

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
MARIA CLÁUDIA GAVIOLI**

**A HOSPITALIDADE DA CENA GASTRONÔMICA
EM AMBIENTES DOMÉSTICOS**

São Paulo

2019

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
MARIA CLÁUDIA GAVIOLI**

**A HOSPITALIDADE DA CENA GASTRONÔMICA
EM AMBIENTES DOMÉSTICOS**

Dissertação de Mestrado apresentada à banca examinadora como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre, na área de concentração Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação da Professora Dra. Sênia Regina Bastos.

São Paulo

2019

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
MARIA CLÁUDIA GAVIOLI**

**A HOSPITALIDADE DA CENA GASTRONÔMICA
EM AMBIENTES DOMÉSTICOS**

Dissertação de Mestrado apresentada à banca examinadora como exigência parcial para a obtenção do título de Mestre, na área de concentração Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação da Professora Dra. Sênia Regina Bastos.

Aprovado em ____/____/____

Profª Drª Sênia Regina Bastos /
Orientadora / UAM (SP)

Profª Drª Maria Henriqueta G. Minasse /
UAM (SP)

Profª Drª Maria Izilda Santos de Matos/
PUC-SP

DEDICATÓRIA

Para Maria Salgado

AGRADECIMENTOS

Agradeço principalmente à querida professora Sênia Bastos, minha orientadora, por quem minha admiração só cresceu desde o primeiro contato que tivemos. Sinto-me realmente privilegiada por esse convívio.

Agradeço ao meu amor, Silas Guerriero, por facilitar tanto a minha trajetória.

Agradeço à Universidade Anhembi Morumbi pela hospitalidade. Os colegas, professores e empregados dessa instituição me deram a oportunidade de compreender o senso de pertencimento. A todos retribuo com amor.

Meus especiais agradecimentos à Rita Cristina Gavioli, minha irmã e comadre, que me ensinou a ler abrindo-me as portas do mundo, e à Solange Monteiro, admirável jornalista e amiga em qualquer tempo e circunstância. Ambas revisaram ortográfica e gramaticalmente esta dissertação. E à Fabíola Ditomaso, pelo socorro preciso na revisão do texto em inglês.

Agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo essencial apoio financeiro.

Finalmente, agradeço aos meus entrevistados desta pesquisa pela disponibilidade e pelas valiosas contribuições às minhas reflexões sobre o sentido da hospitalidade.

RESUMO

Essa dissertação refere-se à cena do ritual que transcorre à mesa quando pessoas se sentam juntas para compartilhar uma refeição e à experiência de quem encena um papel diante de seus convivas. Tem como objetivo geral descrever e caracterizar a cena gastronômica como um ritual de hospitalidade e comensalidade em ambientes domésticos. Para isso, frente a uma perspectiva comercial, propõe identificar os atores e protagonistas das cenas hospitaleira e gastronômica; descrever o ambiente doméstico e mostrar como a hospitalidade está presente na narrativa de novos negócios de comensalidade promovidos por *sites* de compartilhamento de refeições. Esta pesquisa qualitativa de caráter exploratório e descritivo referencia-se teoricamente a partir dos conceitos de hospitalidade e comensalidade que tratam do vínculo, do encontro hospitaleiro e da cena gastronômica, no que se refere às relações entre anfitriões e hóspedes, suas motivações, anseios e posturas frente a regras tácitas e explícitas do ritual à mesa que tem caráter simbólico, identitário e de transcendência. Este estudo realizou-se por meio de pesquisa documental e bibliográfica; pesquisa etnográfica com observação participante e realização de entrevistas; com respectiva análise de conteúdo. Como resultado, caracteriza a cena gastronômica da qual participam *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais como um ritual da comensalidade em ambientes domésticos e oferece uma nova perspectiva para os estudos da hospitalidade diante dos novos negócios promovidos na *internet* como os dos *sites* de compartilhamento de refeições.

Palavras-chave: Hospitalidade. Comensalidade. Cena Gastronômica. Ritual. *Sites* de Compartilhamento de Refeições.

ABSTRACT

This dissertation refers to the ritual scene that takes place when people sit together to share a meal and the experience of someone staging a role in front of their guests. Its general objective is to describe and characterize the gastronomic scene as a ritual of hospitality and commensality in domestic environments. To that end, against a commercial perspective, it proposes to identify the protagonists; to describe the environment and to show how hospitality is present in the narrative of new businesses related to commensality promoted by meal sharing websites. This qualitative exploratory and descriptive research is theoretically based on the concepts of hospitality and commensality that deal with the bond between people, the friendly meeting and the gastronomic scene, when it comes to relations between hosts and guests, their drives, expectations and attitudes in the event of implied and explicit rules of the ritual at the table, which have symbolic, identity and transcendence character. This study was carried out through documentary and bibliographical research; ethnographic research with participant observation and interviews; and content analysis. As a result, it characterizes the gastronomic scene as a ritual of commensality in domestic settings, attended by *chefs*-hosts and guests-diners and offers a new perspective for hospitality studies in the face of the new businesses boosted on the internet such as the meal sharing websites.

Keywords: Hospitality. Commensality. Gastronomic scene. Meal sharing *sites*. Ritual.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Matérias.....	35
Quadro 2 – Sujeitos da Pesquisa.....	46
Quadro 3 - <i>Sites</i>	52

SUMÁRIO

Apresentação	6
Introdução	9
Capítulo 1 – Da porta pra dentro: transposta a soleira.....	14
1.1 Dádiva	14
1.2 Hospitalidade	16
1.3 Comensalidade	19
1.4 Regras da hospitalidade. Regras na comensalidade	21
1.5 Rituais	22
1.6 Cena hospitaleira e cena gastronômica	24
1.7 A Construção social do gosto.....	26
1.8 Motivos para a hospitalidade.....	28
Capítulo 2 – Percurso Metodológico da Pesquisa.....	32
2.1 Pesquisa bibliográfica e documental.....	34
2.2 Mapeamento dos <i>sites</i> de compartilhamento de refeições	37
2.3 Pesquisa Etnográfica	39
2.3.1 Observação participante	40
2.3.2 Roteiros para pesquisa semiestruturada	41
2.3.3 Entrevistas	44
2.4 Análise de conteúdo.....	47
Capítulo 3 – <i>Sites</i> e Entrevistas com Empreendedores	50
3.1 <i>Sites</i> de compartilhamento de refeições	50
3.2 Entrevistas com donos de <i>sites</i>	56
Capítulo 4 – Cena da Hospitalidade.....	61
4.1 Os atores da cena: <i>chefs</i> -anfitriões e hóspedes-comensais	67
4.2 Ambiente doméstico.....	71

Capítulo 5 – Cena gastronômica	89
5.1 Ritual e Encenação	90
5.2 A marcação da cena gastronômica.....	91
5.2.1 Recepcionar.....	92
5.2.3 Entreter	118
5.2.4 Despedida.....	120
Considerações finais	122
Referências	125
Apêndice A – Roteiro de entrevista para anfitrião	132
Apêndice B – Roteiro de Entrevista para Participante.....	132
Apêndice C – Roteiro de Entrevista para Empreendedor.....	132

APRESENTAÇÃO

Era uma vez...

Assim começam as narrativas, os contos que permeiam onipresentemente qualquer grupo social.

A cena que se vai contar aqui é a do ritual que ocorre à mesa quando pessoas se sentam juntas para comer: a comensalidade. Uma narrativa sobre a experiência de quem encena um papel diante de seus convivas.

Tudo pode começar com um convite do anfitrião para pessoas de sua consideração ou de seu interesse, isso vai depender de suas motivações. Quem convida espera que seu convite seja aceito. A recusa pode constranger, de modo que a resposta, como esperado, é positiva. Compromisso definido, data e hora marcadas, ambos, anfitrião e convidado, cada qual ao seu modo, se preparam para o ritual de que participarão. O local é o lugar da hospitalidade. Neste caso, a casa onde vive o anfitrião. Por isso, ele é o responsável pelas regras a serem cumpridas de parte a parte, embora conheça os traços da alteridade e saiba que seu controle é limitado diante do outro. À espera de seu convidado, com o tempo devidamente calculado, a ele cabe providenciar tudo o que se relaciona ao preparo da ceia: menu, enxoval, ambientação, indumentária, convites a outros convidados, definição dos lugares à mesa, temas de conversas e amenidades. Ao convidado cabe a honra de atender-lhe o convite. De preferência, levar-lhe um mimo material que represente gratidão pelo que lhe é oferecido e que, sem vacilo algum, deve ser aceito de bom grado.

Transposta a soleira, encontram-se anfitrião e convidados. Trocam cordiais cumprimentos e falam amenidades sobre o tempo, o percurso, a beleza do espaço e a alegria de se reunirem. Antes que tomem seus lugares à mesa, anuncia-se uma pequena condescendência para com os que, sem culpa, se atrasam, vítimas do tráfego imprevisto. Todos se sentarão ao mesmo tempo.

É chegada a hora de todos, atentos às instruções sobre os lugares planejados para cada um, se posicionarem à mesa que, nesta narrativa, é oval. Despojadamente arrumada com uma singela toalha de linho bordada, presente da avó da dona da casa que veio no baú de seu enxoval, sobre a qual estão dispostos os pratos, talheres, copos e guardanapos.

Frente a frente, sentam-se os casais; lado a lado, intercalados, gêneros opostos, tanto quanto é possível. Nas extremidades, os anfitriões.

Enquanto se assentam, falam sobre como lhes agrada a voz feminina que canta ao fundo. A música não está alta, vem do aparelho de som que toca em volume razoável, o suficiente para que as pessoas ali reunidas possam reconhecer aquela voz de um grupo recém-descoberto (graças a Deus, não pela grande mídia).

Da cozinha vem o aroma instigante do assado que em breve será degustado. Antes dele, drinques, entradinhas e uma salada, porque é verão. Fosse inverno, se serviria uma sopa quente. Seguem ao prato principal, preparado especialmente pelo anfitrião, que deixou o cordeiro em marinada por longas doze horas.

A cena transcorre como o esperado, quase um *script*. Entre falar da comida, de viagens, e mais comidas, fala-se também das uvas preferidas para os vinhos e de cervejas encorpadas. Não são permitidos excessos. Se o assunto tender a alguma polêmica que possa constranger convidados pouco alinhados em assuntos políticos ou sociais, o anfitrião cuidará de retomar a conversa, tratando da próxima garrafa que se vai abrir para comemorar esta convivência entre pessoas de interesses comuns.

A sobremesa vem quando já se aproxima o fim do jantar. Todos degustam com parcimônia, porque os doces devem ser assim apreciados. Em seguida, se serve o café, os licores e os biscoitinhos de araruta, uma especialidade feita pessoalmente por uma das convidadas para a ocasião, em vista de conhecer o paladar de seus anfitriões.

Terminada a refeição, aos que fumam, está reservada uma área na varanda. Aos demais, um pouco mais de prosa, em que surgem recomendações sobre filmes e livros imperdíveis ou lugares turísticos recentemente visitados.

Quando se despedem, convidados e anfitriões trocam novamente honras. Surge a promessa de um convite em retribuição à deliciosa comida que lhes foi servida e à noite agradável proporcionada.

Na mesma noite ou nos dias seguintes, os participantes da cena publicam nas redes sociais fotos e comentários sobre o jantar que compartilharam e trocam entre si, no grupo recém-criado, mensagens sobre o encontro.

Comensais elogiam e agradecem, mais uma vez, a acolhida. Eles agora estão em dívida com seus anfitriões. Em breve, devem retribuir a cortesia.

INTRODUÇÃO

Este trabalho refere-se à cena do ritual que transcorre à mesa quando pessoas se sentam juntas para comer e à experiência de quem encena um papel diante de seus convivas. O tema dessa dissertação é a hospitalidade em uma de suas dimensões, a “comensalidade – etimologicamente, o nome da prática de comer à mesma mesa” (WISE, 2011, p. 82). Ele foi desenvolvido por meio de pesquisa de abordagem qualitativa com método exploratório e descritivo, e seu objeto de estudo é a cena gastronômica que ocorre em apartamentos, casas ou espaços próprios de cozinheiros (*chefs-anfitriões*) amadores ou profissionais que promovem seus menus em *sites* de compartilhamento de refeições ou em suas redes sociais para que clientes (hóspedes-comensais) compartilhem experiências gastronômicas à mesa em ambientes que não são restaurantes.

Esta pesquisa se justifica porque contribui para a área da hospitalidade, ao identificar na cena gastronômica dos ambientes domésticos de *chefs-anfitriões* os elementos correspondentes à comensalidade como dimensão da hospitalidade. Partindo do ato de transpor a soleira em busca de acolhimento, pertencimento ou de uma identidade ou posição, mediante (ou não) condicionantes sociais e distintivas, no ritual que se encena à mesa estão presentes elementos constitutivos e fundamentadores das reflexões sobre a hospitalidade. Sem excluir a vivência e o interesse pessoal, esse estudo começa com uma observação de novos negócios de comensalidade que despontam na *internet* e nas redes sociais, mas que, para serem concretizados, dependem da interação entre pessoas na vida real, fato que amplia as perspectivas para novos estudos e abordagens da hospitalidade, especialmente, diante da escassez de material teórico referente ao tema e a importância identificada do fenômeno na realidade prática.

O ato mais simbólico da hospitalidade refere-se à mitologia de Hermes e Héstia que representam, respectivamente, o que chega e a que acolhe. Eles se encontram no momento de transpor a soleira. Analogamente, trata-se da ação de deslocar-se até a casa de um *chef-anfitrião* e ser por ele acolhido com uma refeição especialmente preparada. O que ocorre a partir daí é a caracterização da cena hospitaleira e, por conseguinte, da cena gastronômica.

O conceito de hospitalidade parte da compreensão do que é a dádiva (dar, receber e retribuir), identificada por Mauss (1974) a partir das trocas sociais, passando às abordagens dos que tratam o tema da hospitalidade em si como Camargo (2015), Montandon (2011), Grassi (2011), Gotman (2009), Pitt-Rivers (2012) e Telfer (2004).

Como se refere a comensalidade, Boutaud (2011) abre frentes diversas, não excludentes e complementares, sobre o significado e a caracterização do ato de comer junto. O autor elabora “o peso simbólico da comensalidade, como construção do laço social e identitário” (BOUTAUD, 2011, p. 1221) levando à reflexão sobre o caráter ritual da cena gastronômica, cuja compreensão se buscou nesta pesquisa. Ao discorrer sobre os eixos de humanização horizontal (de coesão e agregação) e vertical (hierárquico e transcendente) da comensalidade, amplia o horizonte da pesquisa ao indicar que seu objeto se caracteriza nas relações sociais que ocorrem à mesa, portanto, estimula a reflexão sobre o que motiva anfitriões e comensais a se sentarem juntos, voluntariamente, para compartilhar a comida. Sugere que os indivíduos se movem em busca de transcendência e de reconhecimento social.

A reflexão sobre o que motiva a comensalidade em ambientes domésticos se adensa diante da “ordem simbólica das distinções significantes” de que trata Bourdieu (1983, p. 166). A distinção é tida como um fator que motiva os que participam da cena gastronômica, uma vez que há três maneiras que levam as pessoas a se distinguir: alimentação, apresentação (vestuário) e cultura (BOURDIEU, 2007, p. 174) e, todas elas, de algum modo, estão contempladas neste estudo. Bourdieu (1983), ao definir o *habitus*, conduz ao entendimento de como se dá a formação do gosto de classes e estilos de vida, sem se deixar tomar pela ingenuidade de que se trata de uma decisão pessoal e individual. (BOURDIEU, 1983, p. 60–65)

Essa pesquisa se apropria do que Bourdieu (1983, p.85) analisa dos gostos de classe e estilos de vida para caracterizar a distinção que ocorre em função de valores ideológicos que, por serem muito arraigados, parecem naturais, mas são o resultado de uma estrutura pré-existente que a própria cultura de classes reforça.

Bourdieu (2007) se refere à comida, ao gosto e às formas de distinção social, contudo, dele não divergem Montanari (2013) e Fischler (2001, 2011),

que abordam comida como cultura. Na cena gastronômica, o papel da comida se apresenta, portanto, como um dos mais relevantes.

O estudo reflete sobre como se dá o ritual à mesa, considerando o que o antecede e o precede, questionando se dele decorrem desdobramentos, como interação, de negócios ou de interesses comuns de qualquer ordem entre *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais, que são os protagonistas das cenas hospitaleira e gastronômica. Nestas cenas estão contidos elementos que se referem desde a concepção da hospitalidade como dádiva e interação, que aqui se transforma em potencial de novos pequenos negócios de comensalidade tendo como ideal a economia compartilhada, até os investimentos feitos em tecnologia e marketing para conectar pessoas no ambiente virtual para levá-las a experiências gastronômicas reais.

Este trabalho visa responder ao seguinte problema de pesquisa: como se caracteriza o ritual da comensalidade que ocorre em ambientes domésticos entre *chefs*-anfitriões e seus hóspedes-comensais em eventos pagos cujo principal atrativo é a comida?

A presente dissertação tem como objetivo geral descrever e caracterizar a cena gastronômica como ritual de hospitalidade e comensalidade em ambientes domésticos. Para fazê-lo, propõe-se a identificar os atores e caracterizar os protagonistas das cenas hospitaleira e gastronômica; diferenciar o ambiente doméstico de um ambiente de hospitalidade comercial; demonstrar como a hospitalidade se dimensiona em novos negócios de comensalidade promovidos por *sites* de compartilhamento de refeições tendo a comida como atrativo para o encontro de *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais.

Para delimitar o escopo da pesquisa, supôs-se que os *chefs*-anfitriões têm motivação genuinamente hospitaleira (hospitabilidade), buscam reconhecimento (como *chefs*-celebridades) e remuneração, e que os hóspedes-comensais buscam companhia e distinção social, que gostam de comer bem, são atraídos pelo risco, por novas experiências, contatos e inovação.

Esse estudo caracterizou-se de pesquisa documental e bibliográfica a fim de identificar a relevância do tema e os estudos já realizados sobre jantares compartilhados em ambientes domésticos; pesquisa etnográfica com observação participante e realização de entrevistas; e, posterior, análise de conteúdo do material coletado. O *corpus* da pesquisa foi composto de: material

coletado na *internet* sobre jantares compartilhados; do conteúdo de quatro *sites* de compartilhamento de refeições; por anotações das observações em campo em oito eventos (jantares e café da manhã compartilhados) e do conteúdo transcrito das entrevistas feitas com dois donos de *sites* de compartilhamento de refeições, doze anfitriões e sete hóspedes-comensais. Oportunamente, partes de depoimentos de entrevistados foram incorporados e são apresentados em itálico ao resultado da pesquisa porque contribuem e exemplificam o entendimento da análise realizada.

O primeiro capítulo trata da revisão de literatura que discorre sobre dádiva, hospitalidade e comensalidade. Visa explicar as motivações das partes envolvidas em eventos de caráter hospitaleiro e gastronômico em ambientes domésticos, tratando dos aspectos simbólico e ritual do ato de compartilhar a mesa e a comida nas relações sociais, que contém normas e regras, riscos e proibições.

O segundo capítulo trata do percurso metodológico da pesquisa apresentando os métodos utilizados para desenvolvê-la. Neste estudo, em primeiro lugar, buscou-se identificar novos negócios de *internet* ancorados na hospitalidade e na comensalidade para, em seguida, se realizar, etnograficamente (por meio de entrevistas e observação participante) os registros necessários para construir um *corpus* documental cujo conteúdo pudesse ser analisado.

O terceiro capítulo apresenta os *sites* de compartilhamento de refeições e sua caracterização como negócio mediador da relação entre *chefs*-anfitriões e hóspedes comensais para experiências gastronômicas e de comensalidade que ocorrem em ambientes domésticos. O capítulo conta a história dos primeiros *sites*, trata de seus modelos como negócio de *internet* e mostra como quatro deles funcionam na prática. Além disso, apresenta uma análise do conteúdo das falas de dois proprietários de *sites* de compartilhamento de refeições feita a partir do referencial teórico da hospitalidade, da comensalidade e da comida como cultura.

No quarto capítulo, caracterizam-se a cena da hospitalidade, os atores (anfitriões e comensais) e o cenário (ambiente doméstico) por meio da análise de conteúdo do *corpus* documental desta pesquisa.

Por fim, o quinto e último capítulo, descreve e caracteriza a cena gastronômica dos ambientes domésticos a partir dos tempos da hospitalidade (recepcionar, acomodar, alimentar e entreter). Essa caracterização é apresentada por meio da análise do conteúdo do *corpus* documental da pesquisa e sua descrição contempla desde o ato de transpor a soleira até o que ocorre após a despedida com comentários dos participantes publicados nas mídias digitais.

CAPÍTULO 1 – DA PORTA PRA DENTRO: TRANSPOSTA A SOLEIRA...

Hermes é o deus das portas; Héstia, a figura do lar, a que acolhe. Para passar de Hermes a Héstia, há uma soleira a ser transposta.

Esse capítulo refere-se à revisão da literatura que fundamenta a dissertação. Trata da construção do entendimento teórico sobre ato de transposição da soleira em lares de *chefs*-anfitriões que recebem hóspedes-comensais. Parte da noção de dádiva na hospitalidade e se concentra na comensalidade, caracterizando-a como uma dimensão da hospitalidade que se manifesta num ritual, apresentado numa encenação de atores que cumprem regras, mas também se entregam a improvisos. Refere-se à cena hospitaleira e gastronômica e ao caráter hospitaleiro de determinadas pessoas; trata do lugar da hospitalidade e dos ambientes domésticos.

1.1 Dádiva

Embora o intuito inicial de Mauss (1974) fosse explicar as relações constitutivas dos contratos, ele chegou mais longe que o previsto. Inicialmente, ele tinha como objetivo, já que era um homem de seu tempo, sistematizar os elementos presentes nas relações humanas que pressupõem ou exigem contrapartida. Queria identificar como isso poderia ser transformado em regras a serem seguidas social e juridicamente: o contrato. Foi então buscar elementos que pudessem explicar o que mais se igualava em todas as culturas das comunidades ditas arcaicas (sociedades frias¹) naquele momento estudadas. Como elemento comum, encontrou as trocas. A partir delas, verificou que, mesmo sem valores monetários ou de equivalência presentes no “mercado” das demais sociedades (sociedades quentes², complexas, modernas) existe uma relação social e, portanto, simbólica, muitas vezes não materializada: a dádiva.

O estudo de Mauss (1974) não trata de indivíduos, mas de clãs, tribos, famílias (pessoas morais), isto é, “coletividades que se obrigam mutuamente,

¹ As sociedades arcaicas são caracterizadas como frias por Levi-Strauss (1970).

² As sociedades complexas e modernas são caracterizadas como quentes por Levi-Strauss (1970).

trocam e contratam”. Ele analisou grupos representados por suas autoridades (*chefes*, líderes ou representantes) que não trocam apenas bens e riquezas, mas, “antes de tudo, gentilezas, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras” (MAUSS, 1974, p. 45). Ele constatou que o mercado é o lugar do contrato da prestação e da contraprestação voluntárias, que ele chamou de *potlatch*.

Mauss (1974) sistematizou informações a partir das anotações de campo de antropólogos contemporâneos seus. Ao comparar relatos, observou que, para as sociedades arcaicas estudadas, aquilo que é trocado, seja um bem material ou não, traz em si uma força, o *hau*, isto é, o espírito das coisas. O *hau* é o espírito da coisa dada, que faz com que aquele que recebe um bem ou um dom carregue consigo o poder espiritual desse bem e tenha, por consequência, que o retribuir.

Compreendemos clara e logicamente, nesse sistema de ideias, que é preciso retribuir a outrem aquilo que, na verdade, é parcela de sua natureza e substância, pois aceitar alguma coisa de alguém é aceitar alguma coisa de sua essência espiritual, de sua alma. (MAUSS, 1974, p.56)

Mauss (1974, p. 56–57) explica a obrigação de dar, receber e retribuir: “pois a prestação total não envolve apenas a obrigação de retribuir os presentes recebidos, mas supõe duas outras também importantes: a obrigação de dá-los, por um lado, e a obrigação de recebê-los, por outro”.

A dádiva identificada por Mauss (1974) a partir das trocas sociais é o que gera o vínculo entre as pessoas. As trocas são compreendidas num ciclo constante e perpétuo, mas nem por isso simétrico e involuntário. Os atos de dar e receber são concomitantes. A dádiva deve ser aceita e retribuída, uma vez que quem recebe se torna inferior. Retribuir é o que restitui a dádiva. Quase compulsória, a retribuição significa dar para que o ciclo se inverta e se perpetue.

