 17 | 0 |
| uma vez por semana | 20 | 20 | 0 |
| uma vez por mês | 46 | 45 | 1 |
| uma vez por ano | 46 | 43 | 3 |
| menos de uma vez por ano | 22 | 22 | 0 |
| Não respondeu | 1 | 1 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **9) Não sendo a 1ª vez que o(a) senhor(a) vem a este restaurante, o que o(a) fez voltar?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| o ambiente | 3 | 3 | 0 |
| o atendimento | 8 | 8 | 0 |
| a comida | 36 | 34 | 2 |
| a dança | 23 | 21 | 2 |
| os freqüentadores | 2 | 2 | 0 |
| a música | 27 | 27 | 0 |
| o fato de ser típico nordestino | 13 | 13 | 0 |
| todos os motivos acima | 40 | 40 | 0 |
| não respondeu | 11 | 11 | 0 |
| é a primeira vez que venho a este restaurante | 56 | 17 | 39 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |

| **10) Apreciação dos clientes** | | | |
|---|---|---|---|
| **o ambiente** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| aprecia muito | 102 | 76 | 26 |
| Aprecia | 88 | 76 | 12 |
| aprecia mais ou menos | 14 | 10 | 4 |
| não aprecia | 4 | 3 | 1 |
| não respondeu | 11 | 11 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **o atendimento** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| aprecia muito | 96 | 75 | 21 |
| Aprecia | 103 | 83 | 20 |
| aprecia mais ou menos | 3 | 3 | 0 |
| não aprecia | 3 | 2 | 1 |
| não respondeu | 14 | 13 | 1 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **a comida** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| aprecia muito | 121 | 93 | 28 |
| aprecia | 69 | 57 | 12 |
| aprecia mais ou menos | 12 | 11 | 1 |
| não aprecia | 1 | 0 | 1 |
| não respondeu | 16 | 15 | 1 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **a dança** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| aprecia muito | 117 | 93 | 24 |
| Aprecia | 62 | 54 | 8 |
| aprecia mais ou menos | 19 | 14 | 5 |
| não aprecia | 3 | 3 | 0 |
| não respondeu | 18 | 12 | 6 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **os freqüentadores** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| aprecia muito | 53 | 43 | 10 |
| Aprecia | 103 | 79 | 24 |
| aprecia mais ou menos | 22 | 19 | 3 |
| não aprecia | 4 | 3 | 1 |
| não respondeu | 37 | 32 | 5 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **a música** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| aprecia muito | 114 | 89 | 25 |
| aprecia | 67 | 56 | 11 |
| aprecia mais ou menos | 20 | 16 | 4 |
| não aprecia | 4 | 4 | 0 |
| não respondeu | 14 | 11 | 3 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |

| **o preço** | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
|---|---|---|---|
| aprecia muito | 13 | 11 | 2 |
| aprecia | 47 | 35 | 12 |
| aprecia mais ou menos | 87 | 74 | 13 |
| não aprecia | 44 | 34 | 10 |
| não respondeu | 28 | 22 | 6 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **11) Dentre os funcionários que o atenderam, incluindo o Sr. Andrade, qual foi mais atencioso?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| o garçon da mesa | 102 | 81 | 21 |
| o garços da mesa ao lado | 2 | 1 | 1 |
| o Sr. Andrade | 30 | 28 | 2 |
| Todos | 78 | 61 | 17 |
| Ninguém | 2 | 1 | 1 |
| não respondeu | 5 | 4 | 1 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **12) Qual a sua naturalidade?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| São Paulo, capital | 99 | 94 | 5 |
| interior do estado de São Paulo | 29 | 19 | 10 |
| outro estado | 82 | 59 | 23 |
| outro país | 9 | 4 | 5 |
| não respondeu | 0 | 0 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **13) Qual a sua relação com os nordestinos?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| sou nordestino | 50 | 37 | 13 |
| sou filho de nordestino | 73 | 63 | 10 |
| sou neto de nordestino | 24 | 24 | 0 |
| tenho afinidade | 45 | 26 | 19 |
| outros. Qual? | 12 | 11 | 1 |
| não respondeu | 15 | 15 | 0 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **14) Qual o local da sua moradia?** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| São Paulo, capital | 176 | 176 | 0 |
| Interior do estado de São Paulo | 15 | 0 | 15 |
| Outro estado. Qual? | 21 | 0 | 21 |
| Outro país. Qual? | 7 | 0 | 7 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **15) Sexo** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| Masculino | 114 | 85 | 29 |
| Feminino | 105 | 91 | 14 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **16) Faixa etária:** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| 15 a 19 | 8 | 7 | 1 |
| 20 a 29 | 39 | 28 | 11 |
| 30 a 39 | 48 | 32 | 16 |
| 40 a 49 | 63 | 54 | 9 |
| 50 a 59 | 45 | 41 | 4 |
| 60 ou mais | 16 | 14 | 2 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **17) Grau de escolaridade** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| 1º grau / ensino fundamental incompleto | 6 | 5 | 1 |
| 1º grau / ensino fundamental completo | 7 | 7 | 0 |
| 2º grau / ensino médio incompleto | 15 | 14 | 1 |
| 2º grau / ensino médio completo | 44 | 35 | 9 |
| superior incompleto | 36 | 27 | 9 |
| superior completo | 65 | 53 | 12 |
| pós-graduação | 46 | 35 | 11 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |
| | | | |
| **18) Nível de renda** | | | |
| | **Total** | **Mora SP** | **Não mora SP** |
| até 5 salários mínimos | 37 | 30 | 7 |
| de 5 a 10 salários mínimos | 42 | 32 | 10 |
| de 10 a 15 salários minimos | 24 | 20 | 4 |
| de 15 a 20 salários mínimos | 28 | 24 | 4 |
| acima de 20 salários mínimos | 70 | 56 | 14 |
| não tem renda | 2 | 0 | 2 |
| não respondeu | 16 | 14 | 2 |
| **Total** | **219** | **176** | **43** |

# ANEXOS

Anexo A – Cardápio do Restaurante Andrade