A hospitalidade se esclarece com a referência ao *potlatch*, constituindo uma forma atenuada. Ela se funde sobre a ideia de que um homem está ligado a outro (*hostis* tem sempre um valor recíproco) pela obrigação de compensar um certo préstimo de que foi beneficiário. (BENVENISTE, 1995, p. 94)

A hospitalidade fundamenta-se nessa noção, numa relação entre pessoas: anfitrião e hóspede. O primeiro dá, o outro recebe e deve retribuir. Ao retribuir, aquele que recebeu reinicia o ciclo. Inequivocamente, trata-se da

imagem e semelhança da dádiva. A hospitalidade como representação do vínculo social é objeto de reflexões que ampliam imensuravelmente seu universo.

1.2 Hospitalidade

Teorizar sobre a hospitalidade é ter em frente de si “portas abertas” para múltiplos caminhos. São temas da hospitalidade: a contraposição existente entre ciências sociais e gerenciais, optando por uma ou outra; a obrigação sagrada de acomodar e proteger quem bate à porta; os códigos de etiqueta para o tratamento ético do estrangeiro diante de suas necessidades de comida, bebida e dormida; a dialética da hospitalidade *versus* a hostilidade; a inhospitalidade; as comunidades virtuais e suas dinâmicas hospitaleiras; a etimologia; os mecanismos coercitivos, as condicionalidades e regras; enfim, uma vasta agenda se propõe. (LYNCH et al., 2011)

A hospitalidade trata de uma relação humana que permeia o vínculo entre as pessoas, seja esse breve ou duradouro, e está presente em quase todos os momentos e relacionamentos de uma sociedade. É partindo desse entendimento que Camargo (2015) sistematiza uma vida em hospitalidade. Sem seccioná-la e sem adjetivações, sugere o entendimento da hospitalidade como o ato que se dá no encontro entre pessoas. A hospitalidade tem em si o princípio da alteridade e carrega a pretensão do vínculo entre as pessoas. Refere-se à hospitalidade como uma virtude que se espera quando nos defrontamos com o estranho (e todo estranho é também um estrangeiro), alguém que ainda não é, mas deve ser reconhecido como o outro. (CAMARGO, 2005, p. 44)

Busca um entendimento sobre a hospitalidade e para isso se refere à dádiva de Mauss, não como um “ato isolado”, mas um processo que implica dar, receber e retribuir. Ele a descreve como um “ritual básico do vínculo humano”. (CAMARGO, 2005, p. 15)

Segundo Grassi (2011, p. 45), “a hospitalidade se apresenta como uma ponte frágil e perigosa estabelecida entre dois mundos: o exterior e o interior, o fora e o dentro”. Tem a ver com admissão a um território. Refere-se a *hospitus*,

o que chega, o estrangeiro, aquele que não tem lugar quando este se encontra ou se relaciona com *hospes*, o que recebe, acolhe, protege.

A hospitalidade é gesto de compensação, de igualização, de proteção, num mundo em que o estrangeiro originalmente não tem lugar. Portanto, não pode haver gesto de hospitalidade, no sentido etimológico do termo, sem desigualdade de lugar e de *status* entre *hospedeiro* e *hóspede*: um está no interior, dono da casa, sedentário, é aquele que recebe; o outro vem do exterior, está de passagem, é recebido. O convite, a acolhida, a caridade, a solidariedade, parecem ser formas vizinhas e derivadas de uma forma inicial de hospitalidade. (GRASSI, 2011, p. 45)

Na Odisseia, de Homero, o rito de Hermes refere-se à soleira, o lugar a ser transposto pelo estrangeiro, o errante, o viajante, o forasteiro. Hermes é o deus das portas, das passagens, dos pórticos, das entradas das cidades, enquanto Héstia é a figura do lar, miticamente, é o interior, a casa, o acolhimento. (GRASSI, 2011, p. 48–49)

Tudo começa naquela soleira, naquela porta à qual se bate e que se vai abrir para um rosto desconhecido, estranho. Limite entre dois mundos, entre o exterior e o interior, o dentro e o fora, a soleira é a etapa decisiva semelhante a uma iniciação. É a linha de demarcação de uma intrusão. (MONTANDON, 2011, p. 32)

Miticamente, a soleira representa a linha que divide os direitos do forasteiro e do morador. Ultrapassá-la é o limite entre ser acolhido e poder permanecer, ainda que temporariamente e sob regras, ou não existir, estar à margem.

O estrangeiro, inicialmente, tem pouco direitos. Ele não deve dormir no interior da casa, não tem o direito de possuir uma “terra na cidade”, marca e privilégio do cidadão autóctone, não tem o direito de partilhar a refeição em torno do lar. Para passar de Hermes a Héstia, o rito da hospitalidade impõe entrada, admissão e partilha. Tanto na cidade como na casa, o rito da hospitalidade dá um direito de estabelecimento, mesmo que temporário. (GRASSI, 2011, p. 49–50)

Uma vez que está presente em todo relacionamento humano, a hospitalidade significa uma das formas mais essenciais de socialização, sinal de civilização, de uma humanidade regida por leis, ritos e regras. O ritual da hospitalidade vai da recepção à despedida. A hospitalidade ocupa espaço e tempo, é efêmera, temporária e tem carácter condicional. Não se trata de integração, mas de respeito à alteridade, além de uma obrigação, de uma

responsabilidade do anfitrião para com o hóspede, em que o primeiro deve proteger o segundo. (MONTANDON, 2011, p. 31)

Ora, se o ritual da hospitalidade é demarcado pelo breve período de interação que transcorre entre o anfitrião recepcionar o hóspede e dele se despedir, tendo a responsabilidade de protegê-lo nesse ínterim, a integração não é possível. Boudou (2017) resolve o dilema de um encontro que não pode levar à integração, atribuindo ao hóspede demasiada importância para que não seja temporária a sua permanência.

A hospitalidade ocorre quando há interação (não integração) entre anfitrião e hóspede, ou aqueles que os representem, dependendo da relação que se está estudando. Por exemplo: no ambiente doméstico, o anfitrião é representado pelos donos da casa e os hóspedes são os seus convidados, seja para uma festa, um período de hospedagem ou numa breve visita de cortesia. Quando a hospitalidade é identificada por meio de uma relação comercial como a que ocorre nos meios de hospedagem (hotéis, pousadas, pensões etc.) e restaurantes, fica fácil reconhecer os papéis de anfitrião e hóspede ou comensal.

É possível transpor a noção de hospitalidade para outras atividades e situações, como nas relações que ocorrem em ambientes corporativos, em atividades comerciais como as que demandam atendimento em lojas entre membros de uma comunidade de qualquer natureza e até num efêmero pedido de informação na rua. Nesses cenários, os papéis designados como os de anfitrião e hóspede são transpostos em representações caracterizadas por quem recepciona, atende, acolhe, protege e quem é recepcionado, atendido, acolhido, protegido.

Lashley (2004), quando aborda os estudos da hospitalidade como disciplina acadêmica, alia o conjunto de atividades do setor de serviços de alimentos e acomodações (a administração da hospitalidade) a uma estrutura teórica cujas fontes são a antropologia, a sociologia, a filosofia e a cultura. Partindo do entendimento de que a hospitalidade se compõe de um conjunto de comportamentos oriundos da própria sociedade e que envolvem mutualidade, troca, sentimentos de altruísmo e de beneficência, o autor elabora um quadro de domínios a fim de explicar cada aspecto da oferta de alimentos, bebidas e hospedagem. O domínio social trata das crenças da sociedade que entende a hospitalidade como altruísmo no trato com o estrangeiro ou forasteiro; o domínio

privado (ou doméstico) refere-se à relação entre anfitrião e hóspede no âmbito do lar, e o domínio comercial trata da atividade econômica que envolve a hospitalidade.

Para evitar qualquer mal-entendido, Camargo (2015) explica que, em seu estudo de 2003, construiu um quadro ao qual intitulou domínios de hospitalidade para se referir aos tempos (recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento) e espaços (doméstico, público, comercial e virtual) da hospitalidade que nada têm a ver com os domínios de que trata Lashley (2004).

De acordo com Baptista (2008, p. 6), “por definição, os lugares de hospitalidade são lugares abertos ao outro.” Como lugar da hospitalidade a autora se refere em seus estudos ao ambiente urbano, mas, é o seu entendimento sobre este lugar como espaço de acolhimento, identidade e pertencimento que importa. Assim, o ambiente doméstico de que trata a presente pesquisa se vale da combinação dos conceitos de espaço doméstico de Camargo (2005) e o de lugar de hospitalidade de Baptista (2008).

1.3 Comensalidade

Nos jantares compartilhados, o hóspede ou convidado se torna o comensal, ou seja, aquele que se senta à mesa para comer junto com os demais. Comensal e hóspede então se equivalem numa situação de compartilhamento da refeição em que o anfitrião recebe em seu espaço doméstico.

Para Grassi (2011, p. 50), “ser admitido a uma mesa é ter franqueado o duplo espaço da cidade e da porta da casa”. A autora se refere ao rito da hospitalidade para os gregos, mas sua colocação continua pertinente pois o significado permanece no mundo contemporâneo e se adequa a este estudo.

Como toda refeição, a refeição homérica se apresenta como o rito fundamental da hospitalidade. Sem partilha da refeição não há admissão do estrangeiro. A refeição é rito de integração, e ser excluído da mesa é, em muitos aspectos, ser excluído da sociedade.

À mesa não se compartilham apenas alimentos, mas também ideias, ideais, entendimentos, desejos, prazeres, ou seja, valores simbólicos. Sinônimo de partilha, troca, reconhecimento, a comensalidade é mais que apenas comer, porque alberga no ritual símbolos que significam o vínculo humano. Ao se

servirem da mesma comida e se sentarem lado a lado, os que participam da comensalidade se posicionam como iguais. Segundo Boutaud (2011), a comensalidade é uma das mais reconhecidas formas de hospitalidade em qualquer época e cultura. Compartilhar a mesa tem significado simbólico e ritual do vínculo social.

A comensalidade é unificante e transcendente. Quando pessoas estão juntas para partilhar a refeição, participam de um rito em que existe uma relação entre iguais, a coesão, ou eixo horizontal. Ao mesmo tempo, existem normas e regras que compõem a hierarquia, os papéis de cada um no grupo, o eixo vertical. A participação à mesa se dá por e para agregação entre semelhantes que buscam socializar, descontraír e relaxar, mas também ocorre em vista da busca do que é elevado, belo, grandioso, sublime, pela transcendência. (BOUTAUD, 2011, p. 1213)

Aqueles que se sentam juntos para comer comungam dos mesmos códigos e, se os desconhecem, descumprem as regras que, mesmo não impostas, são claras tacitamente entre os comensais. Há, entretanto, uma aparência contraditória na mesa compartilhada. Simbolicamente, a comensalidade apresenta tanto o imaginário da mesa liberadora e criativa, na qual ocorrem os faustos, o júbilo e as comemorações como o dos princípios de ordem e moderação, ou seja, a estrutura coercitiva, de regras, proibições e prescrições. (BOUTAUD, 2011)

Para explicar o “comer simbólico”, Boutaud (2011) relembra que os animais também partilham alimentos, também comem juntos e dividem a caça pela sobrevivência do grupo sem desprezar a hierarquia e a biologia nos grupos. Mas o estudo da comensalidade pressupõe relações humanas e é, então, a história que mais contribui para essa compreensão.

Desmembrado em dois níveis, o comer simbólico representa tanto a incorporação ou ingestão de valores ligados aos alimentos quanto o vínculo dos alimentos tomados em comum, que significa, cada qual a seu modo, pertencimento ao grupo. Há simbologia desde os rituais de fogo coletivo, de partilhar a caça para a sobrevivência, até as primeiras menções referentes à escolha dos alimentos, que, segundo Boutaud (2011), é um dos primeiros sinais de desigualdades sociais.

1.4 Regras da hospitalidade. Regras na comensalidade

Para que o rito de interação ou o vínculo ocorra, existem princípios a serem seguidos. Eles pautam as mais efêmeras relações sociais.

A hospitalidade é uma maneira de viver em conjunto regida por regras, ritos e leis. Homero havia estabelecido regras fixas da hospitalidade e o seu desenvolvimento, desde o instante em que um visitante chega à casa do anfitrião até o momento de sua partida. Tal cena se decompunha em uma série de microcenas, incluindo, entre outras: a chegada, a recepção, o ato de acomodar, festejar, dizer seu nome e sua pátria, se deitar, se banhar, a entrega dos presentes, as despedidas. Tudo isso sendo altamente significativo em termos de um ritual bem-estabelecido, de acordo com as fórmulas e em uma ordem bem-determinada. (MONTANDON, 2011, p.31)

Como o imaginário da hospitalidade sugere uma relação entre anfitrião e hóspede, esses princípios são tidos como regras. Similar à hospitalidade, a comensalidade também tem regras mínimas já que é, antes de tudo, um ritual de compartilhamento simbólico. Comer junto cria laços, favorece a empatia, a compreensão mútua e a comunhão de sentimentos. Portanto, “quando se trata de comer e beber juntos, o laço simbólico não pode ser construído de maneira durável por meio da libertinagem e da perversão” (BOUTAUD, 2011. p. 1216).

O discurso de quem oferece a experiência por meio da oferta da refeição é direcionado ao anseio daquele que busca uma nova experiência gastronômica. Por exemplo, para atrair um estrangeiro (visitante de outra cidade ou país, um turista) o *chef*-anfitrião oferece um menu cujas características sejam regionais, com ingredientes locais, já que o interessado em entrar em seu ambiente doméstico se move pela curiosidade, pela novidade e pela aventura.

Quem são, ou quem devem ser, esses outros que nos dispomos a receber e a acolher? Que regras e que rituais devem marcar essa recepção e esse acolhimento? (BAPTISTA, 2008, p. 6)

Como resposta à primeira pergunta, segundo Boutaud (2011), aqueles que se sentam juntos para comer comungam dos mesmos códigos e, se não os sabem, descumprem as regras que, mesmo não impostas, são claras tacitamente entre os comensais.

São regras da hospitalidade: “Proteção e deferência para com o anfitrião, postura e gravidade para com o convidado” (BOUDOU, 2017, p. 112). O hóspede deve honrar seu anfitrião, não lhe ser hostil ou desafiá-lo, nem abusar de sua

hospitalidade. Cabe ao hóspede aceitar, agradecer e elogiar o que lhe é oferecido pelo anfitrião. Deve o anfitrião honrar seu hóspede, oferecer-lhe o que há de melhor em sua casa, seja na despensa ou em relação aos aposentos. Ao anfitrião cabe a proteção do hóspede e sua segurança. (PITT-RIVERS, 2012, p. 17–18 – tradução livre)

O ritual da hospitalidade em uma aldeia hindu descrito por Selwin (2004) serve para exemplificar e explicar as regras, ditas ou não, que reforçam a questão simbólica à mesa. Trata de um um banquete intercastas organizado pelo patrono de uma das castas. De forma resumida, esse é o relato do evento: todas as castas são convidadas, não participam híbridos, as castas são divididas em quatro cores denominadas por blocos I, II, III e IV, e quem cozinha são os brâmanes.

O ciclo completo de preparação e consumo do alimento – desde o estado bruto até o cozimento, digestão e evacuação – envolveu toda a comunidade de castas da aldeia, cada uma desempenhando os papéis específicos ditados pelo seu lugar na hierarquia. O banquete é a legitimação elaborada de toda uma estrutura social da aldeia e da própria e mais abrangente sociedade de castas. (SELWIN, 2004, p.44)

O ritual de comensalidade do banquete hindu se dá por meio do cumprimento das regras e leis das castas que são, objetivamente, definidas e condicionadas ao funcionamento e à perpetuação do grupo.

1.5 Rituais

“O banquete é uma instituição cultural, um ritual indispensável que cria redes de sociabilidade entre os homens, e entre os homens e os deuses...” (DUPONT, 1999 apud BOUTAUD, 2011, p.1217)

Os rituais são universais e onipresentes. Constituem-se como fatos sociais simbólicos, produtores de sentido, relacionais, autônomos, repetidos e coletivos que evocam a memória de reafirmação do grupo social. (DA MATTA, 2011; MAUSS, 1974; MELLO; VOGEL, 2002; SEGALLEN, 2002; VAN GENNEP, 2011)

Segundo Mauss (1974), o rito é uma ação tradicional eficaz, ou seja, ele não acontece por acaso, trata de uma ação sobre certas coisas.

Não há sociedade que prescindia de símbolos, logo, como os ritos são constituídos por atos simbólicos, pode-se afirmar que o rito é universal, uma vez que todas as sociedades tem necessidade de simbolização (SEGALEN, 2002, p.16). Não há sociedade, ou cultura, sem rituais. No entanto, não há um consenso sobre sua definição.

Os rituais são construções narrativas simbólicas (corporais, orais ou não orais) com função retórica que se realizam e se repetem nos grupos como marca memorial e identitária para seus integrantes. Os rituais ocorrem para que se promova um senso de pertencimento entre os humanos integrantes de um grupo social. Estão presentes na memória de todas as culturas como processos de identificação e afirmação entre seus membros (NASSAR; FARIAS, 2017).

O rito, se não é a chave, pelo menos é um dos elementos críticos da vida humana (DA MATTA, 2011). Uma das principais características do rito é a sua plasticidade, a sua capacidade polissêmica de acomodar-se à mudança social. (SEGALEN, 2002)

O ritual é o lugar do mito: os rituais são processos narrativos de evocação ou rememoração de histórias de origem – mitos – ou de importância destacável naquilo que foi experimentado e que se quer experimentar novamente, no âmbito do sagrado ou do profano. (NASSAR; FARIAS, 2017)

O mito não explica apenas as distâncias diferenciais; ele ao mesmo tempo consola e intimida os mais humildes (LÉVI-STRAUSS, 1991, p.59). Nas temáticas narradas o autor reconhece que, em qualquer dos grupos estudados, trata-se de narrativas simbólicas cujas representações remetem, obrigatoriamente, a posições e hierarquias, valores, condutas e regras esperadas entre os indivíduos. Por exemplo, a proibição do incesto, o canibalismo, a origem das doenças etc. “Sem avançar nas hipóteses, pretendemos apenas tornar manifesta a posição central de nossos mitos e sua aderência aos contornos essenciais da organização social e política.” (LÉVI-STRAUSS, 1991, p. 60)

Até onde o estudo das Ciências Humanas já chegou, acredita-se que somente o ser humano simboliza. Mitos, artes, linguagem e ciência são simbólicos porque criam um mundo significativo. O que se vê não é o que se vê, mas remete a um significado do que é visto. “As formas simbólicas específicas

não são imitações, mas órgãos da realidade, posto que só por meio delas o real se pode converter em objeto de captação intelectual.” (CASSIRER, 1976, p.16)

Cassirer (1976) busca uma conexão entre a estrutura da linguagem e do mito. Segundo o autor, “a consciência teórica, prática e estética, o mundo da linguagem e da moral, as formas fundamentais da comunidade e do Estado vinculam-se às concepções mítico-religiosas”(CASSIRER, 1976, p. 79–80). O mito, como a linguagem, utiliza-se da palavra para se manifestar. “Todo simbolismo esconde em si o estigma da mediatez, o que o obriga a encobrir quanto pretende manifestar”. (CASSIRER, 1976, p. 14)

Se, na humanidade “primitiva”, o mito é “a expressão de um modo de estar no mundo, em que se transformam os mitos nas sociedades modernas? O que é que tomou o lugar essencial que o mito detinha das sociedades tradicionais?” (ELIADE, 2000, p.17, grifo do original). Em resposta ao seu próprio questionamento, Eliade (2000, p. 20) afirma que muitas manifestações da vida moderna conservam ainda a sua estrutura e função mítica: “as comemorações do Ano Novo, ou os festejos que se seguem ao nascimento de uma criança, à construção de uma casa ou mesmo à instalação num novo apartamento, denunciam a necessidade, obscuramente sentida, de um certo recomeço absoluto”.

1.6 Cena hospitaleira e cena gastronômica

Mais do que a simples partilha de alimentos e conversas, a comensalidade é permeada pelo imaginário dos banquetes e festins: a festa da comida e da bebida num cenário de exageros tanto no que se refere às quantidades como na beleza das distrações e dos espetáculos (BOUTAUD, 2011).

Seja na antiguidade grega com seus banquetes dionisíacos e báquicos ou devido à imagem das orgias romanas e sua glotonaria e até mesmo na contemporaneidade, “a mesa, a encenação da refeição, as festas e os faustos, que cada época e cada grupo social inventam, se encontram entre as imagens e os símbolos mais fortes do nosso imaginário individual e social” (BOUTAUD, 2011. p. 1217).

O imaginário da comensalidade está então construído: um salão, o banquete, pessoas comendo e bebendo até se fartarem, falando em demasia sobre tudo o que lhes vem à cabeça, estejam embriagados ou não. Ao redor, para distraí-las, danças, poesia, erotismo. Surge assim o risco de entropia. Para evitar seus danos: proibições puras, dietéticas, regras, normas religiosas.

O peso simbólico da comensalidade como construção do laço social e identitário nos levou a reconhecer todo seu poder de encantamento, de fascinação, de arrebatamento: pela magia do ambiente, pela embriaguez do reencontro, pela catarse da linguagem ou do discurso. Tudo o que confere à comensalidade o seu ritmo, sua energia, dentro de um contexto de improvisação em que o comer e o beber juntos devem ser vividos como uma experiência autêntica e inédita. Talvez repetida, mas sem cessar recriada, renovada pela entrada de atores em cena. (BOUTAUD, 2011, p. 1221)

A encenação da hospitalidade e a da comensalidade guardam semelhanças. “A hospitalidade ressalta de forma inequívoca como um ritual, com dois atores e o espaço no qual uma marcação precisa, no sentido teatral da palavra, se desenrola” (CAMARGO, 2004, p.16). Em outras palavras, é quase como dizer: “Não se trata só de comer, mas de saber comer em comum, de ser visto comendo, sob o olhar dos outros. Todo o ambiente se torna um cenário, a encenação da refeição, a encenação de si.” (BOUTAUD, 2011, p.1213)

Ao comer junto, os que o fazem encenam a si mesmos frente aos outros, “sob o olhar dos outros”. Além de partilhar a comida, a mesa é o lugar da cena cujos atores conhecem o texto, os objetos cenográficos, as marcações e os improvisos permitidos ou não. A comensalidade compreende, portanto, o ritual e os símbolos representados, por exemplo, pela disposição à mesa, indumentária, tom de voz, qualidade e procedência do alimento.

Nessa encenação da refeição ou encenação de si, “o que é necessário, comodidade ou hábito, assume caráter de um símbolo ou força ritual”. (BOUTAUD, 2011, p. 1213).

Na encenação a que todos à mesa se propõem a atuar estão presentes questões relativas a comportamento, imagem, identidade, relação com o outro, ritual, normas, regras e proibições, tolerâncias, transgressões, dietética (comida e bebida) e o gosto.

1.7 A Construção social do gosto

Quando se trata de discutir a “construção social do gosto”, qualquer trabalho deve considerar a obra do sociólogo francês Pierre Bourdieu, uma vez que seus estudos feitos a partir de bases estatísticas mostram que o comportamento de consumo das pessoas se deve à sua classe social (SEYMOUR, 2005, p. 2).

Bourdieu constrói o conceito de *habitus*³ e a partir desse entendimento explica por que indivíduos de uma determinada classe entendem como natural as suas preferências e gostos. Trata-se de uma ação subjetiva dentro da objetividade da sociedade, em que todo ator age dentro de um campo predeterminado. (ORTIZ, 1983, p. 19)

Fruto da análise de dados coletados para uma pesquisa realizada na França nos anos de 1970, o conceito de gosto de classes e estilos de vida é desenvolvido por Bourdieu (BOURDIEU, 2007) remete à ideologia do gosto natural. Segundo o antropólogo, trata-se da ideia equivocada de que os gostos são naturais e pessoais, que as pessoas já nascem com eles ou sempre existiram, quando na realidade são resultantes de um aprendizado que ocorre desde que o indivíduo nasce, no seu ambiente familiar e no seu processo de aquisição de cultura. Trata, assim, do gosto como uma questão de classe social.

[...] o gosto, a escolha estética, reproduz as relações de poder que se encontram objetivadas socialmente. [...] Aqueles que consomem bens simbólicos distribuídos no mercado ocupam posições sociais determinadas em função do capital econômico e cultura de que dispõem. (ORTIZ, 1983, p. 25)

O gosto é assim compreendido como um sinal de distinção. Embora pareça natural e individual, é formado culturalmente. Discorrendo sobre a ordem simbólica das distinções significantes, “o gosto é o operador prático da transmutação das coisas em sinais distintos e distintivos” (BOURDIEU, 2007, p. 166). Há três maneiras pelas quais os grupos se distinguem: a alimentação, a apresentação (ou vestuário) e a cultura. (p. 174)

³ “Sistema de disposições duráveis, matriz de percepção e de ação que se realiza em determinadas situações sociais” (ORTIZ, 1983, p. 19)

São a comida e os costumes à mesa os sinais distintivos e/ou identitários de crenças compartilhadas. A mesa reúne tanto quanto separa, provocando afastamentos identitários, entre civilizados e bárbaros, elites e pessoas comuns. (BOUTAUD, 2011, p. 1215). A mesa só se divide entre os iguais. É, portanto, lugar de distinção. Segundo Bourdieu (2007), aquilo que é compreendido como natural ou aquilo que se aprende como tal é uma interpretação cultural e distintiva dos indivíduos e seus grupos.

O que é percebido como importante e interessante é o que tem chances de ser reconhecido como importante e interessante pelos outros; portanto, aquilo que tem a possibilidade de fazer aparecer aqueles que o produzem como importante e interessante aos olhos dos outros. (BOURDIEU, 1983, p. 125)

Não seria possível tratar o tema da comensalidade sem vincular uma reflexão sobre o alimento e as escolhas culturais que a ele se atam. Por princípio, comer todo mundo come. Mas comer não é só colocar o alimento na boca, mastigar, fazer a digestão, aproveitar os nutrientes, excretar o que não é útil para o organismo e, uma vez esvaziado o corpo, recomeçar o ciclo de mais uma vez levar o alimento à boca e todo processo transcorrer sem intercorrências.

Comida é cultura. Ela se apresenta como elemento decisivo da identidade humana e como um dos mais eficazes instrumentos de comunicação dessa identidade. (MONTANARI, 2013, p. 16)

Para se alimentar, o ser humano, que é onívoro, faz escolhas, sejam elas de caráter nutricional, de segurança, político, econômico, dietético etc., com base em preferências individuais e coletivas ligadas a valores, significados, gostos cada vez mais diversificados (MONTANARI, 2013, p. 55).

O homem nutre-se também do imaginário e de significados, partilhando representações coletivas (FISCHLER, 2001, p. 20).

Telfer (2002) também lista uma série de significados para a comida que vão além do alimento por si. Refere-se aos prazeres mentais e fisiológicos, ao caráter religioso, às questões identitárias de um grupo, seus valores e princípios morais, à unidade familiar, aos atos de celebração, ao amor e à amizade.

Se o gosto é o dom natural de reconhecer e apreciar a perfeição, ao contrário, a gastronomia é o conjunto das regras que presidem a cultura e a educação do gosto. A gastronomia está para o gosto como a gramática e a literatura estão para o senso literário. (BOURDIEU, 2007, p. 66)

No entanto, não se pode confundir o gosto com a gastronomia. Se o gosto é um dom natural de reconhecer e amar a perfeição, a gastronomia, ao contrário, é o conjunto de regras que presidem a cultura e a educação do gosto [...] Existe um mau gosto [...] e os refinados sentem isso por instinto. Para aqueles que não o sentem, é preciso uma regra. (PRESSAC apud BOURDIEU, 1983, p. 96-97)

O gosto também influencia a escolha sobre o tipo de comida e de entretenimento ou lazer procurado pelas pessoas. Telfer (2002), quando trata de por que as pessoas querem comer fora, refere-se ao prazer, mas não só o prazer em comer, mas também de escolher, de julgar um sabor, de selecionar uma vestimenta que combine com o que será servido, de se expressar de modo criativo mesmo que de um jeito simples. Assim, caracteriza, o comer fora como uma atividade de lazer, uma atitude hedonista. (TELFER, 2002, p. 2)

1.8 Motivos para a hospitalidade

Enquanto Bourdieu (2007) trata de uma distinção entre classes e gostos que parte da origem das pessoas, de sua educação, aprendizado, de seu convívio e de sua convivência com determinadas informações que fazem com que as interpretações de mundo pareçam naturais, na experiência de metahospitalidade sugerida por Lugosi (2008) essa distinção, embora não deixe de existir, fica suspensa, ainda que por um tempo efêmero, devido a capacidade de anfitrião e convidado praticarem a hospitalidade pelo bem social mútuo, recíproco. Na metahospitalidade o hóspede se apropria temporariamente do papel de anfitrião uma vez que se sente a vontade para tanto, agindo diante de outros hóspedes com a mesma propriedade de seu anfitrião.

Lugosi (2008) chama de engajamento as relações de hospitalidade que rompem barreiras para a interação produzidas pelas diferenças sociais, morais, de classe e de status, porque essas influências são temperadas (misturadas) no momento existencial. Essas diferenças são sublimadas temporariamente pelas habilidades de interação. (LUGOSI, 2008, p.5-6)

A hospitalidade ocorre no espaço físico e simbólico do anfitrião. Ela serve para liberar anfitriões e convidados das diferenças de status. Embora existam diferenças de status, gênero, classe, etc. que são práticas sociais, as condições

determinam onde e como as pessoas interagem. Hospitalidade é o estado de bem estar social dos envolvidos onde diferenças são aliviadas em momentos particulares (TELFER, 2004). Diferenças de status, conhecimento e competências continuam a formatar as relações entre indivíduos, mas não são o principal fator que os envolve nessa interação. (SHERINGHAM; DARUWALLA, 2007 apud LUGOSI, 2008, p.5)

Telfer (2004) reflete sobre os motivos adequados e não adequados da hospitalidade e denomina a qualidade do bom anfitrião de hospitabilidade. Para ela, o bom hospedeiro é quem torna o seu hóspede feliz e ele o faz por empenho. Quando trata dos motivos apropriados à hospitalidade, são seus objetos de análise a consideração pelo outro, a compaixão e a obediência aos deveres hospitaleiros, isto é, “o dever habitual de ser hospitaleiro, de acolher o amigo de alguém ou de ajudar os que estão em dificuldade” (TELFER, 2004, p.59). A estes se contrapõem a espera por retribuição ou reciprocidade e a autoconsideração, que Telfer difere de hospitalidade, justificando-os como a vaidade e o exibicionismo de quem recebe com vistas a seduzir e manipular seus convidados.

A hospitalidade pode ser entendida como uma característica fundamental, onipresente na vida humana e a hospitabilidade, em si, indicaria a disposição das pessoas de serem genuinamente hospitaleiras, sem qualquer perspectiva de recompensa ou reciprocidade. (LASHLEY, 2015, p. 72 – grifo do original)

Poulston (2015) pesquisou as motivações de pessoas em atividades como as de hotéis e restaurantes. A autora expressa que há quem realmente se sinta motivado em trabalhar num setor que, historicamente, não remunera bem frente às condições duras para a execução de tarefas pesadas, e que, por exemplo, exige que seus empregados atuem aos fins de semana e em feriados. Trata das relações humanas e das expectativas dos que atuam no setor da hospitalidade comercial frente às gratificações pagas ou não de seus clientes. Seu trabalho tem significativa importância para o setor porque compila informações colhidas a partir de questionários aplicados diretamente entre empregados. Apesar de eles saberem das dificuldades que enfrentam, identificam aspectos positivos nesse tipo de prestação de serviço e dizem que não se identificariam com qualquer outro setor.

Ao se tratar do questionamento sobre o caráter hospitaleiro da relação que é paga, Lashley (2015) traz elementos baseados na moral da hospitalidade cujos motivos como o altruísmo e a generosidade, a reciprocidade, o comércio e até mesmo a coerção do hóspede que podem contribuir para essa reflexão. Ao passo que Gotman (2009) fornece elementos para uma hospitalidade comercial genuína, advertindo que não é porque existe uma relação comercial que não pode haver generosidade e, tampouco, um caráter hospitaleiro.

Gotman (2009) distingue hospitalidade gratuita e comercial aproximando a gratuidade da hospitalidade ao seu caráter de dádiva, enquanto a hospitalidade comercial é a que ocorre mediante um pagamento por serviços de hospedagem ou de alimentação. Quando a autora afirma que a hospitalidade comercial é quase uma imitação da gratuita (doméstica), embora haja grandes esforços para profissionalizá-la, oferece o referencial teórico necessário para a inversão dessa afirmação uma vez que, na presente pesquisa, a hospitalidade do ambiente doméstico é que tende a imitar a comercial, principalmente quando se trata de transformá-lo numa versão efêmera de um restaurante.

As relações entre hospitalidade gratuita e comercial são essencialmente de ordem mimética, com a desvantagem da cópia comercial cuja calibragem não pode conviver com a improvisação da hospedagem gratuita. Se a hospitalidade pode penetrar na relação comercial, é unicamente pela introdução de uma margem de improvisação permitindo, se for o caso, uma relação *pessoal*, mas não personalizada - entre o hoteleiro e o cliente. (GOTMAN, 2009, p. 17 - grifo do original)

Bem a propósito, diante do caráter comercial que perpassa esse objeto em estudo, Pappas (2017) trata da complexidade das intenções de compra de hospedagem *peer-to-peer* e oferece elementos que aderem perfeitamente à realidade das compras de experiências gastronômicas feitas em *sites* de compartilhamento de refeições. Usando como exemplo o *Aibnb*, o autor trata das questões de ordem econômica e financeira de um novo negócio que envolve hospitalidade e economia compartilhada e aborda os riscos que envolvem essas operações.

Esta revisão de literatura sobre hospitalidade parte de seu princípio como dádiva (MAUSS, 1974); refere-se aos seus mitos fundadores (GRASSI, 2011; MONTANDON, 2011); passa por conceitos e entendimentos que a identificam no encontro, na interação e no vínculo humanos e a reconhecem nas

características de indivíduos na sociedade (BOUDOU, 2017; CAMARGO, 2015; MONTANDON, 2011; TELFER, 2004). Em seguida, apresenta a comensalidade (BOUTAUD, 2011) como uma dimensão da hospitalidade que se decompõe em rituais e encenações para os quais existem normas, regras (PITT-RIVERS, 2012) e motivos que conduzem à caracterização da cena gastronômica dos ambientes domésticos.

CAPÍTULO 2 – PERCURSO METODOLÓGICO DA PESQUISA

O pesquisador é um homem ou uma mulher com uma inserção social determinada e com uma experiência de vida e de trabalho que condicionam sua visão do mundo, modelam o ponto de vista a partir do qual ele ou ela interagem com a realidade. E é esta visão do mundo, este ponto de vista que vai determinar a intencionalidade de seus atos, a natureza e a finalidade de sua pesquisa, a escolha dos instrumentos metodológicos a serem utilizados.

Carlos Rodrigues Brandão

Primeiramente, foi definido o tema de acordo com um interesse pessoal de estudar a hospitalidade nos jantares compartilhados em ambientes domésticos cujo atrativo era a gastronomia. Definiu-se uma abordagem qualitativa e que o método exploratório melhor se adequava para pesquisar os negócios que tratavam de hospitalidade em plataformas que ofereciam jantares compartilhados pela *internet*.

Ao optar por uma abordagem qualitativa, procurou-se compreender motivações, comportamentos e até mesmo os sentimentos das pessoas envolvidas no ritual de compartilhar a mesa da refeição caracterizado como a cena gastronômica. Importavam mais a observação, ver e olhar e não apenas constatar; a experiência que guarda em si o sentimento de acolhimento ou a hostilidade, que tem tom de voz, cheiro, cor e sabor de comida; as interpretações das intenções que estão nas falas, nos risos, no cardápio, na distribuição dos lugares à mesa, do preparo do local. Importavam as nuances que fazem pensar, supor, relacionar, refletir, ponderar, deduzir...

Na pesquisa acadêmica de abordagem qualitativa, o papel do pesquisador é ativo. Ele é o sujeito, é parte da pesquisa e interage com o universo pesquisado. Entretanto, o pesquisador tem que se manter aberto “às manifestações que observa, sem adiantar em explicações e sem se deixar levar pelas primeiras impressões (BAUER; GASKELL, 2003; CHIZOTTI, 2011) ou pela aparência das coisas.” (SILVA; SILVEIRA, 2004, p.153)

Laplantine (2004, p.18) refere-se a isso como uma “percepção etnográfica”:

A percepção etno-gráfica é de fato da ordem do olhar mais do que da visão, não se trata de qualquer olhar. É a capacidade de olhar bem e de olhar tudo, distinguindo e discernindo o que se encontra mobilizado, e tal exercício – [...] – supõe uma aprendizagem.

Na abordagem qualitativa, o problema de pesquisa não é delimitado de antemão como algo fechado e acabado. Foi o que ocorreu neste estudo. O problema, inicialmente formulado de maneira ampla, foi sendo construído por um processo indutivo, a partir da observação/interação com o universo pesquisado, uma vez que o pesquisador, como parte ativa da pesquisa, interage, participa e tem experiências. Além disso, os dados não estão isolados; uma vez que não acontecem em laboratórios, são dinâmicos e mutantes. (SILVA; SILVEIRA, 2004)

A escolha do método exploratório e descritivo teve a ver com a identificação de um campo ainda pouco pesquisado cientificamente na área da hospitalidade que se refere aos novos negócios que surgem a cada dia, usando principalmente a *internet* como canal de divulgação. Esse é o caso das plataformas de compartilhamento de acomodações como o *Aibnb* e as de refeições como *Eatwith*, *Menutrip* e *Dinneer*, essas últimas tratadas diretamente neste estudo. Tanto a primeira, que oferece apartamentos, casas ou um simples sofá para um hóspede temporário, como os *sites* que ofertam refeições gastronômicas ou o prato caseiro com sabor da comida da avó, valem-se de argumentos e regras estudadas em hospitalidade. O método adotado teve como objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter uma nova percepção do mesmo e descobrir novas ideias, o que conduziria à identificação e caracterização dos protagonistas dessa nova modalidade de negócio de gastronomia e hospitalidade. Ao se decidir pelo método, definiu-se também o processo que se pretendia seguir no decorrer da pesquisa. Cervo e Bervian (1983, p. 25) sugerem que existe uma relação de subordinação entre ambos, na qual o primeiro, ou seja, o plano metodológico, pode ser comparado à estratégia, enquanto o processo diz respeito às técnicas a serem utilizadas.

Os estudos exploratórios são o passo inicial no processo de pesquisa pela experiência e auxiliam na formulação de hipóteses significativas para outras pesquisas posteriores. São recomendados quando há poucos conhecimentos sobre o problema a ser estudado. (CERVO; BERVIAN, 1983, p. 56)

Assim como é proposto por Silva e Silveira (2004, p. 153), essa pesquisa caracterizou-se por fases que, embora não sejam necessariamente subsequentes, são apontadas como principais: exploratória, em que o pesquisador toma contato com a realidade e com os pesquisados; envolvimento, quando se aprofundam os conhecimentos sobre os pesquisados por meio da observação de seu comportamento e atitudes e se coletam os dados; e a finalização, fase em que o pesquisador elabora a análise.

As etapas deste estudo se caracterizam por: pesquisa bibliográfica e documental; mapeamento dos *sites* de compartilhamento de refeições; pesquisa etnográfica, por meio de observação participante e entrevistas semiestruturadas; e análise de conteúdo das entrevistas, anotações de campo e dos *sites* de compartilhamento de refeições.

2.1 Pesquisa bibliográfica e documental

Ao definir o fio condutor da estratégia adotada para este trabalho é preciso resgatar uma informação relevante, que trata de sua concepção. A ideia de pesquisar um assunto como o encontro de pessoas em ambientes domésticos para refeições compartilhadas, em que o anfitrião é o dono da casa e os convidados pagam pela comida como o fariam num restaurante, surgiu porque a pesquisadora deste trabalho, desde meados de 2015, oferecia esse tipo de serviço em seu apartamento em São Paulo. Diante dessa realidade e perseguindo razoável imparcialidade, o levantamento bibliográfico e documental buscou reunir informações sobre os negócios de hospitalidade relacionados ao objeto do estudo.

A pesquisa documental trabalha com dados ou fatos colhidos da própria realidade. Nela são investigados documentos a fim de se descrever e comparar usos e costumes, tendências, diferenças e outras características da realidade presente, e não do passado (CERVO; BERVIAN, 1983, p. 57). A pesquisa documental caracterizou-se, assim, como instrumento fundamental para que não houvesse um olhar viciado quanto ao objeto tratado.

A primeira parte da pesquisa bibliográfica e documental buscou identificar notícias que atestassem a relevância do tema compartilhamento de refeições em

ambientes domésticos. Na *internet*, foram feitas buscas com as expressões: “jantar compartilhado” e “jantar em casas particulares”. Foram usados os buscadores *Google* e *Bing*, entre agosto de 2015 e abril de 2017. As buscas resultaram em notícias, *posts* de *blogs*, anúncios, publicidades e divulgações em redes sociais que tratam de pessoas que oferecem refeições em casa para desconhecidos a fim de se relacionarem.

Por “*inferência* – operação lógica, pela qual se admite uma proposição em virtude da sua ligação com outras proposições já aceitas como verdadeiras” (BARDIN, 1977, p. 39 - grifo do original), dado o escopo da pesquisa, somente foram estudados os resultados cujas informações se referiam a jantares ou experiências gastronômicas em casas particulares. Outros resultados encontrados pelos mecanismos de busca, como os que se referem a empresas que realizam jantares compartilhados para treinamento corporativos, foram descartados.

Título da matéria	Veículo	Data	Local
Transformar a casa em local de trabalho é uma estratégia adotada por <i>chefs</i>	Correio Braziliense	09/09/2010	Brasília
Refeições 'gourmet' em restaurantes clandestinos	Diário de Notícias	29/05/2011	Lisboa
<i>Chefs</i> profissionais e amadores deixam de abrir restaurantes para receber clientes em casa	Uol - portal de notícias	29/03/2012	São Paulo e Buenos Aires
<i>Chef</i> abre seu apartamento para pequenos jantares	Gazeta do Povo	15/05/2014	Curitiba
A Comida da Vizinha: um <i>site</i> para partilhar refeições caseiras	P3	09/06/2014	Porto
Jantar com desconhecidos é um ótimo jeito de conhecer sua cultura	Uol - Blog do Jorge Ramos	09/07/2015	Tel Aviv
O <i>Airbnb</i> da comida: <i>sites</i> de jantares compartilhados ganham adeptos cariocas	O Globo	20/09/2015	Rio de Janeiro
<i>Sites</i> de refeições compartilhadas fazem sucesso e se popularizam no Brasil	Gazeta do Povo - Caderno de Viagem	09/10/2015	Curitiba
<i>Site</i> incentiva jantar compartilhado na casa de 'estranhos'	Catraca Livre	06/12/2015	São Paulo
Economia compartilhada também é tendência em gastronomia	Infood - <i>site</i> de notícias setorial	07/12/2015	São Paulo
Descubra 'restaurantes' secretos e com experiências nada convencionais	Estadão - Divirta-se	24/03/2016	São Paulo
Refeições compartilhadas: uma ótima experiência para viajantes	Blog Quanto Custa Viajar	27/09/2016	
<i>Airbnb</i> da comida: <i>Chefs</i> abrem a própria casa para servir refeições	Huffpost Brasil	01/12/16	São Paulo
Cozinheiros abrem suas casas para almoços e jantares intimistas	Guia da Folha e Uol	15/12/2017	São Paulo
Uma espécie de <i>Airbnb</i> - mas para comida	Expresso - Empresa de mídia e notícias	07/08/016	Lisboa I
Conheça serviços de jantar compartilhado e em domicílio no DF	Metrópolis	15/10/2016*	Brasília

Quadro 1 – Matérias

Fontes: Blog Quanto Custa Viajar; Catraca Livre; Correio Braziliense; Diário de Notícias; Estadão - Divirta-se; Expresso; Gazeta do Povo; Guia da Folha; Huffpost Brasil, Infood; Metrópolis; O Globo; P3 e Uol.

O quadro 1 refere-se a 16 matérias em língua portuguesa publicadas na mídia que tratam de jantares compartilhados e revelam como os *sites* de compartilhamento de refeições intermediam esses novos negócios de gastronomia em ambientes domésticos.

Do conteúdo das notícias pesquisadas surgiram os nomes de *sites* de compartilhamento de experiências gastronômicas brasileiros e estrangeiros. Nesta fase da pesquisa, foram sendo reconhecidos outros *sites* de natureza semelhante provenientes de recomendações de pessoas que tinham informação deste estudo e do olhar mais atento voltado ao assunto.

Cada nome de *site* encontrado foi então verificado por meio dos mecanismos de busca, e os que estavam identificados pelo endereço eletrônico foram acessados diretamente. Em breve avaliação, demonstravam características semelhantes entre si, ou seja, de plataformas que intermediam negócios de gastronomia e relacionamento em ambiente virtual para que se concretizem na realidade de ambientes domésticos. Além dos portais ou *e-commerces* de experiências gastronômicas, foram também identificados *websites* de página única que oferecem esses serviços. Os *sites* de página única, em geral, são produzidos sem alto rigor técnico pelos proprietários de negócios em fase inicial e utilizam estruturas já prontas para *blogs* ou *sites* que podem facilmente concentrar conteúdos como textos e fotos, com objetivo de divulgar pessoalmente uma determinada atividade. Foram identificadas ainda páginas em redes sociais, como *Facebook* e *Instagram*, em que *chefs*-anfitriões divulgam esse mesmo tipo de evento.

Concomitante ao levantamento feito nos meios de comunicação, com o objetivo de verificar seu caráter de ineditismo ou de contribuição ao meio acadêmico, o tema jantar compartilhado foi pesquisado no *Google Acadêmico* do Brasil, com um recorte temporal entre 2010 e 2017. Também foram pesquisadas dissertações referentes a comensalidade que pudessem ter aderência ao tema.

Identificar o que outros pesquisadores já fizeram sobre o assunto, em que campos pesquisaram, quais as suas fontes, a partir de que autores construíram suas análises e como contribuíram com suas publicações abriu frentes para entendimentos sobre hospitalidade, comensalidade e negócios de economia compartilhada.

2.2 Mapeamento dos *sites* de compartilhamento de refeições

Nos estudos exploratórios, os problemas levantados orientam para a tarefa de reunir os documentos, instrumentos e materiais necessários à pesquisa (CERVO; BERVIAN, 1983, p. 188). O mapeamento dos *sites* de compartilhamento de refeições existentes foi feito na *internet* por meio da digitação dos nomes ou endereços, algumas vezes, apenas com a referência de um nome mais conhecido. Entre os *sites* encontrados estão: *Dinneer*, *Eatwith*, *Meal Sharing*, *Menutrip*, Meu Bistrô, *Gnammo*, *Travelling Spon*, *Voulez vous Diner*, *Feastly* e *Vizeat*.

Depois de identificados um a um, foram analisadas as características em comum e observadas as principais diferenças entre eles, para uma nova delimitação do campo da pesquisa. Os *sites* foram divididos em categorias apenas para efeito de análise: portais nos quais anfitriões e comensais se cadastram, que foram chamados de *sites* de compartilhamento de refeições (SCR); os de página única, que se convencionou chamar de *sites* autônomos (SA), por oferecerem experiências em casas de *chefs*-anfitriões sem vínculo com plataformas maiores, como *Dinneer*, *Eatwith* etc.; as plataformas que servem somente para compra de refeições (PCR) (e não se encaixaram no foco desta pesquisa), e as plataformas para *chefs* de cozinha que oferecem serviços personalizados (PPC). No item 3.1, o quadro 3 apresenta os nomes dos principais *sites* identificados e as categorias que os diferenciam.

Foram estabelecidos critérios para delimitar o campo desse estudo no que se refere a *sites* de compartilhamento de refeições, sendo considerados os que apresentavam oferta de experiências gastronômicas em ambientes domésticos dos próprios anfitriões (casa, apartamento ou local preparado especialmente para esse fim), atividade no Brasil ou em local de língua portuguesa. Com esses critérios ficaram: *Dinneer*, *Eatwith*, *Meal Sharing* e *Menutrip*. Os demais foram excluídos do escopo devido aos motivos que seguem: Meu bistrô é uma plataforma na qual são disponibilizados menus e *chefs* para cozinhar em casa de pessoas como *personal chefs*; A comida da vizinha (Portugal) e *Share your meal* (Holanda), são o mesmo *site* só que regionalizados, eles cadastram pessoas que querem vender refeições; *Gnammo* (italiano), *Travelling Spoon* e

Feastly (norte-americanos) e *Voulez vous Diner* e *Vizeat* (franceses) não atuavam no Brasil ou com anfitriões de língua portuguesa naquele momento.

Uma vez mapeadas as plataformas, estabelecidos os critérios que delimitam o campo da pesquisa e selecionados os *sites* que seriam estudados, uma nova etapa transcorreu ainda no ambiente virtual, a de vivenciar, experimentar as ferramentas e funcionalidades dos *sites*. Uma forma de observação participante, como uma etnografia realizada no ambiente virtual, ou seja, uma transposição virtual da pesquisa feita face a face (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008).

Num estudo como este, que trata de negócios realizados em *sites* de compartilhamento de refeições, adaptar-se usando esse procedimento metodológico pareceu imprescindível para um levantamento dos dados que não poderia ser feito em outro ambiente, uma vez que eles somente se encontram na própria *internet*.

Obedecendo os critérios mencionados anteriormente, foram coletados os seguintes dados nos *sites* *Eatwith*, *Dinneer*, *Meal Sharing* e *Menutrip*: características específicas de cada *site* (textos, fotos, depoimentos etc.), funcionalidades, aspectos relativos à navegação, facilidades ou dificuldades para o cadastramento de menus como anfitrião, formas de agendamento, pagamento e confirmação das experiências gastronômicas escolhidas pelos clientes. Apenas para que fossem feitas comparações o *site* do *Aibnb* também analisado levando-se em conta que os serviços prestados são distintos.

Os *sites* autônomos, por ora, não ofereciam oportunidade para que neles fossem feitos cadastramentos de perfis ou menus. Dadas as suas características e funções que os diferem dos demais *sites* foram acessados em momento posterior da pesquisa como fontes de contato com *chefs*-anfitriões, a fim de que estes fossem entrevistados.

Para a coleta das informações sobre os *sites*, recorreu-se à pesquisa etnográfica realizada no ambiente virtual da *internet*. Nas quatro plataformas citadas, foram cadastrados perfis (de anfitrião e cliente) e senhas, e realizadas tentativas de reservas de experiências usando as ferramentas disponibilizadas.

Para se tornar um anfitrião nesses *sites* é preciso cadastrar um perfil que, dependendo do critério adotado por cada plataforma e seu modelo de negócio, é aceito ou não. Além do perfil, cada *chef*-anfitrião cadastra também os menus

que pretende oferecer. Foram cadastrados sete menus entre jantares, uma alternativa de almoço e uma opção de chá da tarde, distribuídos entre as quatro diferentes plataformas.

Depois de cadastrados os perfis, mapeadas as características de cada *site* e iniciado o relacionamento com as plataformas tanto como cliente quanto como anfitriã, a pesquisa seguiu para uma nova fase que se refere à participação em jantares compartilhados e a entrevistas com anfitriões, comensais e donos de *sites*.

2.3 Pesquisa Etnográfica

A pesquisa etnográfica consiste na imersão do pesquisador no campo pesquisado. O método etnográfico originou-se no campo da Antropologia e propõe que o pesquisador se insira no ambiente e no cotidiano do grupo investigado com o objetivo de coletar dados por meio de observação participante e entrevistas semiestruturadas. (VERGARA, 2010).

A descrição etnográfica não é apenas uma atividade perceptiva e linguística que toma esta ou aquela cultura como objeto, ela é uma atividade que se reforma e se reformula permanentemente através do contato com determinada cultura [...] O etnógrafo não poderia ser o porta-voz da sociedade que ele estuda nem o ideólogo de sua própria sociedade, mas sim o observador crítico e vigilante das duas. (LAPLANTINE, 2004, p. 121 - grifo do original)

Desde a transposição da soleira, quando se encontram anfitriões e hóspedes (ou comensais) num ambiente doméstico, um ritual se encena. Todos os que dele participam desempenham papéis para os quais, embora não haja um texto antecipadamente decorado, há um *script* social a ser seguido. Trata-se da narrativa da comensalidade. Mesmo diante do risco do improvisado, os atores são pessoas que têm motivações, expectativas e anseios que, no decorrer da cena, se tornam mais ou menos aparentes. Diante da narrativa da encenação, cabe ao pesquisador descrever a cena.

Segundo Laplantine (2004, p. 34):

A descrição entra em conflito permanente com a narração da qual ela para o percurso. Enquanto esta última é dinâmica, tempo, movimento, desenvolvimento de uma intriga no seio da qual evoluem personagens, a descrição demora, para na

imagem, concentra sua atenção sobre um dado momento, sobre um lugar preciso, sobre um episódio decisivo.

Para descrever, o pesquisador necessita de elementos que o conduzam a uma observação factível, sem juízos e preconceitos. Portanto, em busca de compreender o ato de compartilhar a mesa, a cena hospitaleira e a cena gastronômica, o método adotado para o desenvolvimento dessa pesquisa foi a etnografia. Foram utilizados neste trabalho os instrumentos mais comuns da pesquisa etnográfica que são a observação participante e a realização de entrevistas mediante o uso de roteiro de perguntas.

2.3.1 Observação participante

Quando se está interessado em compreender a dinâmica de um grupo no seu meio natural, para prover uma perspectiva holística e natural das matérias a serem estudadas, a observação participante é um bom caminho para o pesquisador. (MÓNICO et al., 2017)

Nesta pesquisa, a participação em experiências gastronômicas como anfitriã e comensal fez parte da estratégia metodológica escolhida. Além de testar como cliente os mecanismos dos *sites* de compartilhamento, a presença física e o envolvimento pessoal nos eventos estudados foram fundamentais na coleta de dados.

Vale explicar que, para participar de um evento como comensal, existe uma etapa que antecede a ida à casa do *chef*-anfitrião que trata da compra da experiência, neste caso específica, nos *sites* de compartilhamento de refeições. Primeiro o cliente escolhe a cidade, o anfitrião e o menu que pretende experienciar e a data para o jantar, por exemplo. Em seguida, é feita uma solicitação de compra da opção escolhida. Se aceita pelo *chef*-anfitrião, a compra se concretiza e o evento fica marcado.

Foram realizadas quinze tentativas de compras nos *sites* *Menutrip*, *Meal Sharing*, *Eatwith* e *Dinneer*. Dessas tentativas, duas experiências se concretizaram, como comensal: *Uma Noite em Casablanca* e *Sabores do Interior*.

Do mesmo modo que o cliente se relaciona com o *site*, assim também ocorre com o anfitrião que cadastra um perfil e seus menus com descrições e

fotos dos pratos e harmonizações e dos ambientes a serem comprados. Foram cadastrados e validados pelos *sites* sete menus. Essa ação tinha a finalidade de vivenciar a experiência de *chef*-anfitriã atendendo a comensais provenientes de compras feitas nos *sites*, mas não houve qualquer demanda durante todo o período da pesquisa. No entanto, como participante de duas das atividades promovidas pelo *Dinneer* para divulgação do *site* e engajamento de anfitriões, uma chamada “Jogo de Panelas⁴” e outra “*Masters of Pasta Barilla*⁵”, em duas oportunidades foram realizados jantares em casa como *chef*-anfitriã e, em troca, houve a possibilidade de participar como comensal em dois jantares: *Balaio* e *Brutus Gourmet*.

A observação participante nesta pesquisa também ocorreu em outras experiências gastronômicas compartilhadas, todas na cidade de São Paulo, no ano de 2018: um jantar realizado no apartamento da pesquisadora (*Lá em Casa pra Jantar*); um café da manhã (*Sabores do Interior*) e um jantar (*Uma Noite em Casablanca*) adquiridos por meio do *Dinneer*, bem como um jantar comprado diretamente com a *chef*-anfitriã (*Quitutes de Mãinha*). Nessas ocasiões, foram observadas e anotadas informações sobre o ambiente, a comida e as interações à mesa.

2.3.2 Roteiros para pesquisa semiestruturada

De fundamental importância para a pesquisa, os roteiros de perguntas para as entrevistas foram construídos tendo como objetivo a caracterização da cena gastronômica como um ritual de hospitalidade e comensalidade em ambientes domésticos. Para tanto, buscou identificar os atores que dela participam; saber como reconhecem o ambiente da cena, como se dá a experiência entre *chef*-anfitrião e hóspede-comensal e o que pensam sobre a comida e o ato de comer juntos. “A entrevista não é simples conversa. É conversa orientada para um objetivo definido: recolher, através do interrogatório do informante, dados para a pesquisa”. (CERVO; BERVIAN, 1983, p. 157)

⁴ Três anfitriões participaram de um jogo em que, a cada semana, um deles recebia os outros dois para jantar em casa.

⁵ Os anfitriões participaram de um treinamento com massas Barilla e depois realizaram um jantar com os produtos da marca para influenciadores digitais em suas casas.

Foram criados roteiros para a realização de pesquisa semiestruturada com as partes envolvidas: anfitriões, participantes dos eventos e responsáveis pela administração/ proprietários dos *sites*. Para a elaboração das perguntas abertas, a experiência como anfitriã e cozinheira em casa, oferecendo eventos com a mesma natureza (ou semelhante), aliada à revisão da literatura, foi um fator decisivo.

Três roteiros de perguntas distintos foram construídos: um para anfitriões (Apêndice A), outro para comensais (Apêndice B) e um terceiro para empreendedores de *sites* de compartilhamento de refeições (Apêndice C).

Para a realização das entrevistas adotou-se o uso do gravador, tanto as presenciais quanto as feitas por telefone, tendo sido duas delas realizadas por *Whatsapp* a pedido dos entrevistados. As entrevistas foram transcritas, “respeitando o vocabulário, o estilo e as eventuais contradições da fala” (SILVA; SILVEIRA, 2004, p. 158)

A entrevista semiestruturada deve conter: “perguntas abertas, feitas oralmente em ordem prévia, mas na qual o entrevistador pode acrescentar questões de esclarecimento ou instigar as respostas do entrevistado” (SILVA; SILVEIRA, 2004, p. 158). Ela se caracteriza pela informalidade e casualidade, respeitando o tempo e o raciocínio do entrevistado, porém, aproveitando falas que possibilitam novos questionamentos pertinentes ao trabalho, o que se observou nas que foram realizadas.

No roteiro de perguntas para anfitriões, a primeira questão refere-se às motivações para abrir as portas de suas casas a fim de receber pessoas. Fundamentam essa indagação os referenciais teóricos sobre domínios da hospitalidade de Camargo (2015) e Lashley (2004), bem como as características da pessoa hospitaleira, a hospitabilidade de Telfer (2004), e como Gotman (2009) refere-se à hospitalidade gratuita e a comercial. Questões sobre frequência, público-alvo e faturamento, e em que *sites* são oferecidos os serviços, além de outras fontes de divulgação, têm o objetivo de compreender o negócio como um todo e suas especificidades vistas sob o ponto de vista do anfitrião, sem o qual o encontro hospitaleiro e a cena gastronômica não se viabilizam. Uma indagação sobre como é montado o menu oferecido suscita questões de caráter financeiro, distintivo, de formação do gosto, de pertencimento e de referências sobre o tipo de culinária oferecida. Os autores

que respaldam essa parte da pesquisa são Bourdieu (1989, 2007), Fischler (2001, 2011), Montanari (2013) e Carneiro (2013). Por fim, somou-se uma pergunta sobre a relação entre anfitrião e seus convidados, clientes ou comensais, visando a identificar a comensalidade de Boutaud (2011), as regras da hospitalidade de Pitt-Rivers (2012) e a metahospitalidade de Lugosi (2008).

A primeira questão do roteiro de entrevista para os comensais é sobre o motivo que leva uma pessoa a querer participar de uma experiência gastronômica na casa de um *chef* de cozinha. Os autores que fundamentam esse questionamento são Boutaud (2011), que trata de diversos aspectos que envolvem a comensalidade, Bourdieu (2007) sobre o *habitus* e a formação do gosto de classes, e Grassi (2011), que teoriza sobre o ato de transpor a soleira a partir do mito de Hestes e Héstia. Estão contemplados no roteiro de perguntas a frequência da participação, a recorrência, como se dá a escolha e os valores financeiros considerados aceitáveis para a participação nesse tipo de evento, e como soube da experiência. Além disso, há perguntas específicas sobre como é visto o anfitrião pelo comensal e quais *sites* de compartilhamento de refeições conhece ou faz uso. Aos entrevistados também é pedido que seja feita uma descrição breve de uma ou mais de suas experiências, e que falem sobre como se sentiram diante de seu anfitrião. Respaldam essa parte da pesquisa os referenciais teóricos de Boutaud (2011) sobre o ritual à mesa, o comer simbólico, a busca pela transcendência e compartilhamento de valores, enfim, a cena gastronômica; e Camargo (2015), que trata dos interstícios da hospitalidade.

O foco das entrevistas feitas com empreendedores de *sites* de compartilhamento de refeições esteve voltado ao entendimento do potencial de crescimento desse tipo de negócio. As perguntas abordaram por que o negócio foi criado, qual o investimento realizado, qual o potencial de crescimento, expectativas, critérios para escolha dos anfitriões, riscos do negócio, tipo de público esperado, principais concorrentes e formas de divulgação. Além disso, o apelo da gastronomia foi especialmente explorado ao se questionar a atratividade do negócio.

2.3.3 Entrevistas

O entrevistador deve planejar a entrevista, delineando cuidadosamente o objetivo a ser alcançado. Obter, sempre que possível, algum conhecimento prévio acerca do entrevistado. Marcar com antecedência o local e o horário para a entrevista. Qualquer transtorno poderá comprometer os resultados da pesquisa. (CERVO; BERVIAN, 1983, p. 157)

Para conseguir entrevistar os diferentes públicos, foram feitos contatos por *e-mail*, telefone e pelas páginas do *Facebook* dos sites *Menutrip*, *Dinneer*, *Meal Sharing* e *Eatwith*, solicitando uma aproximação e apresentando uma primeira ideia da pesquisa. Responderam *Eatwith*, *Dinneer* e *Menutrip*. O propósito desses contatos com as plataformas era informá-las sobre o objetivo da pesquisa e conscientizar sobre a importância de suas contribuições, assim como permitir o acesso aos usuários (clientes e anfitriões).

Eatwith sugeriu que fossem enviadas as características da pesquisa para o *e-mail* do suporte da empresa e que, caso houvesse interesse em responder, haveria uma resposta. Seria necessário aguardar. Passaram-se meses e outras tentativas foram feitas, sem que a empresa demonstrasse interesse.

No *Dinneer*, tão logo se enviou uma mensagem para o suporte por *Whatsapp*, foi oferecido o *e-mail* do dono do site, Flávio Estevam, para quem foi enviada uma mensagem, sem que tenha havido resposta. Passados dez dias, nova mensagem lhe foi enviada. Outra vez, sem resposta. Foi então solicitado o número de *Whatsapp* através do qual o contato pôde ser feito e, após várias tratativas, foi realizada uma entrevista com o proprietário do *Dinneer*, em 4 de abril de 2018. Esse contato direto com o proprietário facilitou o relacionamento posterior com os anfitriões cadastrados neste site.

O telefone de contato que consta do site *Menutrip* não recebe chamadas. Depois de várias mensagens enviadas para o suporte técnico do site, explicando o contato por telefone não atendido e o objetivo da pesquisa, houve uma resposta por *e-mail* informando que um dos responsáveis pela plataforma poderia atender uma entrevista por telefone quando voltasse de uma viagem internacional. Para que não se perdesse o contato novamente, as perguntas da entrevista foram feitas por *Whatsapp* para que fossem respondidas no tempo do

entrevistado. As respostas ao questionário feito foram dadas entre os dias 26 e 27 de novembro de 2018.

Para encontrar anfitriões e comensais dispostos a conceder entrevistas, foram feitos contatos por meio dos próprios *sites*, incluindo a compra de experiências. Cada plataforma tem um modo de contato diferente com os anfitriões. No *Eatwith*, por exemplo, o contato é direto, sendo possível, sem se inscrever, fazer perguntas aos anfitriões sobre o local, o menu e as datas disponíveis. Como, institucionalmente, ninguém do *Eatwith* havia se manifestado quanto aos pedidos anteriores feitos diretamente no *site* – contatos diretos com 58 anfitriões com o objetivo de entrevistá-los. Essa ação, feita em um único dia (6 de março de 2018), foi considerada pela plataforma como um *spam*, o que levou ao bloqueio total da conta e do perfil de usuária. A partir de então, foram enviados pedidos de reconsideração para todas as instâncias do *site*, inclusive para uma das sócias fundadoras. As respostas iniciais foram irredutíveis: a usuária não poderia mais fazer parte da comunidade. Houve então uma tentativa de criar um novo perfil, mas a plataforma reconhece o CPF do usuário no pagamento do cartão de crédito e bloqueia a compra. Uma carta em nome da Universidade foi enviada informando sobre a pesquisa e a situação foi reconsiderada em 8 de maio de 2018.

Das 58 mensagens enviadas aos anfitriões do *Eatwith*, 16 responderam também diretamente para o *e-mail* pessoal cadastrado, negando-se ou se prontificando a conceder entrevista por telefone, *e-mail* ou pessoalmente.

No *Dinneer*, o contato com os anfitriões é restrito até que a compra da experiência seja efetuada, de forma que toda transação é controlada pela plataforma. Os contatos para entrevistas com esses anfitriões ocorreram em função da participação em campanhas de engajamento promovidas pelo próprio *site*, nas quais *chefs* -anfitriões se encontraram pessoalmente. Foram duas ações, Jogo de Pannelas e *Masters of Pasta Barilla*, descritas no item 2.3.1.

No *Menutrip*, os anfitriões podem ser acessados da mesma forma que no *Eatwith*, entretanto, nenhum dos cinco contatos feitos respondeu ao pedido de entrevista, nem mesmo à solicitação de compra de experiências.

Para entrevistar as anfitriãs Larissa, do *Jantar Secreto*, e Mariana, do *Coma Lá em Casa*, os contatos foram feitos diretamente nos telefones

divulgados nos *e-mails* marketing de divulgação dos eventos. Márcio e Luciano, ambos comensais entrevistados, já eram pessoas conhecidas de entrevistadora.

O quadro 2 sistematiza o conjunto de entrevistados e as experiências gastronômicas das quais participaram ou, no caso dos donos de *sites*, em que negócios estão envolvidos, tendo por objetivo identificá-los, uma vez que serão citados nominalmente nos capítulos 3, 4 e 5. As datas, locais e por que meios as entrevistas foram concedidas demonstram o desenvolvimento da pesquisa no tempo e que houve adaptação quanto aos meios de contato para que se construísse uma base segura de informações para serem analisadas.

Participante	Categoria	Nome da Experiência	Entrevista		
			Data	Local	Meio
Aimar	anfitrião	Uma Noite em Casablanca	24/jan/18	Vila Clementino São Paulo	Presencial
Cecília (Ciça)	comensal	Quitutes de Mãinha	19/out/18	São Paulo	Telefone
Cláudio	anfitrião e comensal	<i>Dine with local in Rio de Janeiro</i>	04/abr/18	Rio de Janeiro	Telefone
Daniel	<i>chef</i> -anfitrião	Brutus Gourmet	20/jul/17	São Caetano	Presencial
Flávia	<i>chef</i> -anfitriã	Quitutes de Mãinha	03/abr/18	Cambuci São Paulo	Telefone
Flávio	dono de site	<i>Dinner</i>	03/abr/18	Campo Grande	<i>Whatsapp</i>
Guaraciaba	comensal	Quitutes de Mãinha	24/jan/18	São Paulo	Telefone
Ilária	<i>chef</i> -anfitriã e comensal	A Itália encontra o Brasil	12/nov/18	Vila Nogueira São Paulo	Telefone
Kleber	anfitrião	Pasta e Poesia	02/abr/18	São Paulo	Telefone
Larissa	anfitriã	Jantar Secreto	11/abr/18	São Paulo	Telefone
Liana	<i>chef</i> -anfitriã	Culinária de Todas as Cores	02/abr/18	Bela Vista São Paulo	Telefone
Luciano	comensal	Frutos do Mar (Florianópolis)	05/nov/18	Higienópolis São Paulo	Presencial
Luciene	comensal	Quitutes de Mãinha	15/out/18	São Paulo	Telefone
Ludmila	anfitriã	Sabores do Interior (café da manhã)	26/mai/18	Vila Maria São Paulo	Não houve entrevista
Márcio	comensal	Lá em Casa pra Jantar, <i>Chef</i> em Brasília e Florianópolis	06/nov/18	Higienópolis São Paulo	Presencial
Mariana	<i>chef</i> -anfitriã	Coma Lá em Casa	19/nov/18	Brasília	Telefone
Mariana R.	comensal	Quitutes de Mãinha	05/nov/18	São Paulo	Telefone
Miguel	<i>chef</i> -anfitrião	Uma Noite em Casablanca	24/jan/18	Vila Clementino São Paulo	Presencial
Paulo	anfitrião	Balaio	20/jul/17	São Paulo	Presencial
Renato	dono de site	<i>Menutrip</i>	26/nov/18	São Paulo	<i>Whatsapp</i>
Samanta	anfitriã	Brutus Gourmet	20/jul/17	São Caetano	Presencial
Wilma	comensal	Quitutes de Mãinha	18/out/18	São Paulo	Telefone

Quadro 2 – Sujeitos da Pesquisa

Fonte: A autora (2018)

Todos os 21 entrevistados foram informados antecipadamente sobre os objetivos da pesquisa e assinaram termo de consentimento livre e esclarecido. As 16 entrevistas individuais e 2 em conjunto (3 entrevistados numa ocasião e 2 entrevistados em outra) foram feitas e transcritas pela própria pesquisadora. Cada entrevista teve duração média de vinte minutos e cada transcrição demorou entre três a quatro horas. Em alguns casos, para a transcrição foi necessário o uso de fone de ouvido e amplificador de som devido aos ruídos das gravações. As transcrições passaram por revisão de língua portuguesa e, quando necessário, foram editadas para que pudessem ser utilizadas como citações diretas no texto desta dissertação.

2.4 Análise de conteúdo

De acordo com Bardin (1977), a análise de conteúdo constitui-se de três fases: a pré-análise; a exploração do material, tratamento dos resultados e inferência; e a interpretação.

A autora sugere que a pré-análise consiste em escolher os documentos que serão analisados, partindo da seleção de hipóteses ou suposições de acordo com a pesquisa e por meio de indicadores definidos. Para ela, esses fatores não são obrigatoriamente sucessivos, nem ocorrem em ordem cronológica, mas se mantêm ligados um ao outro. Sendo assim, a escolha dos documentos pressupõe uma coerência com o objeto e o problema de pesquisa e requer uma preparação do material adequada aos objetivos pretendidos.

Compuseram o *corpus* documental desta pesquisa: os textos das transcrições das entrevistas realizadas mais os conteúdos dos *sites*, as anotações do caderno de campo e peças de divulgação das experiências gastronômicas como *e-mails* marketing e páginas da web. O material coletado obedeceu às regras de representatividade, homogeneidade e de pertinência de que trata Bardin (1977), visto que a amostragem foi rigorosamente representativa frente ao universo inicial, os documentos cumpriram critérios precisos de escolha, não têm demasiada singularidade e se adequam ao objetivo geral.

O que se supunha para a pesquisa ao serem criados os roteiros de perguntas se demonstrou pertinente nas entrevistas. A partir da repetição de sentido das falas dos entrevistados, realizaram-se os recortes de unidades de significação.

Na verdade, o tema é a unidade de significação que se liberta naturalmente de um texto analisado segundo certos critérios relativos à teoria que serve de guia à leitura. O texto pode ser recortado em ideias constituintes, em enunciados e em proposições portadoras de significados isoláveis. (BARDIN, 1977, p. 105)

Segundo Bardin (1977), a análise temática consiste em descobrir “núcleos de sentido” no *corpus* documental. Somente das entrevistas foram relacionadas 18 unidades de significação que, conforme foram reagrupadas e aglutinadas, resultaram em categorias de acordo com conceitos-chave alinhados ao referencial teórico. Um exemplo é a unidade que se refere a questões financeiras. Tratado inicialmente como o preço cobrado pelo anfitrião e, em contrapartida, pago pelo comensal para participar de uma experiência gastronômica, o tema apareceu também nas falas de entrevistados que se referiam aos custos de estoque que interferem na definição do menu ofertado. Outro exemplo é o da unidade de significação hospitalidade em ambientes domésticos e comerciais, que, por afinidade, foi juntada com a unidade de significação lugar da hospitalidade. Mesmo em contextos parecidos, têm interpretações distintas.

Também se percebeu, durante a categorização, que a unidade temática permite que um mesmo tema se adegue a mais de uma categoria. Isso justifica que, em algumas falas de entrevistados, o tema tratado inicialmente seja um mas, no decorrer da fala, já se esteja tratando também de outro.

O tema, enquanto unidade de registo, corresponde a uma regra de recorte (do sentido e não da forma) que não é fornecida uma vez por todas, visto que o recorte depende do nível da análise e não de manifestações formais regulares. Não é possível existir uma definição de análise temática, da mesma maneira que existe uma definição de unidade linguística. O tema é geralmente utilizado como unidade de registo para estudar motivações de opiniões, de atitudes, de valores, de crenças, de tendências etc. (BARDIN, 1977, p. 105–106)

Restaram onze categorias: vínculo/interação, anfitrião e comensal, lugar de hospitalidade, ambiente doméstico/ambiente comercial, questões financeiras,

encenação/ritual, comida, distinção, entretenimento, divulgação e *sites*. Diferentemente do que é proposto na obra de Bardin (1977), este trabalho não tratou de excluir mutuamente temáticas que pudessem pertencer a mais de uma categoria. Isso se justifica pela pertinência do tema a mais de uma delas. Optou-se por mantê-las, em favor de refletir cientificamente sobre as mesmas.

Uma vez coletados os dados e categorizados, veio a etapa da inferência na análise dos conteúdos. Como mencionado, o papel desempenhado como entrevistadora resultou em impressões, sensações e sentimentos diante dos entrevistados. Mesmo buscando imparcialidade, ao se valer de técnicas de pesquisa, o pesquisador constrói, desde a mais tenra etapa de seu trabalho, ao definir seu objeto, um olhar sobre o mesmo, o que lhe facilita inferir sobre o material coletado para reconhecer nos resultados os seus pressupostos de pesquisa.

Quando uma pessoa é entrevistada sobre determinado assunto, seus relatos e descrições carregam em si impressões, sensações baseadas em valores simbólicos. As variáveis de inferência construídas para esta análise referem-se às motivações de *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais e desdobram-se em valores referentes a: hospitalidade (vínculo/interação), anfitrião e hóspede (papeis e características), ambiente doméstico (lugar de hospitalidade, ambiente doméstico/ambiente comercial e questões financeiras) e cena gastronômica (ritual, encenação, entretenimento e comida). Não por outro motivo, esses são os temas desenvolvidos nos capítulos 4 e 5, logo após à caracterização dos *sites* de compartilhamento de refeições como mediadores da comensalidade e da hospitalidade que se realiza em ambientes domésticos e da análise da entrevista com empreendedores de *start ups*.

CAPÍTULO 3 – SITES E ENTREVISTAS COM EMPREENDEDORES

Este capítulo conta como surgiram os primeiros *sites* de compartilhamento de refeições, trata de seus modelos como negócio de *internet* e mostra como quatro deles funcionam. Apresenta-os como um negócio mediador da relação entre *chefs*-anfitriões e hóspedes comensais para experiências gastronômicas e de comensalidade em ambientes domésticos. Traz a análise do conteúdo das entrevistas realizadas com proprietários de *sites* de compartilhamento de refeições a partir do referencial teórico da hospitalidade, da comensalidade e da comida como cultura.

3.1 *Sites* de compartilhamento de refeições

Em 2011 surgiu o *Meal Sharing*, primeira plataforma para ajudar pessoas que buscam ou oferecem refeições para compartilhar criada pelo viajante norte-americano Jay Savsani. Desde então, até meados de 2017, pode-se observar um crescente aumento da oferta desses serviços. Até o fim do ano de 2018, já foram identificados mais de dez *sites* concorrentes entre si que oferecem ambientes e refeições nesses moldes em mais de 150 países.

Parte-se de uma ideia simples: o *site* é o ambiente virtual no qual os cozinheiros ou *chefs* de cozinha oferecem seus menus. Eles cadastram seus perfis e as experiências gastronômicas que querem divulgar, com descrições de ingredientes, harmonizações, as datas disponíveis e, principalmente, fotografias de pratos e preparos que ativam o paladar de quem vê, bem como imagens de ambientes domésticos que estimulam o imaginário da refeição, com pessoas confraternizando, comendo e bebendo ao redor de uma mesa. Cria-se assim uma espécie de vitrine virtual, como um cardápio composto por menus de *chefs*-anfitriões que atendem em ambientes domésticos, distintos de um restaurante. Diante disso, potenciais clientes podem escolher o tipo de comida que desejam comer, na casa de quem, em que padrão de ambiente, sentando-se à mesa com quais pessoas, pagando que valores, em que ocasião ou data.

As histórias do *Meal Sharing* e de seu concorrente *Eatwith* mostram que seus idealizadores criaram esse tipo de negócio porque são pessoas que amam

viajar, a fim de conhecer novas culturas. Eles tiveram a oportunidade de compartilhar a mesa da refeição na casa de cidadãos dos lugares em que estiveram e as experiências foram positivamente inesquecíveis. Supondo que, como eles, outros viajantes também gostariam de experimentar esse tipo de comensalidade, criaram plataformas na *internet* para conectar as pessoas que queriam ter com as que podiam e queriam oferecer as experiências em suas casas.

Nesse mesmo período, houve um *boom* de interesse pela gastronomia no mundo, o que pode ser constatado pelo aumento de programas de TV, filmes, documentários, *sites*, *blogs*, *podcasts*, cursos, livros e eventos sobre o assunto. No Brasil, “de acordo com um levantamento feito pelo Inep/MEC, as faculdades especializadas em gastronomia cresceram 64%, entre os anos de 2010 e 2016” (PORTAL TERRA, 2018). Isso pode ter contribuído para a criação do modelo de negócios dos *sites* de compartilhamento de refeições, em que cozinheiros ou *chefs* de cozinha se tornam anfitriões oferecendo menus gastronômicos em seus espaços domésticos para pessoas que querem participar de uma experiência que envolve comida, bebida e socialização.

Apesar do nome com apelo estrangeiro, *Dinneer* é um *site* brasileiro, do centro-oeste do país, que disputa mercado com *Eatwith*, *Menutrip*, Meu bistrô, *Gnamo*, *Travelling Spon*, *Voulez vous Diner*, *Feastly*, *Vizeat* e outros. São mostras de que a economia compartilhada ou colaborativa chegou à alimentação, como o *Uber* para os deslocamentos ou o *Airbnb* para a hospedagem.

Na mídia, esses *sites* são chamados de “*Airbnbs* da comida” devido à semelhança do modelo com o do *Airbnb*, que intermedia a relação de locação de espaços de hospedagem entre locador e locatário (ambos como pessoas físicas) e cobra uma taxa pelo uso da plataforma em que as ofertas são cadastradas cada uma com suas especificidades. No entanto, variam pouco: há *sites* que cobram uma taxa do cliente pelo gerenciamento do serviço, como na venda de ingressos pela *internet*; outros cobram do *chef* que recebe do *site* um valor percentual menor do que o que foi cobrado do cliente.

O quadro 3 abaixo sistematiza e classifica os *sites* pesquisados: mostra os nomes e os endereços eletrônicos acessados de 15 *sites*. Os quatro nomes em negrito referem-se aos escolhidos para serem analisados, conforme os

critérios descritos no item 2.2, o que justifica a apresentação dos tipos de *sites*, origem geográfica e idioma do país em que oferecem as experiências de refeições compartilhadas.

Nome	Endereço eletrônico	Tipo de Site	País de origem	Local de Língua Portuguesa
<i>A comida da vizinha</i>	www.acomidavizinha.pt	PCR	Portugal	x
<i>Coma Lá em Casa</i>	https://comalaemcasa.com.br	SA	Brasil	x
<i>Dinneer</i>	https://dinneer.com	SCR	Brasil	x
<i>Eatwith</i>	https://www.Eatwith.com	SCR	Israel	
<i>Feastly</i>	https://eatfeastly.com	SCR e PPC	EUA	
<i>Gnammo</i>	https://gnammo.com	SCR	Itália	
<i>Jantar Secreto</i>	www.jantarsecreto.com	AS	Brasil	x
<i>Lá em Casa pra Jantar</i>	laemcasaprajantar.blogspot.com	AS	Brasil	x
<i>Meal Sharing</i>	https://www.mealsharing.com	SCR	EUA	x
<i>Menutrip</i>	https://Menutrip.com.br	SCR	Brasil	x
Meu bistrô	https://meubistro.com	PPC	Brasil	x
<i>Share your meal</i>	www.shareyourmeal.net	PCR	Holanda	
<i>Travelingspoon</i>	https://www.travelingspoon.com	SCR	EUA	
<i>VizEat (Eatwith)</i>	https://www.eatwith.com	SCR	França	
<i>Voulez vou diner</i>	https://www.voulezvousdiner.com	SCR	França	

Legenda: PPC – plataforma para *personal chefs*; PCR – plataforma para compra de Refeição; SA – site autônomo e SCR – site de compartilhamento de refeições

Quadro 3 - Sites

Fonte: www.acomidavizinha.pt; <https://comalaemcasa.com.br>; <https://dinneer.com>; <https://www.eatwith.com>; <https://eatfeastly.com>; <https://gnammo.com>; www.jantarsecreto.com; laemcasaprajantar.blogspot.com; <https://www.mealsharing.com>; <https://menutrip.com.br>; <https://meubistro.com>; www.shareyourmeal.net; <https://www.travelingspoon.com>. Sistematizado pela autora (2019).

São características comuns a todos os *sites* avaliados, *Dinneer*, *Eatwith*, *Meal Sharing* e *Menutrip*, os textos descritivos dos serviços que ofertam experiência gastronômica e encontro hospitaleiro, as imagens de pessoas sorridentes confraternizando ao redor de uma mesa farta, e os formulários para cadastramento e *login* tanto para anfitriões quanto para clientes. Nas áreas de cadastro dos anfitriões, são solicitados dados do perfil como preferências, *hobbies*, ocupações e interesses com o objetivo de apresentar a personalidade do cozinheiro e seus atrativos de personalidade. Para cadastrar os menus, há formulários para preenchimento dos pratos, divididos ou não em tempos: entrada, prato principal, sobremesa, bebidas etc. Todos os *sites* estão disponíveis em inglês e em mais um idioma, no mínimo. Além de se cadastrar, o

visitante do *site* pode também se inscrever para receber *newsletters* e informativos sobre promoções.

Quando se trata da navegação, nem sempre são muito amigáveis. Há dificuldades para buscar menus, cidades e para as ações referentes à compra da experiência. Os modelos de *e-commerce* usados pelos *sites* são semelhantes. Em todos, o usuário cadastrado escolhe a experiência que lhe agrada, faz a opção de compra e opta por um meio de pagamento.

No *Eatwith* é necessário preencher os dados do cartão de crédito e, caso o anfitrião não aceite a compra em até 48 horas, o pagamento não é integralizado. Nesse *site*, é possível fazer uma reserva para uma só pessoa. Não há número mínimo obrigatório para fazer o pedido. No *Dinneer*, a partir de mudanças recentes, é possível optar pelo pós-pagamento, ou seja, o serviço será pago mediante a confirmação do atendimento pelo anfitrião e depois de feitas todas as tratativas de datas, horários, adequação de menu etc. Anteriormente, era necessário efetuar o pagamento e, em caso de indisponibilidade no período e do anfitrião escolhido, um crédito ficava disponível para o cliente usar em outra ocasião. Nesse *site*, somente algumas das experiências exigem número mínimo de participantes no momento da solicitação. No *Menutrip* é preciso fazer uma consulta ao *chef*-anfitrião e há um número mínimo de refeições a serem servidas. Portanto, se não for fechado um grupo mínimo, não há jantar. O pagamento é feito depois de confirmadas as reservas. No *Meal Sharing* são feitos os pedidos de reserva e se aguardam as confirmações para que corram os trâmites de pagamento.

Em todos os *sites* de compartilhamento de refeições estudados há um período de espera para a confirmação do evento. No entanto, não há prazos estipulados para que as reservas deixem de ser válidas. Diferentemente do serviço de reservas do *Airbnb*, que obriga o hóspede a aguardar a resposta de um anfitrião para poder consultar outro, sob pena de que, se ambos aceitarem, o cliente terá que pagar por todas as reservas solicitadas, nos *sites* estudados de experiências gastronômicas o cliente não é obrigado a fechar o negócio consultado. Por outro lado, no *Airbnb*, se após 24 horas da solicitação de reserva o anfitrião não tiver respondido, o hóspede fica automaticamente desobrigado a fechar a reserva e poderá consultar outros locais. Nos *sites* de compartilhamento de refeições, o cliente fica indefinidamente aguardando uma resposta dos

anfitriões, sem que as empresas intermediárias, ou seja, os *sites*, intervenham. Não há qualquer notificação sobre a condição das reservas solicitadas.

Desde o início desta pesquisa, os termos de uso e política de privacidade desses *sites* foram sendo atualizados e, uma vez que os usuários decidam oferecer ou comprar experiências gastronômicas por meio deles, esses documentos têm força de contrato e esclarecem direitos e obrigações entre as partes. Mas não foi sempre assim. Na prática, embora os *sites* tenham regras de uso, não há nenhum tratamento legal na relação que envolve o *site* como empresa e seus clientes (comensais) e prestadores de serviços (anfitriões). As partes ficam desobrigadas ao cumprimento do que se propõem, o que pode resultar em compromissos não cumpridos, principalmente em relação ao tempo de resposta dos pedidos de jantares feitos. Por exemplo: supondo que um viajante estrangeiro deseje ter uma experiência em casa de um paulistano que está cadastrado como anfitrião e tenha um tempo de permanência de quatro dias na cidade, ele pode não ter sua solicitação atendida a tempo, devido à falta de prazo para que os anfitriões se posicionem.

Segundo os administradores do *Dinneer*, esse é um dos principais desafios a serem transpostos. Eles alegam que existe uma forte política de engajamento dos anfitriões sendo realizada pela empresa para mudar tal situação. No entanto, esta pesquisa mostra que a política não vem surtindo efeito, já que em 15 oportunidades distintas foram solicitados jantares pela pesquisadora e somente dois se efetivaram “sob condições”. Para conseguir efetuar a compra das experiências, foi necessária a intervenção pessoal de um dos administradores do *Dinneer*, que realizou tratativas entre anfitrião e cliente até que a negociação se transformasse em compra, o que, supostamente, deveria ocorrer diretamente na plataforma de serviços da *internet*, como se dá, por exemplo, no *Airbnb*.

No *Meal Sharing* também não há prazo definido para a resposta dos anfitriões. A demanda do comensal fica aberta até que ele receba uma resposta, o que pode não ocorrer, ou até que desista e tente optar por outras experiências.

Como em cada plataforma há uma forma de contato diferente com os anfitriões, o que já foi explicado no item 2.3.2, nem sempre é possível para o comensal expor suas necessidades reais e se adequar ao que pode oferecer o anfitrião.

Pelo lado da experiência como anfitrião, para esta pesquisa foram cadastrados: um menu no *Meal Sharing*, três menus no *Menutrip*, três menus no *Dinneer* e um no *Eatwith* (este último não foi aceito). Dentre o total de sete opções distribuídas nas plataformas mencionadas, o perfil cadastrado não obteve nenhuma demanda. Uma única exceção ocorreu quando o *Dinneer* realizou entre fevereiro e dezembro de 2017 a campanha “o melhor emprego do mundo”, um concurso para premiar a dupla que fizesse o melhor vídeo durante uma experiência *Dinneer*. O prêmio seria um emprego que consistiria em viajar por 42 países com todas as despesas pagas durante meses apenas participando de jantares de anfitriões cadastrados no *site*. Apesar da demanda ter ocorrido, o jantar não foi realizado por incompatibilidade de datas e devido ao número mínimo de participantes para compor a mesa.

Todas as plataformas estudadas utilizavam ferramentas de *internet* para divulgação. Entre elas, *newsletters* são enviadas por e-mail com notícias relativas ao negócio como estratégias e argumentos para atrair clientes, receitas de preparos para ocasiões especiais, dicas de bem receber, *chefs* em destaque, campanhas voltadas a datas festivas como Dia dos Namorados e Dia das Mães. Outras ferramentas são as diversas mídias digitais, com especial ênfase para o *Facebook* e o *Instagram*, que são as mais mencionadas pelas plataformas e pelos anfitriões.

Os *sites*, esporadicamente, lançam campanhas para o engajamento de seus anfitriões. Como exemplo, o *Dinneer* já teve uma ação com a cerveja Brahma Extra em 2015, uma campanha para criação de pratos da culinária brasileira em 2016, uma brincadeira para que os anfitriões se envolvessem entre si chamada Jogo de Panelas em 2017, uma ação denominada *Masters of Pasta* em parceria com a marca Barilla, e uma campanha com o tempero Sazon, em 2018. Além disso, os anfitriões que mais realizam eventos recebem o título de “embaixadores” do *Dinneer*. O *Eatwith* já promoveu campanhas de acordo com as estações do ano, ofertas especiais para participação em experiências em determinadas cidades do mundo e promove os anfitriões que mais fazem eventos na página principal, o que também ocorre no *Menutrip*. Em janeiro de 2019, o *Eatwith* passou a oferecer uma ferramenta para a compra de eventos privativos no *site*.

3.2 Entrevistas com donos de sites

Segundo o empreendedor de negócios de *internet* proprietário do site de compartilhamento de refeições *Dinneer*, Flávio Estevam, essa plataforma foi fundada por ele em 2014 graças a seu *feeling* empreendedor, pois já havia participado de outros negócios de *internet*. O *Dinneer* veio de uma observação que ele fez do comportamento das pessoas na rede social *Instagram*, quando uma pessoa publicou uma foto de um jantar em sua casa e várias outras comentaram pedindo para jantar na casa dela. Perguntando-se se já havia algo parecido, buscou respostas na *internet* e encontrou modelos, entre eles, o de hospedagem, *Airbnb*, no qual se inspirou para montar o *Dinneer*. “O *Airbnb* foi e é a nossa grande referência até hoje.” (Flávio, 2018)

Renato Pereira é um dos donos do *Menutrip*, os outros dois sócios são o irmão dele, Marcelo, e um amigo que entende de tecnologia, Fábio e os três são empreendedores de negócios na *internet*. O modelo do *Airbnb* e o de um site de turismo europeu que oferece o serviço de reservas para uma “*experiência autêntica na casa de alguém na Itália, por exemplo*” (Renato, 2018) foram incentivos para que eles criassem o site brasileiro.

É possível identificar que a ideia de comensalidade (BOUTAUD, 2011) leva à decisão dos empreendedores que já tem referências de modelos de negócio de *internet*. A oportunidade surge da noção de que um anfitrião pode abrir sua própria casa para receber comensais interessados em sua comida e hospitalidade e uma plataforma de *internet* serve como intermediária para que ambos se encontrem. Nessa relação, há um pagamento pela comida e o ambiente oferecido e o site, como intermediário, recebe um percentual do valor transacionado.

Flávio e Renato são pessoas atentas à economia compartilhada, mas eles não revelam números absolutos dos investimentos feitos para começar seus negócios. Renato diz que para montar o site não é preciso um alto investimento, especialmente para quem lida com esse tipo de tecnologia. Os investimentos, diz, se concentraram mais na divulgação, com valores pagos para ações de marketing que fizessem o *Menutrip* ser visto na mídia e em redes sociais. Flávio diz ter investido no total entre R\$ 300 mil e R\$ 400 mil desde que a operação do *Dinneer* começou em 2014.

Por motivos semelhantes, os dois empresários preveem o crescimento nos negócios dos *sites* de compartilhamento de experiências. Renato pensa que, mesmo que demore um pouco, mais pessoas vão se interessar por adquirir experiências, em detrimento de coisas, e o que hoje ele considera como uma experiência turística, ou seja, que ocorre principalmente quando se está viajando, tende a se tornar possível também numa experiência local. Flávio acredita no *Dinneer* como um negócio global e diz que o que lhe dá certeza do caráter globalizado do *site* é que já foram feitos mais de 500 jantares em 49 países diferentes, em cidades que vão de grandes metrópoles como São Paulo e Nova York até uma pequena comunidade no interior da Bélgica que tem apenas 600 habitantes.

Negócios da economia digital, em especial de *start ups*, caracterizam-se como “negócios em estágios iniciais que estão em fase de desenvolvimento e de pesquisa de mercado, têm alto risco, baixos custos e normalmente buscam capital com investidores” (ALVES; DUARTE, 2016, p. 119). O *Dinneer* tem cinco funcionários contratados que trabalham diretamente na operação e, indiretamente, há dezenas de investidores e mentores. O número de anfitriões chega a 3.200, com atuação em quase 400 cidades de 49 países, conforme conta o empresário. No *Menutrip*, somente os sócios são fixos, enquanto outros serviços são contratados conforme surgem necessidades, por exemplo, de promover uma campanha específica via assessoria de imprensa ou marketing. Renato diz que o número de cadastrados no *site* chega a dezenas de milhares. “Tem muitos anfitriões cadastrados que têm a intenção de fazer eventos, mas anfitriões que têm feito eventos mesmo de forma recorrente está na ordem de centenas”.

Para Flávio, esse tipo de negócio é bom tanto para os negócios de *internet*, porque se trata de um investimento “escalável” (a palavra é usada como sinônimo de retorno crescente), como para o relacionamento humano. “*Em relação à conexão humana, ela é a consequência da ferramenta. São duas etapas: primeiro, as pessoas se encontram na internet, no site, e depois vão se encontrar no mundo real*”. O empresário atribui à ferramenta de *internet* o meio através do qual se dá “conexão humana”, a que Camargo (2015) trata como o vínculo entre as pessoas, ou seja, a hospitalidade.

Flávio define o público-alvo do *Dinneer* como duas “*personas*” (expressão usada em marketing digital), que são os anfitriões e os visitantes. “Tanto os anfitriões quanto os visitantes são pessoas que amam comer, amam comida, amam a gastronomia e amam a culinária”. Renato também se refere a esses dois públicos e diz que, além de comer e cozinhar, eles são pessoas que gostam de interagir e se relacionar. Neste ponto, os empresários parecem, intuitivamente, reunir na concepção de seus negócios os conceitos de Camargo (2015) e Montandon (2011) sobre as relações interpessoais da hospitalidade, e os de Telfer (2002), Boutaud (2011), Lugosi (2008), Fischler (2001) e Montanari (2013) quando articulam sobre o papel da comida, seu caráter simbólico e identitário.

Quanto aos critérios para aprovar um *chef*-anfitrião nos *sites*, Renato menciona a necessidade de uma curadoria no que se refere ao menu (comida) e ao ambiente dos eventos oferecidos, às fotos que os anfitriões postam (porque elas precisam ser atrativas), e ainda ao preço e à localização. Para Flávio, importante é saber se o anfitrião existe, e para isso são feitas pesquisas em redes sociais e quanto ao endereço informado, verificando se realmente existe.

Renato elenca os demais *sites* de compartilhamento de refeições como seus concorrentes, bem como os *sites* que oferecem experiências com comida, como o *Foodpass* e o *Groupon*. Diz que também se sente competindo com os restaurantes. Flávio, empresário do *Dinneer*, diz que são mais de 50 concorrentes conhecidos que atuam nessa mesma natureza de negócio no mundo inteiro, mas que a concorrência com outras experiências tem que ser considerada, entre elas as mais diversas formas de entretenimento e diversão. O que remete ao entendimento de Telfer (2002) quando se refere aos motivos que levam pessoas a querer comer fora de suas casas como uma atividade de lazer. Para os empresários, o entendimento é claro sobre não se tratar de vender comida, mas de proporcionar experiências gastronômicas.

Uma informação relevante sobre como a hospitalidade fomenta os negócios de tecnologia se prova na forma como os *sites* divulgam suas atividades nas redes sociais. Ambos fazem ações no *Instagram* e no *Facebook*, principalmente. “Ao fazer um marketing com o *Facebook* a gente consegue falar com qualquer pessoa em qualquer parte do mundo” (Flávio, 2018).

Quando questionados sobre os riscos que enfrentam, ambos pensam como empresários que olham para o crescimento dos negócios e não para questões pontuais como segurança alimentar ou possíveis comensais que possam ameaçar a integridade ou cometer delitos na casa dos anfitriões. Pappas (2017), no entanto, menciona a existência de riscos nesse tipo de negócio da economia compartilhada quando se refere ao *Airbnb*.

Para Renato, cuidar da imagem do negócio oferecendo qualidade é um jeito de diminuir o risco. Ele também diz que o crescimento pode gerar regulações como reação de sindicatos, tal qual ocorreu entre Uber e taxistas e o Aibnb e as redes hoteleiras. Flávio entende como risco para seu negócio perder a chance de investir em cidades que tenham potencial e deixar de ganhar mais clientes com isso. As preocupações de ambos reforçam a ideia de que “a maioria dos criadores de *start ups* não almeja o lucro máximo em pouco tempo, mas sim a implantação da empresa, a fim de torná-la lucrativa”. (ALVES; DUARTE, 2016, p. 120)

Ao tratar da relação com seus clientes (os comensais) e os anfitriões cadastrados, o empresário do *Dinneer* define que está sendo construída uma comunidade de pessoas “apaixonadas pela gastronomia” a partir de uma ferramenta. Com ela, ele acredita entregar valor ao visitante, porque lhe dá acesso a experiências que não vai encontrar em outro lugar, e aos anfitriões, porque encontram uma oportunidade de concretizar sua paixão pela gastronomia em um negócio que pode começar e dar resultado instantaneamente. “Ele se cadastra hoje, recebe uma primeira reserva hoje, ele faz o primeiro jantar hoje, ele ganha o primeiro dinheiro hoje, sem investir nada.”

Flávio, como empreendedor de *internet*, demonstra muita clareza quanto ao que é hospitalidade. Ele diz que ocorre “*algo mágico*” nos jantares e dá exemplos que poderiam ter sido escritos por teóricos da hospitalidade.

O visitante, ele toma muito cuidado, ele trata a experiência totalmente diferente do que se ele estivesse na casa de um amigo. Resumindo, ele não vai botar o pé em cima da mesa. Ao mesmo tempo, o anfitrião, ele trata o visitante de uma forma muito mais aconchegante, com muito mais hospitalidade de que quando ele recebe um amigo. Porque o amigo já coloca o pé na mesa, ele já abusa, ele já tá acostumado, ele já é de casa.

O trecho acima poderia exemplificar o que Pitt-Rivers (2012) escreve quando trata do risco que traz consigo o estrangeiro, porque é um desconhecido.

Afirma que, uma vez tendo sido admitido, isto é, se tornado um hóspede, deve ser honrado e tratado com o que há de melhor, jamais ser hostilizado ou insultado.

O convidado deve ser recebido com amizade porque vem por amizade. Cabe-lhe ser recebido com cortesia, com deferência e consideração (MONTANDON, 2011). Para o empresário do *Dinneer*, nas situações proporcionadas por intermédio de sua plataforma: “[...] existe uma explosão ali de hospitalidade que é o que brasileiro faz, já por natureza, mas falando até de outras nacionalidades que usam o *Dinneer*, é ali que começa a rolar a sinergia entre as pessoas”. O que o empresário atribui aos brasileiros é de algum modo, o que Telfer (2004) caracteriza como hospitabilidade.

E nada melhor do que ter a comida no meio pra recheiar essa ligação entre as pessoas. Existem dezenas de histórias, centenas até de pessoas que se tornaram extremamente amigas, amigas de infância, assim, parecia, por causa de um jantar. É algo... acontece essa mágica. (Flávio, 2018)

A refeição é o rito fundamental da hospitalidade, rito de integração. Ser admitido como comensal à mesa do anfitrião é o mesmo que ser admitido à mesa suprema (GRASSI, 2011, p. 50). “Simbolicamente, a hospitalidade é transformadora. Transforma inimigos em amigos, estranhos em conhecidos, amigos em melhores amigos...” (SELWYN, 2004, p. 26–27)

Além disso, uma outra mágica acontece. Dependendo da experiência, o visitante é teletransportado pra infância dele ou para a terra natal. Lembranças. É como em Londres, um brasileiro comer uma feijoada. Ele é teletransportado para o Brasil, para casa da família dele, de uma forma muito sensitiva, gustativa. Acaba fazendo, não só pela comida, mas pelo dia, pela cultura da casa... a mesma coisa um indiano quando vai num jantar aqui em São Paulo na casa de um outro indiano. Ele é teletransportado para a Índia, porque ele chega lá, eles vão conversar até na língua deles. Da mesma forma que brasileiro conversa em português lá fora, o indiano conversa na língua dele aqui. Acho que tentando trazer a essência do negócio, o que o move é isso. É a gente construir uma ferramenta que teletransporta as pessoas pelo estômago. (Flávio, 2018)

Comida é um elemento decisivo da identidade humana e um dos mais eficazes instrumentos de comunicação dessa identidade (MONTANARI, 2013, p. 16). Fischler (2001) e Boutaud (2011) referem-se à comida e à comensalidade por seus valores simbólicos; ao se partilhar alimentos estão sendo partilhados, entendimentos, desejos, prazeres, sinais de identidade e crenças.

CAPÍTULO 4 – CENA DA HOSPITALIDADE

Neste capítulo, apresentam-se a cena da hospitalidade, seus atores (anfitriões e comensais) e o ambiente doméstico em que ocorre a comensalidade a partir da análise de conteúdo do *corpus* documental desta pesquisa.

Em busca do vínculo, abre-se a porta, os olhos se entreolham e a primeira expressão se faz em sinal de boas-vindas como se dissesse: - Venha! Ultrapasse a soleira! Segundo Grassi (2011), há uma ponte frágil entre dois mundos: o interior (do dono da casa) e o exterior (do estrangeiro) a que ela se refere como a hospitalidade.

Uma vez transposta a soleira, o que se tem é a cena hospitaleira, em que participam anfitrião e hóspede. Nesta pesquisa, estão o *chef*-anfitrião e seu hóspede-comensal: o primeiro, cozinha e é o que recebe o segundo, o apreciador de uma boa comida. Ambos valorizam a boa conversa e juntos estabelecem uma das formas mais essenciais de socialização, uma forma de interação social, um sinal de civilização e de humanidade que é a hospitalidade (MONTANDON, 2011).

A hospitalidade refere-se a uma relação humana em que ocorre uma troca entre quem recebe, o anfitrião, e aquele que é recebido, o hóspede, que pode resultar em estreitamento de laços, no apaziguamento de relações, mas também pode gerar algum tipo de conflito, agressividade ou hostilidade. Portanto, “a relação interpessoal é o componente básico da cena hospitaleira” (CAMARGO, 2015, p. 48). Na caracterização das cenas hospitaleira e gastronômica, a hospitalidade como vínculo humano foi a primeira constatação da pesquisa.

Anfitriões entrevistados alegam que abrem as portas para receber pessoas e lhes oferecem refeições porque gostam de encontrar gente. Eles relatam que apenas transformaram em negócio algo que lhes era comum, que é o fato de juntar amigos em casa para compartilhar experiências e para a convivialidade.

Um exemplo é o de Flávia (2018), anfitriã do *Quitutes de Mãinha*:

A gente aqui em casa sempre gostou de receber e, aí, eles vinham, eu fazia sem cobrar nada. Eu fazia mesmo sem receber, como anfitriã mesmo, na minha casa.

Ou de Kebler, que é enfático ao dizer que “o objetivo é conhecer pessoas mesmo, trocar experiências”; e também de Aimar e Miguel, que declararam que não passa uma semana sem que eles chamem os amigos para dividir ao menos uma pizza, ou seja, mesmo que eles não tenham que preparar propriamente a comida:

É porque a gente, a gente gosta de receber as pessoas em casa, de receber os amigos, essa coisa toda... Se não vem ninguém, a gente liga: vocês não querem vir? (Aimar, 2018)

Liana também diz que receber em casa é se relacionar com pessoas, uma prática que traz da família nordestina que historicamente é aberta a abrigar e alimentar gente em casa. Segundo ela, sempre foi assim, mas a prática se firmou em virtude da saudade que a mãe dela sentia quando a filha viveu fora do país, precisando contar com a ajuda de pessoas estranhas. A empatia de sua mãe fez com que ambas se tornassem conscientes de que o acolhimento a estrangeiros é necessário. Além disso, quando foi morar em São Paulo, Liana se sentia sozinha e queria criar laços. Por isso, passou a oferecer jantares em seu apartamento que, embora pequeno, conta com o que ela considera uma infraestrutura confortável para receber até quatro pessoas.

Num artigo em que se refere à moral da hospitalidade, Lashley (2015) a resume como uma atividade humana profundamente integrada e, para isso, percorre historicamente questões altruísticas, religiosas, sociais e econômicas por meio das quais os comportamentos de Liana e de sua mãe podem ser analisados. O conteúdo da fala de Liana refere-se à hospitalidade que lida com o atendimento ao estrangeiro, a atenção às necessidades dos outros, a noção e a espera de reciprocidade e mutualidade dos beneficiários. E, em última instância, à questão comercial, que prevê um pagamento em troca de hospedagem, alimentos e bebidas.

Meus pais são do Nordeste e sempre gostaram de receber muito bem as pessoas, então, eu precisei morar fora e minha mãe ficou muito preocupada, né? [Isso] tocou o coração dela que ela também deveria, poderia, fazer isso com as pessoas que estavam vindo de fora do Brasil ou até mesmo do Brasil, mas que estivessem em Fortaleza precisando de uma casa, com custos mais baixos, com pessoas legais. Então a gente acabou criando essa cultura meio que pra gente, de receber pessoas que precisam. (Liana, 2018)

Cláudio, do Rio de Janeiro, também demonstrou que o vínculo é um fator fundamental para que ele ofereça serviços de hospitalidade em sua casa. Ele atua como guia para estrangeiros, levando-os a lugares que cariocas frequentam no Rio de Janeiro e que não são, propriamente, pontos turísticos. Ao realizar esses passeios, cria relacionamentos com seus clientes e isso o levou a cozinhar para alguns deles em seu apartamento onde vivia com a esposa.

Mariana, do *Coma Lá em Casa*, que ocorre em Brasília desde 2011, antes mesmo de surgirem *sites* de compartilhamento de refeições, conta que a casa onde vive com Esdras, seu marido, já era o lugar em que os amigos se reuniam para encontros casuais, festas ou comemorações em que também havia comida. Ela considera que foi uma evolução natural esses encontros terem se transformado em negócios de comensalidade, porque antes de tudo já existia a frequência de amigos comendo em sua casa. “*A gente já tinha muito o hábito de já ser a casa que cozinhasse (entre os) dos amigos e tudo mais*” (Mariana, 2018).

Samantha e Daniel, do *Brutus Gourmet*, em São Caetano, também viveram essa transformação em que ele era o cozinheiro recorrente e informal entre os colegas. Depois de muitas vezes comprar os ingredientes, preparar os pratos que os amigos queriam comer e, em seguida, ter que arrecadar cotas em dinheiro dos participantes para que a conta fosse dividida, ele percebeu que poderia fazer disso um negócio. No entanto, o que conta mesmo, diz Daniel, é o quanto ele aprecia a presença de pessoas. “*Aí, na verdade, quando o pessoal chega em casa, na minha cozinha, eu quero todo mundo perto de mim, então fica todo mundo próximo de mim ali, comendo*” (Daniel, 2017).

Camargo (2015) trata a hospitalidade como o vínculo humano que faz parte do cotidiano das pessoas. Somente o encontro entre pessoas pode caracterizar uma relação de hospitalidade. Coisas não são hospitaleiras, indivíduos é que são; é do vínculo humano, seja ele efêmero, temporário ou perene, que surge a oportunidade para que a hospitalidade ocorra. As experiências gastronômicas oferecidas por *chefs*-anfitriões em ambientes domésticos são exemplos de oportunidades criadas por pessoas que, naturalmente, valorizam o vínculo. O autor se refere também à importância de resgatar as noções sociológicas clássicas marcadas primariamente pela intimidade, e depois pela etiqueta. “A primeira busca a aproximação, a afetividade, a expressão dos sentimentos. A segunda recomenda a distância, a

polidez, uma hospitalidade que se poderia chamar de neutra.”(CAMARGO, 2015, p. 48)

Participantes de jantares compartilhados demonstram que existem expectativas de acolhimento e interação para que se envolvam nesse tipo de atividade. A oportunidade que surge é a de desfrutar uma refeição diferenciada, em que a comida é o principal atrativo. Isso tem um caráter de novidade e sugere, inclusive, uma atitude distintiva frente aos que não conhecem ou não participam desse tipo de evento, mas o que está por detrás da decisão de participar é a busca, mesmo que temporária, do vínculo humano.

Eu vou falar a verdade: prefiro mil vezes ir comer na casa de uma pessoa do que num restaurante. [...] Eu adoro comer, inclusive, gasto meu dinheiro só com comida, mas, me sentar junto de pessoas, conhecer a história dela, saber como é a família, saber do que gosta, saber do que pretende fazer daqui a cinco anos. Isso é muito legal. (Liana, 2018)

Ah, eu achei assim muito novo. Achei superinteressante ter pessoas que realmente têm essa capacidade mesmo, essa empatia com o outro de abrir suas portas, sem conhecer. E ter pessoas que eu não conhecia, que eu não sabia quem estariam lá, pessoas na mesma condição que eu, esperando uma ótima refeição, como realmente foi. (Guaraciaba, 2018)

Mas, no outro dia que eu fui, tinha eu e mais duas amigas e a Flávia, né, lógico, e tinha um outro pessoal junto na mesa que eu não conhecia. Mas aí depois ficou todo mundo conversando e trocando ideia e aí foi ótimo também. (Ciça, 2018)

O depoimento de uma comensal sobre o estreitamento de sua relação com a anfitriã elucida a relação de hospitalidade que se caracterizou por ocasião de um evento:

Foi uma experiência muito significativa pra mim, tanto é que eu e a Flávia nos tornamos amigas depois. A gente já teve uma conexão bem forte, mesmo antes, quando a gente começou a conversar pra planejar a experiência [...] A partir daí a gente já estabeleceu uma conexão, começou a conversar um tanto da história de vida. Quando aconteceu a experiência foi muito incrível porque ela personalizou a experiência pra mim. Então, foi sensacional. Na hora que eu cheguei tinha uma frase num quadrinho na entrada que falava sobre felicidade, que é um tema que eu trabalho. Aquilo me marcou, ela me deu um livro sobre o assunto. Toda a experiência foi muito personalizada e muito tocante. (Luciene, 2018)

Telfer (2004) apresenta uma série de motivações que descaracterizariam a hospitalidade pelos motivos inadequados. Entre eles, a relação interesseira

pela presença do hóspede seja por companhia ou para cooptá-lo. Contudo, diante de um estrangeiro que busca se socializar, a comensalidade promovida por *sites* de compartilhamento de refeições para ser praticada em ambientes domésticos aparece como uma alternativa para ampliar os relacionamentos. Esse é o caso de Ilária (2018), italiana que se mudou para o Brasil em virtude do trabalho de seu marido e encontrou nesse tipo de serviço uma oportunidade de se relacionar com pessoas: “*quando eu vim aqui e não conhecia ninguém, então, (como) não tive apoio [...] de instituições, [...] eu resolvi fazer isso*”.

Assim como para Telfer (2004), a hospitalidade tem que ocorrer pelos motivos adequados, para Ilária, o motivo de oferecer sua gastronomia em casa para comensais interessados pode se dar por consideração pelo outro, por compaixão e por obediência aos deveres da hospitalidade, mas o seu cadastramento da cozinheira italiana em um *site* de compartilhamento se deu mesmo em busca de *networking*, o que não lhe parece um motivo inadequado. A narrativa de Ilária não demonstra que ela se dedique a ser uma *chef*-anfitriã doméstica por vaidade, para se exibir, tampouco para seduzir ou manipular seus hóspedes-comensais.

Foi uma das coisas mais difíceis de encontrar um networking. Por isso que, eu também tive a sorte de, estudando nas redes sociais, de poder me cadastrar num site como o Dinneers [sic]. Porque isso ajuda sobretudo gente que não tem muitos contatos, network de pessoas. Isso ajuda”. (Ilária, 2018)

Um motivo interesseiro, o de fazer amizades e ampliar os relacionamentos numa cidade nova em que foi morar, também levou Liana a se candidatar a anfitriã no *Dinneer*:

Vindo pra São Paulo eu não tinha amigos aqui, além do meu noivo e da família dele. Então eu comecei a receber pessoas, tanto pra ter amizades quanto pra mostrar um pouco do meu trabalho, assim seria a comida, no caso, e também porque eu gosto de cozinhar, tomar um vinhozinho, uma cerveja e jogar papo fora. (Liana, 2018)

A hospitalabilidade é uma característica de pessoas que têm como traço de personalidade a hospitalidade (TELFER, 2004). Essas pessoas são genuinamente hospitaleiras sem que isso lhes soe como uma convenção social. O conteúdo das entrevistas feitas com anfitriões que recebem comensais em casa para experiências que envolvem comida denota esse traço de personalidade.

Poulston (2015) também aborda as características que identificam uma pessoa como hospitaleira. Em seu artigo, traz o resultado de uma pesquisa feita com profissionais trabalhadores do setor de serviços em hospitalidade como hotéis e restaurantes que se mostram perfeitamente felizes com a atividade que escolheram. Não pensam em trabalhar com outro tipo de serviço, embora tenham consciência de que ganham mal pelas longas horas, intensas e duras tarefas que lhes são de ofício. Isso é o que se vê nas falas de Flávia, Aimar, Daniel e Liana, que se mostram felizes porque encontram uma forma de atuar em casa com serviços que envolvem hospitalidade.

O caráter hospitaleiro de alguns dos anfitriões entrevistados também pode ser evidenciado quando se constatou que estes, além de oferecerem comensalidade em seus ambientes domésticos, também hospedam pessoas, seja por meio de plataformas como o *Airbnb* ou por indicação de amigos. Eles o fazem pelos motivos adequados: para abrigar pessoas, lhes dar um teto temporário e informações que façam de sua permanência efêmera de turistas em viagem uma experiência mais agradável.

Durante o jantar chamado *Uma Noite em Casablanca*, no apartamento de Aimar e Miguel, em São Paulo, os anfitriões mencionaram que estavam recebendo um casal chileno pelo *Airbnb*. Espontaneamente, disseram fazê-lo porque acreditam que podem ajudar turistas que precisam de orientação e de uma hospedagem com preços razoáveis quando estão de passagem pela cidade. Os anfitriões demonstraram que se sentem aptos e disponíveis para tanto, o que os caracteriza como dotados de hospitalidade.

Liana e Cláudio também oferecem o serviço de hospedagem no estilo *bed and breakfast*⁶ em seus apartamentos, respectivamente, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Ambos contam que já viajaram para diversos lugares no mundo e que costumam se hospedar nessas condições, além de que a experiência de terem ido à casa de outras pessoas para comer quando estavam fora do Brasil também os incentivou a abrir suas portas por aqui.

Na caracterização da cena hospitaleira, o estrangeiro, o forasteiro ou o viajante representam o hóspede. Mais da metade dos entrevistados, incluindo os dois empresários donos de *sites* de compartilhamento de refeições, referiu-

⁶ Cama e café da manhã

se ao fato de ter vivenciado na condição de estrangeiro uma experiência de refeição compartilhada durante os depoimentos desta pesquisa. Desta constatação parece que decorrem duas condições: pessoas que gostariam de repetir uma experiência semelhante aqui mesmo no Brasil e anfitriões que se animaram a abrir seus lares porque trazem no imaginário a retribuição para os viajantes de passagem em seu país.

Liana (2018), que está entre os que mencionaram a experiência como viajante, inclui até o noivo nessa condição e conta que ele a apoia participando das experiências oferecidas por ela em casa: *“ele [o noivo] também viaja bastante, já precisou morar em casa de pessoas desconhecidas, a gente sempre senta na mesa juntos, senta no sofá juntos, a gente sempre conversa sobre todo tipo de assunto [quando ela recebe pessoas para jantares]”*.

Alguns dos *sites* de compartilhamento de refeições sugerem comportamentos e atitudes a anfitriões e comensais. O *Eatwith*, *site* que surgiu para criar experiências de gastronomia local com apelo ao público estrangeiro em visitas turísticas propõe que o comensal, em especial o viajante, leve uma lembrancinha para o dono da casa que vai recebê-lo, mesmo que esteja pagando pela refeição que será servida. Nos dias atuais, esse mimo pode ser interpretado como uma espécie de *potlatch*, que Mauss (1974) trata quando se refere às trocas das sociedades ditas arcaicas que estudou. Ao presentear o anfitrião com um objeto de seu país ou que tenha sido adquirido durante sua viagem, o comensal deixa um pouco de sua história e cria um vínculo com o anfitrião.

4.1 Os atores da cena: *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais

Os atores que participam da cena hospitaleira falam das impressões que têm um do outro. Hóspedes-comensais pensam seus anfitriões como pessoas desprendidas, corajosas, generosas e empáticas e acham que elas são capazes de se expor a riscos e se doar aos seus hóspedes de forma genuinamente acolhedora. Para os comensais, o papel do anfitrião é fundamental para que se sintam acolhidos e eles consideram os anfitriões os protagonistas da cena hospitaleira.

Aquele que recebe, para mim, é o diferencial. Faz total diferença. Não necessariamente aquele que recebe precisa cozinhar, mas eu acho que o acolhimento é imprescindível. (Márcio, 2018)

Pra mim, é fundamental isso. Você tem que gostar de gente para se propor a abrir a sua casa para quem você não conhece, principalmente nos dias de hoje onde o medo do outro é muito forte. Tanto é que as pessoas estão nas redes sociais, mas quando estão próximas, elas sentem medo umas das outras. Normalmente, elas ficam atrás de uma tela e se relacionam e são extremamente tímidas quando estão com o outro. Isso é fundamental. E a gente precisa disso. O ser humano precisa disso. Eu acho que esse tipo de encontro demanda que a pessoa seja “de acolhida” [acolhedora]. Ela não tem medo do outro. Venha quem vier, ela acolhe. Ela é especial de uma forma muito carinhosa. (Guaraciaba, 2018)

Eu acho que é uma coisa que envolve muito desprendimento. Você tem que estar disposto meio a abrir ali na frente das pessoas. Primeiro é só o seu espaço, né? Abrir para pessoas que você nunca viu na vida. Então eu acho que essa coisa é um ato meio de coragem. (Márcio, 2018)

Ao se referir ao cozinheiro que recepciona e alimenta pessoas em sua casa, o comensal o menciona como “anfitrião”, e o coloca em posição de destaque. O hóspede-comensal desta pesquisa diferencia o *chef*-anfitrião de um serviçal qualquer, distanciando-o de uma imagem preconcebida e colonialista de que quem cozinha é o empregado que deve ficar restrito aos bastidores da cena, ao espaço da cozinha que é quente e insalubre.

Na verdade, eu acho que ele é mais, ele não é um cozinheiro. Ele é um anfitrião. Ele recebe, ele prepara o ambiente, ele é muito mais do que só o prato que ele está oferecendo. A experiência que a Flávia ofereceu e que ela oferece, é toda experiência. Desde o momento que a gente chegou até o momento que a gente saiu, havia todo um cuidado, havia um clima preparado. (Luciene, 2018)

Para Ciça (2018), “esse cara não pode só gostar de cozinhar; precisa gostar de cozinhar, gostar de receber”. Ela diz que Flávia, anfitriã do *Quitutes de Mãinha*, é bem completa, que ela adora receber, é superagradável e tem uma disposição para receber, perceber e envolver as pessoas que participam das experiências gastronômicas que oferece.

Wilma e Guaraciaba comungam a mesma percepção de Ciça e chegam a se referir a uma espécie de onipresença da anfitriã durante o jantar:

Totalmente a protagonista. A gente vê que em cada detalhe na hora de servir, em cada prato, que tem um pedaço dela. Porque ela é uma pessoa muito carinhosa, atenciosa, então, você

percebe que é muito importante. Ela falar como é a comida, como foi feita, eu achei muito importante. Fundamental mesmo. (Guaraciaba, 2018)

É essencial essa relação porque ela que traz esse histórico da alimentação, como que é feito, como que não é feito e ela mesma serve, né? Então é assim: Flávia nos recepciona e Flávia está inserida conosco. (Wilma, 2018)

Na visão do comensal, o anfitrião habilidoso é aquele que torna o ambiente agradável tendo a prerrogativa de ditar as regras que devem ser respeitadas, mas também a obrigação de se responsabilizar pelos detalhes do ambiente, para que haja entrosamento e boa conversa entre os que participam da cena, promovendo a interação e garantindo que todos estejam confortáveis e recebam informações confiáveis e interessantes sobre a comida.

Eu vi que tinha duas pessoas que ficaram meio (isoladas), mas eu vi que a Flávia já ia chegando ali e já percebia que essas pessoas estavam mais quietinhas e já as colocou lá junto [com os demais participantes]. (Ciça, 2018)

Foi boa a conversa dela porque você sente, você percebe. Ela pôs a música lá, tocar lá Dorival Caimmy, entendeu? Ela cuida bem dos detalhes. (Wilma, 2018)

Márcio (2018) participou de jantares compartilhados diversas vezes em locais diferentes como São Paulo, Florianópolis e Brasília. Ele diz que se fosse anfitrião teria a preocupação de tornar o ambiente uma experiência agradável porque acha que não é fácil, em especial, e que isso se torna um desafio ainda maior quando o grupo que participa da experiência com comida é de “*iniciados na gastronomia*”. Para um participante atento à comida como Márcio, o papel do *chef*-anfitrião é o de encantar o comensal. Além de comer bem, ele espera ser surpreendido no paladar.

Participando da cena da hospitalidade, em contrapartida, os anfitriões também têm no imaginário a representação de seus hóspedes-comensais que são pessoas arrojadas, de mente aberta, que gostam de comida e de se relacionar com outras pessoas. Quando convidados a descrever os participantes de experiências gastronômicas em suas casas, os anfitriões se referem a pessoas entusiasmadas e aptas a experimentar o que é novo, seja em termos de paladar, seja em virtude das possibilidades que esse tipo de experiência lhes pode oferecer.

É um tipo de pessoa muito específica que é o alvo dos jantares porque é uma pessoa que está disposta ao novo. Está disposta a isso: a gente numa casa que não conhece. Você não conhece as pessoas que estão cozinhando, você não conhece as pessoas que vão estar lá, você não sabe quem vai estar lá e você está disposto a se jogar nisso e ter essa experiência.[...] O que é comum em todos é essa disponibilidade ao novo, à experiência nova, a curtir esse mito, esses estímulos diferentes de pessoas que você não conhece e comida que não conhece. (Mariana, 2018)

É uma pessoa que geralmente chega ali curiosa de saber de você e que já está achando legal o fato de ela estar indo a esse tipo de evento. (Cláudio, 2018)

Para os anfitriões, trata-se de gente disposta a se relacionar com o outro e são vistos como potenciais amigos: “*Eu olho pra eles como amigos futuros, futuros amigos, seguidores...*” (Daniel, 2017). Mariana diz que ninguém chega indiferente a um evento dessa natureza. O que torna a relação entre anfitrião e comensal divertida já que os comensais trazem consigo uma expectativa quanto à experiência gastronômica, que Mariana caracteriza como um entusiasmo contagiante:

É uma relação muito divertida, na verdade. Vem todo mundo sempre muito entusiasmado. Ninguém chega indiferente porque é uma coisa muito específica. [...] Você optou por ir à casa de uma pessoa que você não necessariamente conhece, ou, talvez, você conheça porque você está acompanhando já há um tempo pelas redes, mas, talvez, não conheça ao vivo ou pessoalmente. Você pode já ter falado, você só viu um cardápio, então, você está se jogando nessa experiência. Normalmente, as pessoas chegam muito empolgadas. Isso contagia. Todo mundo se contagia, então, é sempre muito divertido. (Mariana, 2018)

Aos que chegam esperando acolhimento, logo lhes é entregue o que buscam. É o que se nota na fala de Liana: “*a gente viaja bastante, sabe como é difícil estar num lugar onde você não conhece nada nem ninguém, então a gente abre as portas para esse tipo de pessoa*”.

E assim transcorre a cena hospitaleira em que atuam os que se prepararam para recepcionar e os que foram para ser recepcionados, ambos ou todos em busca do vínculo:

A pessoa chega, a gente já entrega uma birita, uma taça de vinho e já começa a bater papo. [...] as pessoas ficam ali ao redor, às vezes, fazem alguma pergunta sobre o que está cozinhando, mas, às vezes, a conversa já vai direto para um outro caminho, já começa a conversar sobre outras coisas, começa a se conhecer. (Mariana, 2018)

[...] uma coisa que a gente preza, que faz sempre questão é que as pessoas se conheçam por isso que a gente não tem uma mesa. A gente espalha as coisas para que as pessoas se conheçam. E o nosso orgulho é saber que em quase todo evento a gente forma novas amizades aqui. Então a gente vê no fim da noite muita gente trocando cartão, trocando e-mail, trocando contato do Facebook e tal, porque é a ideia da casa. É interessante. (Paulo, 2017)

A cena da hospitalidade transcorre em um cenário no qual se mistura realidade e o tablado e se compõe na atitude dos atores que dela participam obedecendo as marcações previstas ou pelo improvisado demandado pela vida real.

4.2 Ambiente doméstico

Há ambientes domésticos cujos donos, mesmo sem planejar, de tão hospitaleiros que são, tornam-se pontos de encontro para amigos e amigos de amigos. Nesses locais, que são aparentemente escolhidos de forma natural para reunir pessoas, há anfitriões que, simplesmente, são capazes de juntar gente, de acolher, de compartilhar refeições, de experimentar fazer diferente do que é visto como convencional. Mas é o ambiente que é tido como hospitaleiro. Esses são ambientes de hospitalidade.

A gente já tinha muito o hábito de já ser a casa que cozinhava dos amigos e tudo mais. A gente já tinha esse constante de ter a casa cheia e a gente cozinhando pra um monte de gente. Já era uma coisa normal pra gente. (Mariana, 2018)

A gente aqui em casa sempre gostou de receber e aí eles vinham, eu fazia sem cobrar nada. Eu fazia mesmo sem receber [pagamento], como anfitriã, mesmo na minha casa (Flávia, 2018)

Na verdade, os meus pais, nossa casa lá em Fortaleza, eu sou de Fortaleza, sempre teve a estrutura para receber pessoas. [...] eu cresci nesse meio de estar, de conversar, pessoas que tem um papo interessante, de receber pessoas, não só pra comer, mas como também acomodar em casa. (Liana, 2018)

O ambiente doméstico que temporariamente se transforma numa espécie de restaurante se diferencia como um lugar de hospitalidade preparado pelos anfitriões. Por consequência, o acolhimento é percebido pelos hóspedes-comensais que reparam nos detalhes de decoração, na música ambiente, na

presença de familiares que sentem que se tornam parte, ainda que efemeramente, daquele contexto.

É bem hospitaleira! Você se sente dentro da casa de amigos. Porque você passa num ambiente, não era sofisticado, mas você percebe a higiene, você percebe, você fica à vontade, uma mesa posta pra você e seus amigos, fica aquele ambiente intimista, né? E, não era amplo, mas o necessário. (Wilma, 2018)

A família dela senta junto. [...] É uma mesona grande. Não tem mesa separada. Ela monta uma mesa só. Ela monta uma mesa pra várias pessoas. (Ciça, 2018)

Desde o momento que a gente chegou até o momento que a gente saiu, havia todo um cuidado, havia um clima preparado. A família dela participou. Foi um momento de muita alegria, de muita conexão. (Luciene, 2018)

[...] é na casa dela, é na sala da casa dela. Você vai ver. Ali. E ela frita o acarajé lá fora, já tem uma plaquinha, a hora que você chega, uma lousa: bem-vindo! Nesse dia estava ainda o marido, o filho dela, o sogro que mora junto com ela. (Ciça, 2018)

Luciano é arquiteto e participou em 2014 de um almoço temático promovido por anfitriões em Florianópolis: “A gente entrou. Ela colocou, assim, vários potezinhos distribuídos na sala com castanhas, depois ele serviu um [tira-gosto], muito simples, mas muito gostoso”. Ele observou que “eles tinham uma casa muito legal, com espaços abertos, poderiam usufruir mais dos espaços externos.” (Luciano, 2018)

Baptista (2008, p.6) trata do lugar da hospitalidade nas questões urbanas referindo-se a “lugares de pertença e de posse, de autoctonia e de afirmação identitária”. Transposta essa interpretação para o ambiente doméstico, pode-se verificar, por exemplo, na fala de Guaraciaba (2018) o sentimento de identidade e de pertencimento que a ambientação criada por Flávia em sua casa lhe causou:

[...] superacolhedor... Um ambiente que remete muito ao Nordeste. Então, tinha uma personalização baiana, então entrou muita recordação assim de Salvador. As cortinas. A mesa colocada como é realmente a mesa de lá, como a da minha família... Foi muito acolhedor. Me trouxe a tradição, um pedaço do Nordeste aqui pra São Paulo. (Guaraciaba, 2018)

O anfitrião demonstra que o seu ambiente doméstico é um lugar de hospitalidade. Além disso, há oportunidades em que se sente envolvido no que Baptista (2008, p.9) chama de “aventura de solidariedade” quando diz que,

mesmo sendo tarde da noite: “*se ligar um amigo meu e falar ‘ó, tô com fome’, eu falo, pode vir! Quando vem uma pessoa, ela [a esposa] está dormindo! Eu falo, venha!*” (Daniel, 2017).

Quando somos receptivos e acolhedores, autorizando a entrada do outro, essa presença humana acaba por nos “tirar do nosso lugar”, chamando-nos para a aventura da solidariedade por força de um misterioso poder de interpelação e de apelação. Acolher alguém de forma hospitaleira significa abrir o espaço próprio sem reservas ou desconfianças. (BAPTISTA, 2008, p. 9 - grifo do original)

A relação que se estabelece entre anfitrião e comensal nas casas onde ocorrem as experiências gastronômicas remete à assimetria da reciprocidade da hospitalidade gratuita, ou seja, a posição de inferioridade do hóspede (comensal) diante de quem o recebe. “O dono da casa é ali soberano e nenhum estranho pode substituí-lo no controle do acesso à sua casa” (GOTMAN, 2009, p. 5). No entanto, quando se trata de uma relação comercial, em que há um pagamento pelo serviço prestado, segundo Gotman (2009), os envolvidos se desobrigam da dívida, mas não é isso o que ocorre nesta relação em específico. Ainda que, diante de um pagamento, tanto o anfitrião quanto o comensal saibam e até sintam que existe um valor monetário dando significação à relação entre eles, a hospitalidade gratuita é o que se denota nas falas dos entrevistados. A afirmação “*é a casa dela, a gente entra na sala da casa dela*” (Ciça, 2018) demonstra que serão cumpridos os:

rituais mínimos e quase automáticos aos quais nos entregamos sem pensar: mostrar uma hesitação antes de ultrapassar a soleira da porta do outro, esperar ser convidado a entrar antes de o fazer, deixar o dono da casa abrir a porta no momento de ir embora. (GOTMAN, 2009, p. 5)

A anfitriã Larissa, do *Jantar Secreto*, diz que as pessoas que frequentam seus eventos se encantam com a decoração, por exemplo, com elementos que parecem estar em determinado lugar por acaso, mas que, para estarem ali onde estão, houve um trabalho dela na preparação do ambiente para torná-lo agradável e acolhedor. Comensais percebem a preocupação dos anfitriões em recebê-los carinhosamente e mencionam que se sentem acolhidos como se estivessem na casa de amigos. A expressão “*você se sente dentro da casa de amigos*” foi dita por Wilma (2018), que esteve na casa da *chef*-anfitriã Flávia mais de uma vez para comer comida baiana. Como ela, Guaraciaba, que também

participou de jantares compartilhados no mesmo local, mencionou o acolhimento como se fosse parente das pessoas da casa: *“parecia que a gente estava na casa de alguém já há muito conhecido, todos pareciam já parentes”*. O que é percebido pelas hóspedes-comensais corrobora com a intenção prevista pela anfitriã, que entende que é preciso envolver toda a família em sua atividade de receber pessoas em casa:

[...] é importante que, tanto a família se sinta confortável em receber (quanto) e a pessoa se sinta acolhida. A gente tem essa preocupação. Quando a pessoa chega a casa está toda arrumadinha. [...] a pessoa não vê bagunça, não vê desordem. (Flávia, 2018)

Ainda que se sintam em casa de amigos ou parentes, existem limites de comportamento que se referem à intimidade de um ambiente doméstico:

Entretanto, o visitante sabe que nada pode fazer e adivinhar em cada situação seus direitos reais e aqueles cuja autorização deverá solicitar antes de usar: telefone, aparelhos musicais, computador. Ele sabe igualmente que não pode ultrapassar o limite íntimo: quarto e banheiro dos anfitriões, etc. (GOTMAN, 2009, p. 10)

Para criar um ambiente acolhedor, a fala da anfitriã prova que ela prepara o ambiente. Quando diz personalizar a decoração e a música de acordo com o perfil dos amigos que vai receber, demonstra que a dádiva não foi abolida da relação. *“Para cada grupo existe uma característica tanto de decoração quanto musical. Eu tenho essa preocupação de personalizar”*, conta Flávia, anfitriã do *Quitutes de Mãinha*, que demonstra que costuma estar disposta a oferecer algo mais que a comida, por exemplo, a decoração temática ou um mimo a quem participa de seus jantares. *“É a razão de ser da decoração com a qual se recebe um hóspede, de todas as formas diferente da funcionalidade prática da vida cotidiana. A dádiva e, portanto, a hospitalidade exige ‘extras’”*. (GOTMAN, 2009, p. 13 – grifo do original)

Diante de alguns relatos de anfitriões e comensais que participaram dessas experiências gastronômicas em ambientes domésticos, a metahospitalidade a que se refere Lugosi (2008) como um estado temporário de mutualidade diferente das manifestações racionais da hospitalidade, que é experimentado ou produzido em situações comerciais, pode ser identificada uma vez que o ambiente é um espaço acolhedor em que os convidados do jantar

se sentem em casa e tomam o lugar como seu, trocando mutuamente com os anfitriões e com outros convidados suas experiências, histórias, valores, etc.

Porque o próprio espaço favorece, se você está numa casa é diferente de você estar num restaurante porque tem restaurantes que são superaconchegantes, tem uma decoração bem caseira, tudo, mas é diferente quando você vai numa casa. Você se sente muito acolhida. Eu me senti em casa. (Guaraciaba, 2018)

A metahospitalidade ocorre nessa apropriação que pode ser traduzida como uma licença, uma autorização que o próprio convidado se dá, para interagir e ser capaz de promover por si mesmo a hospitalidade.

A sensação de fazer parte foi evidenciada durante o jantar no *Quitutes de Mãinha*, quando as pessoas que chegaram primeiro, sentindo-se à vontade no espaço, informavam aos que iam chegando o local para pendurar as bolsas, o nome do gato da família, o poder da cachaça que estava sendo servida, entre outros comportamentos que denotam a metahospitalidade.

Paulo, o anfitrião do *Balaio* – experiência que junta comida, música e um ambiente descontraído com um número significativo de pessoas (mais que uma mesa em que todos se veem) –, conta que são os próprios participantes os responsáveis pelo sucesso do evento. A participação deles é que de fato concretiza a experiência. Os comensais não ficam à espera de serem servidos, mas se sentem à vontade para usar o espaço que, temporariamente, compraram para a sua diversão, comportando-se como se fossem os próprios anfitriões, numa troca generosa de papéis que não pode ser medida, mas é percebida pelos que dela participam.

Mariana (2018), anfitriã do *Coma Lá em Casa*, diz que é uma relação muito divertida e que todo mundo vai sempre entusiasmado, porque se trata de uma experiência diferente que todos optam por ter e, talvez por isso, as pessoas acabam “*se jogando nessa experiência*”. Segundo ela, “*normalmente, as pessoas chegam muito empolgadas. Isso contagia. E todo mundo se contagia, então, é sempre muito divertido nesse sentido*”.

Gotman (2009) se refere à hospitalidade comercial como uma imitação da hospitalidade gratuita, sendo que a primeira tem a desvantagem de não poder lidar com improvisações. Nos ambientes domésticos de *chefs*-anfitriões, o restaurante é que é imitado temporariamente, e o imprevisto permitido na

hospitalidade gratuita é também temporariamente suspenso. Ainda que o comensal se comporte como um hóspede e cumpra as regras que lhe cabem numa relação de hospitalidade gratuita (que envolve a dádiva), o fato de haver um pagamento pelo serviço que está recebendo do anfitrião faz com que este último se sinta na obrigação de prever e informar tudo o que está contido, numa espécie de contrato tácito que permeia a relação.

Tanto nos *sites* de compartilhamento de refeições quanto nos independentes, as informações para o comprador da experiência são objetivamente claras quanto ao menu, os horários, a presença de animais domésticos e as restrições alimentares. Anfitriões independentes como a *chef*-anfitriã do *Quitutes de Mãinha* (que também está anunciado no *Dinneer*), e os donos do *Coma Lá em Casa*, *Lá em Casa pra Jantar* e *Jantar Secreto* informam ao comensal, além do menu, dados sobre as pessoas que compartilharão a mesa, facilidades para chegar ao local, se existe ou não estacionamento nos arredores e até sanções quanto a atrasos, o que pode comprometer a ordem do serviço que será oferecido.

Quando numa terça-feira (2 de outubro de 2018), a anfitriã Flávia, do *Quitutes de Mãinha*, recebeu uma demanda por dois lugares à mesa para a sexta-feira seguinte (5 de outubro de 2018), ela, embora pudesse receber até doze pessoas em sua casa na ocasião, tendo já um grupo formado de quatro, entrou em contato com esses participantes com reserva feita e lhes informou que recebera o pedido de um casal para participar do jantar, perguntando se isso não lhes causaria inconveniente. Somente após o consentimento destes é que ela confirmou a reserva do casal.

Mesmo não havendo um contrato assinado entre *chef*-anfitrião e hóspede comensal, as tratativas que envolvem a relação trazem elementos que podem ser interpretados como uma formalização contratual. Os comensais são tratados como amigos convidados para um jantar em casa, mas recebem informações que desobrigam os anfitriões do improvisado, como a preparação de um prato especial para alguém que tenha restrição alimentar ou que chegue atrasado e perca o primeiro prato. O anfitrião também avisa sobre as marcações de tempo previstas para todo o jantar, dando um recado para que os participantes se lembrem de que não se trata de um restaurante, embora haja regras como as de

um, o que remete ao questionamento da “hospitalidade e comércio: antinomia ou complementaridade” a que se refere Gotman (2009, p. 17).

Kleber relatou que sua decisão de deixar de ter um estabelecimento comercial se deveu ao fato de que cansou de lidar com custos altos. Liana diz que recebe em casa, mas que um dia quer ter uma pousada e um restaurante. Larissa realizou parcialmente o sonho de ter um restaurante porque há mais de quatro anos criou um negócio profissional para receber pessoas em sua casa para comer. Ela, diferentemente de Mariana e da maioria dos demais anfitriões, assume que, desde o início, sua ideia era criar um negócio.

Nós não somos pessoas que decidiram abrir a casa. A gente trabalha com isso. Meu marido é cozinheiro, ele tem formação em gastronomia, trabalhou em restaurantes. Só que no nosso caso, a gente não tinha dinheiro pra abrir um restaurante. Então a gente decidiu criar uma coisa, a gente acabou criando uma coisa alternativa pra que a gente pudesse ter um negócio, entendeu? E é por isso que é secreto. Não necessariamente os eventos são na minha casa, inclusive, começou na minha casa porque era o único lugar que eu tinha. (Larissa, 2018)

Naquela época (no início), a gente nem pensava em lucro, a gente queria custear mesmo o evento. Não tinha nenhum pensamento financeiro nesse sentido. (Mariana, 2018)

O lazer e o entretenimento, que no entendimento de Telfer (2002), são os motivos que levam pessoas a querer comer fora de suas casas, foram interpretados por *chefs*-anfitriões como oportunidades para colocarem em funcionamento algo próximo do sonho empreendedor de ter um restaurante partindo de um baixo investimento. Isso não significa que essas pessoas não sejam dotadas de hospitabilidade, como se nota quando Miguel (2018) diz que “*financeiramente também é um atrativo, mas não seria atrativo se não fosse prazeroso para gente também*”; mas elas não se inibem em dar o sorriso comercial (GOTMAN, 2009), se necessário, para os negócios de gastronomia em casa que empreenderam.

Existe um juízo de valor das pessoas quanto ao que é caro ou barato quando se trata de uma refeição oferecida em casa. No imaginário das pessoas, como não existem taxas e impostos para o funcionamento, parece que somente os custos diretos dos ingredientes devem contar para compor o preço da experiência gastronômica.

Eu não sei o valor que ficou pra cada um, mas eles julgam que foi um preço alto, porque incluía vinho, também a bebida e eles

justificaram o fato de não ter encargos, de não ter serviços e aí, eles acharam, comentaram, não o casal, mas as pessoas assim na saída comentaram que foi um preço um pouco salgado. (Luciano, 2018)

A comida é muito boa, assim, mas nada demais. A gente só não vai mais vezes porque, pra nós, ficou caro. É que nem sair para jantar fora, então, a gente tem evitado. (Mariana R., 2018)

No que se refere a questões financeiras, há uma diferenciação entre comer fora no restaurante e na casa de uma pessoa que cozinha que para o comensal tem um significado e para o anfitrião pode ter outro, como preço e custo, respectivamente. Outros fatores referem-se ao cardápio ou menu, ao enxoval da mesa, a frequência e à duração do tempo das experiências. Trata-se da percepção de um valor comercial que está presente também na atividade que ocorre em ambiente doméstico.

Porque não é uma relação muito comercial, né? É comercial, mas ela não é um comercial assim no sentido de um restaurante que você chega e tem um cardápio e você pede e tal. Há um envolvimento pessoal muito maior. Eu acho que há uma personalidade muito maior [...] Eu acho que não dá pra fazer, talvez, em larga escala. Não sei. Eu não imagino como uma coisa desse tipo funcionando todas as noites (e que) quaisquer pessoas que se inscrevam. (Márcio, 2018)

Não se trata, no entanto, de uma usual situação de hospitalidade em ambiente doméstico na qual o anfitrião arca com todas as despesas ou em que o anfitrião não visa a ser remunerado pela comensalidade que promove em sua casa. Lashley (2004) refere-se ao domínio doméstico como o da provisão de alimentos e bebidas e hospedagem no âmbito do lar, sem se referir a pagamentos destes préstimos, e ao domínio comercial como o que é praticado em troca de um pagamento. No caso dos jantares compartilhados em casa, há uma mescla de ambos que se torna evidente, principalmente, quando são comparadas expectativas dos comensais e a realidade dos anfitriões.

Paulo disse que todos os eventos promovidos no *Balaio* são lucrativos, mesmo os que têm poucas pessoas. Segundo as planilhas nas quais ele anota todos os dados financeiros das experiências, às vezes “é um lucrativo que não vale a pena”, e que se é para cozinhar para desconhecidos ele quer mesmo ganhar dinheiro. “Se é para fazer isso aqui, que não seja pra cozinhar para os meus amigos, que para os meus amigos eu vou cozinhar por prazer, então tem

que dar dinheiro. Se não eu fico em casa bebendo com os meus amigos.” (Paulo, 2017).

A impressão dos comensais é de que os *chefs*-anfitriões podem ganhar algum dinheiro, mas que não se sustentam no dia a dia com essa atividade. Para Márcio, isso parece incompatível, modificando sua expectativa de que essa atividade tem que ter um caráter pessoal e não financeiro. “*Mas a pessoa lá vivia disso mesmo. Eu achei um pouco, assim, impessoal.*” (Márcio, 2018)

A percepção de Larissa como anfitriã se opõe à de Márcio, uma vez que ela lidou com investimentos que foram sendo feitos no negócio:

Às vezes, a pessoa acha, é, não, ela recebe em casa, super legal! Não! É um trabalho. A gente foi fazendo alguns investimentos ao longo dos anos. A gente comprou material, a gente comprou enxoval completo, a gente tem louça, tem taças, tem mobiliário, a gente tem equipe que a gente treinou. A gente treinou os garçons que trabalham com a gente sempre, a gente tem os cozinheiros que trabalham com a gente sempre, é um negócio que a gente tem assim... a gente tem praticamente um restaurante virtual, entendeu? (Larissa, 2018)

Oferecer em ambiente doméstico o que se oferece em um restaurante sem fazer os mesmos investimentos financeiros no negócio requer criatividade e ousadia. Tem que parecer que tudo foi planejado para ser do jeito que está, mas, os que também frequentam os bastidores sabem que a narrativa do espetáculo esconde sacrifícios e adaptações dos atores. No *Lá em Casa pra Jantar*, os pratos que vão à mesa são todos diferentes uns dos outros. Apesar de serem coloridos e compostos por peças de marcas distintas, há uma certa harmonia na composição das louças, o que se atribui a um olhar dedicado da anfitriã em conjugar elementos contrastantes, mantendo um equilíbrio. O fato de as peças serem diferentes não é uma decisão apenas criativa hedonisticamente: usar louça desemparelhada teve a ver com não ter poder aquisitivo para um jogo de jantar completo, o que não poderia ser cogitado para começar a atividade.

O mesmo ocorreu no início da operação do *Jantar Secreto*, que também viveu de improvisos, alugueis e empréstimos de louças até ter seu próprio enxoval de mesa:

Quando começou aumentar muito o número de pessoas, a gente foi e conseguiu uns pratos com a minha sogra. Minha sogra tinha um jogo de pratos grande, aí ela ofereceu pra gente. Até a gente conseguir o nosso, do jeito que a gente queria, foi agora no

último ano. A gente juntou uma grana e conseguiu comprar, fazer um investimento de um pouco mais de infraestrutura. (Larissa, 2018)

Nas experiências de Larissa, Flávia e Mariana, que oferecem comensalidade em casa há algum tempo, o preço cobrado individualmente subiu no decorrer da atividade, o que se deveu não somente à inflação dos produtos no mercado como ao investimento feito para que os eventos se tornassem cada vez mais atrativos. O que no começo nem parecia muito relevante, como o uso de determinados ingredientes ou a oferta de infraestrutura adequada aos participantes, como cadeiras confortáveis para sentar ou copos apropriados para servir drinks, tornou-se, com o tempo, importante para diferenciar e customizar os eventos. Providenciar esses elementos encarece o produto final e reflete no preço praticado, mesmo que na percepção dos clientes não devesse ser computado como custo, já que as experiências não ocorrem em restaurantes.

O preço praticado nas experiências observadas para um menu com entrada, prato principal e sobremesa começa em R\$ 60 e vai até R\$ 90 em média, sem contar a bebida, que em alguns casos é paga por demanda na hora do evento (como no *Balaio*) ou pode ser acrescida no valor pago antecipadamente sem que na hora do evento o comensal precise pôr a mão no bolso (como no *Jantar Secreto* ou no *Lá em Casa pra Jantar*). Mexer com dinheiro numa experiência doméstica torna a relação menos hospitaleira, na visão de alguns participantes. Cobrar pela hospitalidade doméstica soa como um tabu, de modo que o pagamento antecipado favorece a sensação de uma hospitalidade genuinamente gratuita. Optar por essa modalidade de cobrança é um jeito de evitar constrangimentos, mas a relação comercial está implícita, pois abrir as portas e receber pessoas para comer implica custos que os anfitriões conhecem bem.

Ah! O pagamento não foi feito lá, foi feito antes, essa é uma coisa que eles comentaram. (Luciano, 2018)

Eu cobrava, se não me engano, 40 ou 45. Agora qual que era a moeda que eu não lembro se era euro ou se era dólar, por pessoa. Porque eu fazia na verdade um jantar completo que tinha entrada, principal, sobremesa e bebida alcoólica, e vinho, normalmente. Não era dinheiro na mão, era via o site. O site pega uma comissão do que eu cobro. (Cláudio, 2018)

Setenta é a janta. Então, a janta o cara pagou 70. Depois ele tem que beber. Se o cara gastar, eu acho que se o cara gastar uns

130, 140 reais aqui está bom.[...] Como que aqui a gente não limita, isso faz com que o cara coma demais e isso me deixa feliz, mas, financeiramente, isso não é legal porque eu podia ter comprado metade daquela quantidade de carne. (Paulo, 2017)

Na semana passada, tinha um professor aposentado da USP, que estava sentado aí onde você está, ele comeu quatro vezes. O meu lado mãe-judia falou: Nossa! O cara gostou da minha comida. Mas esse cara me deu prejuízo, porque ele tomou umas duas cervejas e comeu quatro vezes. E quatro vezes eu montei um prato sarado, né? (Paulo, 2017)

Então, a refeição, a minha refeição é sessenta reais, né? Com tudo, com bebida, entrada, prato principal, sobremesa. As bebidas são inclusas, água, chá, café, cerveja e vinho com o preço um pouco mais caro e a pessoa tem a opção de um suco. (Liana, 2018)

Não achei caro. Eu achei assim, dos lugares que costumo ir que tem essa configuração, eu achei um preço muito acessível. Bem acessível mesmo. (Guaraciaba, 2018)

Acho que o valor (que paguei) foi 80 a 90 reais. E isso tinha entrada, prato principal, sobremesa e algumas bebidas inclusas. (Wilma, 2018)

O preço acessível, eu já aprendi: ele tem que ser muito “comesurado” [medido] com o que você vai comer e também o estilo de jantar que as pessoas querem e o tipo de cliente que você tem. Eu posso fazer uma coisa desde 40 reais, como um jantar, com muitas pessoas, com um aperitivo um pouco mais forte... (Ilária, 2018)

Eu não faço muita questão de abrir muito o meu cardápio porque você sabe que isso implica em custos de estoque... eu trabalho em casa. Eu teria que ter estoques de todo tipo. (Flávia, 2018)

A gente sempre fazia eventos e os meus amigos falavam: por que que você não cobra? Já que a gente já vem e você compra tudo e depois divide com todo mundo. Por que você não começa a cobrar uma parte pra ganhar um em cima da gente? Eu falei não. Peraí, não vou cobrar uma parte, vou cobrar é tudo! Por que eu vou cobrar só uma parte? Vou cobrar tudo. A partir de agora vocês vão pagar tudo o que vocês vão comer e beber. E aí eles gostaram porque é um negócio mais caseiro, mais aconchegante. (Daniel, 2017)

Não é só o preço que diferencia a hospitalidade do ambiente doméstico da do comercial, esta última que os participantes da pesquisa relacionam diretamente com a praticada pelos restaurantes.

Apesar de envolver pagamento, a casa do chef-anfitrião tratada nesse estudo é um lar. Nela, moram e vivem, além do próprio anfitrião, seus familiares;

ali estão os seus pertences pessoais, seus animais de estimação e é desse local que se avizinham pessoas cujos endereços não mudam quando um jantar compartilhado acontece frequente ou esporadicamente.

Então, em primeiro lugar, não é um restaurante, é um lar. É uma casa ou um apartamento ou um local devidamente preparado para o evento gastronômico, mas não se trata de um estabelecimento comercial com portas abertas todos os dias em que qualquer pessoa pode entrar.

Tem seu filho, eu tenho bicho, eu tenho marido, eu tenho sogro, tudo aqui dentro de casa. Então, além da comida estar bem, toda a família precisa estar se sentindo confortável com aquela situação de ter um grupo dentro de casa. (Flávia, 2018)

A família dela senta junto. [...] É uma mesona grande. Não tem mesa separada. Ela monta uma mesa só pra várias pessoas. (Ciça, 2018)

Não era um restaurante. Na casa dele tinha um salão, umas dez mesas. Segundo o cara lá, ele tinha começado pequenininho, era só uma coisa na casa dele, as pessoas começaram gostar, recomendar e ele acabou fazendo esse puxadinho. (Márcio, 2018)

Neste evento, que ocorre ao redor da mesa em função da comida, quem participa não visa a apenas comer (embora haja expectativa de que a comida seja especialmente preparada), o que se busca são relações humanas, vínculos mesmo que temporários, se busca companhia, boa conversa, ambiente confortável e seguro.

A ideia é que o cara possa ter uma noite diferente da convencional, que é o cara ir num restaurante escolher a comida, comer, pagar e ir embora. (Paulo, 2017)

A questão da segurança é um item muito citado entre os entrevistados, porque qualquer que seja o papel desempenhado nesta relação, este impõe riscos de diversas ordens. Em se tratando de hospitalidade e seus interstícios (CAMARGO, 2015) existe, só para começar, o risco de se envolver com pessoas hostis, sem a mesma educação e polidez, com valores distintos e posições antagônicas.

Ainda em relação à segurança, para quem abre as portas, receber estranhos contém elementos que se referem à segurança física e patrimonial. Desconhecendo seu hóspede, esse anfitrião enfrenta o risco de abrir seu lar para uma pessoa desequilibrada, rude e, no extremo, para um ladrão ou um

psicopata. O que, no caso de um apartamento, por exemplo, põe em risco também os vizinhos moradores do prédio ou condomínio. Nesse ponto a questão do ambiente doméstico é mais vulnerável do que a de um estabelecimento comercial que, embora de portas para a rua, conta com uma representação civil e social, que tem riscos, mas é vigiada socialmente. Além do que, um intruso dentro de casa onde estão o anfitrião e sua família é diferente de um intruso em um restaurante que conta, no mínimo, com uma brigada de cozinha e com a proteção legal dos estabelecimentos comerciais.

Receber em casa está na moda, é um delícia, né? Não é bem assim. É supercomplicado, a sua casa realmente vira um restaurante, você tem uma série de riscos que você corre com vizinho, com tudo, porque é uma coisa meio clandestina, entendeu? (Larissa, 2018)

Eu acho que tem um risco de segurança. Principalmente, por exemplo, no cara de Brasília, havia muito risco. Porque ele não tinha muito critério de seleção e ele morava numa casa espetacular. Uma casa não muito grande, mas com obras de arte, se via que o cara tinha dinheiro, então eu não sei... do meu ponto de vista eu acho meio complicado você abrir a sua intimidade assim. (Márcio, 2018)

Para os hóspedes-comensais também existem os riscos alimentares provenientes do manuseio incorreto de ingredientes e utensílios e a questões de higiene no espaço, já que a vigilância sanitária não é mobilizada para garantir os procedimentos técnicos como em uma cozinha profissional. Apesar disso, aqueles que dividem esse tipo de mesa não parecem estar realmente preocupados, assim como os anfitriões que cozinham apontam se esmerar para entregar o melhor de suas produções culinárias e gastronômicas em busca de momentos de satisfação do comensal e de certo júbilo pessoal. A comida entregue parece ser o troféu que o *chef*-anfitrião exhibe; portanto, o cuidado com o seu preparo, por vezes, pode ser até mais primoroso do que o de um restaurante, no qual a mesa não será compartilhada entre esses dois atores.

Se você vai comer num lugar conhecido, num lugar oficial, você tem mais ou menos certeza do que você vai comer, da qualidade do que vai comer, porque você fica no TripAdvisor, porque um tem nome, porque tem uma referência num jornal, sei lá, porque parece que todo o negócio seja muito mais controlado por um lado de qualidade e de segurança, em outra parte. (Ilária, 2018)

Eu, por exemplo, observo muito a higiene do local. Porque não adianta você ir em algum lugar que você fala assim, ah! tem não sei quantas estrelas, e eles te servem num prato engordurado.

Que fica até feio. Nas minhas duas vezes, não aconteceu isso. Tudo muito limpo... (Wilma, 2018)

Esse tipo de evento não tem um cardápio onde se escolhe o prato que se quer comer entre várias opções disponíveis, mas um menu específico, que é uma sequência dos pratos que serão servidos. Os menus dos eventos em casa são previamente definidos e há pouco ou nenhuma variação ou improviso em relação ao que será servido. Existe uma relação que antecede o evento no qual o *chef*-anfitrião é informado sobre restrições alimentares e dietas especiais para que, diante disso, decida se pode e quer atender aquele comensal. Estabelecidas as regras desse contrato tácito, não há mudanças no decorrer do caminho. As pessoas sabem o que vão encontrar para comer – isso só não acontece em experiências às cegas, mas nesse caso a surpresa já faz parte do pacote a que o indivíduo se propôs.

Quando você tem um restaurante aberto, você tem que ter uma variedade. No que tange ao meu trabalho aqui, as pessoas, elas vêm na sede de comer aquele prato, né? Ou é o caruru ou é a moqueca ou é o acarajé. Eu não tenho estrutura hoje, fisicamente falando aqui em casa para abrir para outros cardápios que implicaria em outros fornecedores, outro tipo de estoque. Fisicamente, hoje, pra mim seria complicado. (Flávia, 2018)

A ideia é que seja uma experiência diferente de um restaurante, mas que você tenha um atendimento profissional, uma comida que tem um nível de restaurante, empratada, com uma assinatura legal, criativa. (Larissa, 2018)

Tal como o menu, também as bebidas são previamente combinadas. Mesmo que um anfitrião opte por um modelo em que a bebida será vendida durante o jantar, a sua carta de vinhos ou cervejas, bem como seu estoque de bebidas não alcoólicas, nunca será comparado ao de um restaurante. Por isso alguns anfitriões não cobram pelo serviço de rolha como fazem os restaurantes, embora providenciem as taças, o gelo e cumpram o serviço de encher as taças durante o jantar.

Os *sites* de compartilhamento de refeições sugerem que os anfitriões informem com clareza como se dará a relação com a bebida, uma vez que é sabido que esse pode ser um dos itens mais onerosos de uma refeição. Há anfitriões que permitem que os participantes levem suas bebidas, mas

recomenda que também levem os copos adequados, sob pena de terem seus vinhos servidos em copos inapropriados.

Os preços praticados para as experiências também diferenciam refeições servidas em casa daquelas servidas em restaurantes. Mesmo as experiências mais requintadas (com exceções para *supper clubs*⁷ – que não são exatamente o tipo de evento sobre o qual este trabalho trata), que contam com harmonizações de vinhos, cervejas, águas ou drinks, prato a prato, os valores praticados pelos *chefs*-anfitriões caseiros, comparativamente, acabam sendo menores dos que os de restaurantes oferecendo o mesmo tipo de preparo e harmonização. Isso se deve tanto à ausência de tributos como também ao giro que, apesar de menor que o de um restaurante (que tornaria mais cara a refeição), não demanda a mesma infraestrutura (de empregados, espaço etc.) para funcionar.

O que me levou foi que eu cansei de ter que ter uma estrutura tão grande tendo que girar. No caso do restaurante, a gente gasta muito com estoque, com manutenção... o giro do negócio em si é muito elevado. Eu, na verdade, me cansei de ter que manter uma estrutura. (Kleber, 2018)

O preço mais acessível para uma experiência surpreendente mostra-se uma expectativa clara dos participantes. Os jantares mais vendidos nos *sites* de compartilhamento são os mais baratos, o que pode ser constatado nas próprias plataformas que dão destaque aos mais procurados cujos preços, quando comparados, são menores do que os demais. Ao optar por participar de experiências cujos preços são maiores, os comensais levam em conta também o local em que a refeição será servida, o tipo de comida diferenciada e feita com exclusividade para uma comemoração, por exemplo, e outros fatores não mensuráveis como a interação, a memória afetiva que buscam por meio da comida ou da regionalidade, entre outros.

Mesmo que uma casa seja diferente de um restaurante, que tem hora para fechar, o comensal não pode, por educação, permanecer madrugada adentro. Por mais que o ambiente seja acolhedor, existe o tempo de ser recebido, alimentado, entretido e o de se despedir. No estudo sobre as narrativas da hospitalidade na Idade Média, Roussel (2011) identifica quatro fases moralistas

⁷ Clubes de jantar como confrarias de alta classe

da hospitalidade: acolhida, refeição, repouso e partida. Apesar de outros tempos, as fases permanecem as mesmas.

Na percepção de Luciano a respeito do almoço em Florianópolis no qual participou, os anfitriões não exploraram muito o momento logo após a refeição, mesmo tendo uma casa perfeitamente adequada para isso – talvez porque receassem que os convidados estendessem sua permanência no local por mais tempo que o desejado pelos donos da casa. No entanto, ele pensa que, mesmo sem uma ação preventiva por parte dos anfitriões, as pessoas teriam noção de que se trata de um espaço caseiro e se comportariam de modo adequado. Nas palavras dele: *“as pessoas também se tocam, né? Acho que chega um momento que falam que está no horário de ir e tal... Ninguém é louco de ficar lá a tarde toda”* (Luciano, 2018).

A anfitriã Flávia (2018), que recebe pessoas para jantares em sua casa no bairro da Aclimação em São Paulo, diz que, apesar de arrumar o ambiente para as visitas, ela não esconde os pertences do pequeno Gustavo da sala. *“Eu não tiro os brinquedos do meu filho. Eu apenas organizo, entendeu? Porque ali existe uma criança e todos sabem disso”*. O fato de manter os objetos da criança no espaço, assim como deixar que a gata Laila transite entre os comensais, lembra a todos que aquele é um lar e que, embora tenha sido preparado para oferecer conforto e segurança aos convidados que estão pagando para comer ali, não comporta exageros e liberdades que um ambiente comercial muitas vezes permite.

Uma casa onde há uma criança pequena, como a de Flávia, por mais acolhedora que possa ser, não pretende suportar que participantes de seus jantares baianos adentrem a noite cantando e bebendo até o sol raiar. Isso não significa que não haja liberdade para que as pessoas se soltem, mas o limite está implícito nas próprias regras da hospitalidade. Raffestin (1997) refere-se a esse limite imaterial e não visível, mas intencional, arbitrário e de ordem moral quando discorre sobre o conceito de semiosfera. Do mesmo modo há um limite invisível na casa que recebe crianças para jantares, uma vez que não há berços para que os pequenos passem a noite.

O tempo de ir embora pode ser limitado, mas numa refeição oferecida em casa não há pressa para que as pessoas comam e livrem os lugares, como o que pode ocorrer num restaurante, que aumenta seu faturamento quanto maior

for o giro das mesas. Para Márcio, essa pressa não combina com experiências gastronômicas em casa.

Eu gosto de uma coisa bem lenta. Como você faz aqui (referindo-se ao Lá em Casa pra Jantar), tinha mais ou menos um tempo, mas sem pressa. Tem um norte, mas não tem pressa. Eu gosto de refeições lentas, assim, sem me preocupar com o tempo, com quantos minutos você vai levar para comer aquilo. (Márcio, 2018)

Há uma marcação quase roteirizada quanto aos serviços em curso de um jantar gastronômico, por exemplo. Se houver um tempo previsto e o jantar tiver mais do que cinco ou seis cursos (entradas de comidas diferentes empratadas à mesa), o *chef*-anfitrião tem que se preocupar com o andamento dos preparos e montagens na cozinha para completar o serviço a contento. Isso também demanda do *chef* uma habilidade para prever o tamanho das porções servidas, a fim de que os comensais as degustem com calma, sem que se sintam enfasiados com porções maiores e em quantidades exageradas. Uma boa refeição servida em casa por um *chef*-anfitrião é aquela em que as pessoas não comem mais do que deveriam, tampouco saem com fome. Nos restaurantes, por diversos motivos, ambas as situações podem ocorrer com mais frequência. Contanto que a conta seja paga, o restaurante não tem, por princípio, essa preocupação com o seu cliente.

Sem esgotar o assunto, que pode suscitar outras análises, a comensalidade de um ambiente doméstico não se iguala à de um restaurante porque as expectativas dos que dela participam são também diferentes das que se dão diante da oportunidade de ir a um ambiente comercial. Sem ser mencionado como item de diferenciação, o acolhimento foi o ponto levantado como diferencial para os entrevistados.

[...] se você sabe fazer uma comida que é muito massa, que é muito elaborada e interessante, que possa ser tão boa ou até melhor que de vários restaurantes, mas que também tem essa coisa do ambiente de quando você vai pra casa dos amigos, mesmo que não conheça todo mundo. Tem um clima diferente do de um restaurante, você tem uma predisposição a querer conversar com as pessoas. (Mariana, 2018)

Eu acho que [o acolhimento] faz total diferença na experiência. Se não tiver acolhimento, então, é restaurante. (Márcio, 2018)

O ambiente doméstico visto como o lugar da hospitalidade é o cenário mencionado. Nele se dá o ritual do encontro e da refeição. Deve, portanto, estar

preparado para que a cena ocorra. O anfitrião que recebe em sua própria casa prepara o ambiente para que a cena seja hospitaleira.

CAPÍTULO 5 – CENA GASTRONÔMICA

*Comida traz alegria, leva de volta pra casa, diz
coisas que as palavras não podem dizer. E
quando se junta com música,
pode ter efeitos devastadores.*

Sophia Loren

A cena gastronômica não ocorre ao acaso porque é um ato de hospitalidade que “ressalta de forma inequívoca como um ritual, com dois atores e o espaço no qual uma marcação precisa, no sentido teatral da palavra, se desenrola” (CAMARGO, 2004, p.16). Um jantar compartilhado não é uma atividade corriqueira em que as pessoas apenas se encontram fortuitamente, sentam-se ao redor de uma mesa e comem juntas. A cena gastronômica de que trata esse trabalho é um ritual no qual estão envolvidos protagonistas, coadjuvantes e figurantes atuando em um cenário cuja indumentária e a comida são elementos cênicos fundamentais e há um roteiro a ser seguido. Para que a cena transcorra, há ensaios e bastidores. A ausência de qualquer desses elementos indispensáveis leva ao fracasso do espetáculo. Como nos roteiros de teatro, a divisão em atos e cenas marca os tempos que compõem a peça como um todo e, conforme o texto se vai desenvolvendo, no decorrer da encenação, misturam-se marcações e improvisos, sem que a plateia perceba. Atores e expectores participam do espetáculo, passam por momentos de entrosamento, tensões e expectativas, vivem emoções que podem levar à gargalhada, ao riso ou às lágrimas e experimentam o clímax, tendo consigo a certeza de um desfecho em breve, que pode ser trágico ou feliz, dependendo do gênero que tenham escolhido previamente.

O peso simbólico da comensalidade, como construção do laço social e identitário, nos levou a reconhecer todo seu poder de encantamento, de fascinação, de arrebatamento: pela magia do ambiente, pela embriaguez do reencontro, pela catarse da linguagem ou do discurso. Tudo o que confere à comensalidade o seu ritmo, sua energia, dentro de um contexto de improvisação em que o comer e o beber juntos devem ser vividos como uma experiência autêntica e inédita. Talvez repetida, mas sem cessar recriada, renovada pela entrada de atores em cena. (BOUTAUD, 2011. p. 1221)

Neste capítulo caracteriza-se a cena gastronômica dos ambientes domésticos usando como recurso didático os tempos da hospitalidade: recepcionar, hospedar (acomodar), alimentar e entreter. A partir da análise do conteúdo do *corpus* documental da pesquisa apresenta desde o ato de transpor a soleira até o que ocorre após a despedida.

5.1 Ritual e Encenação

A cena gastronômica do ambiente doméstico é eventual, por isso requer preparo, roteiro, encenação e despedidas que demandam atitudes de hospitalidade. O restaurante estará lá amanhã ou no próximo mês, caso hoje não seja possível ir, o mesmo não ocorre com o jantar compartilhado. De outro modo, essa é uma experiência única, autêntica e inédita, com hora para começar e terminar, como um espetáculo que pode ser repetido, mas nunca recriado. (BOUTAUD, 2011).

Quando se pretende descrever o ritual da comensalidade ou a cena gastronômica, faz-se necessário lembrar que este rito é o lugar do mito da hospitalidade para o qual Homero criou regras fixas e desdobramentos, desde a aproximação do visitante à casa de seu anfitrião até o momento de sua partida. Este ritual compõe-se de cenas de chegada, recepção, banquete, apresentações, presentes e despedida (MONTANDON, 2011).

Na cena gastronômica, o ritual toma ares de espetáculo e alguns dos *chefs*-anfitriões seguem uma marcação previamente planejada, que tende a parecer natural e que se vai adequando de um evento para outro:

De certo modo, a gente segue um roteirinho. Por exemplo, tem vezes que a gente recebe as pessoas ali na sala. Essas entradinhas, a gente leva ali para a sala e a gente fica ali conversando... Aí, enquanto o Aimar entretém as pessoas, eu vou para cozinha fazer alguma coisa. Caso contrário, eu fico ali também. Aí, depois da entrada, eu vou pra cozinha pra finalizar. Fazer uma finalização. (Miguel, 2018)

A gente tem um esqueminha [...] que naturalmente acontece, né? Assim, antes, quando a gente começou a fazer, eu ia para o piano antes da sobremesa, depois que a gente comeu o prato. (Aimar, 2018)

Existe uma parte da cena da gastronomia em casa que é protagonizada pelo *chef*-anfitrião, que se refere ao preparo da comida como algo espetacular, que atrai a curiosidade dos comensais e está atrelada à ideia de entretenimento desse tipo de atividade. Há, inclusive, um apelo nesse tipo de negócio, que vem do marketing da experiência. Os anfitriões mencionam suas cozinhas abertas como espaços para que os comensais acompanhem a finalização dos pratos ou para que participem de aulas de culinária, cozinhando junto com o *chef* o que será servido, por exemplo, e assim se tornem parte da experiência gastronômica, como atores coadjuvantes.

Eu tenho uma bancada entre a cozinha e a sala de jantar, então, é tudo à vista e isso é uma coisa que a pessoa gosta muito. [...] Algumas vezes, me pedem para fazer um cooking show. Aí, você cozinha quase tudo na frente dos hóspedes e, como é aberta, é lindo porque se continua a conversar... [...] é lindo porque tem essa coparticipação também na apresentação, na preparação da comida. Eu acredito que isso as pessoas gostam. (Ilária, 2018)

A nossa cozinha é totalmente aberta. A gente finaliza os pratos conversando com as pessoas. Normalmente as pessoas ficam ali ao redor, às vezes, fazem alguma pergunta sobre o que está cozinhando. Mas, às vezes, a conversa já vai direto para um outro caminho, já começa a conversar sobre outras coisas, começa a se conhecer entre as pessoas. (Mariana, 2018)

A pessoa está cozinhando na sua frente, explicando, falando dos ingredientes, dos perfumes, das texturas dos alimentos, tal, tal, tal. Eu acho que faz toda a diferença essa narrativa do cozinheiro com os convidados. Se puder cozinhar na frente eu acho até melhor. (Márcio, 2018)

O *chef*-anfitrião assume o protagonismo da cena diante de seus hóspedes-comensais transformando uma simples refeição no ritual da comensalidade em que os papéis de cada participante se complementam em favor de uma atuação conjunta indispensável.

5.2 A marcação da cena gastronômica

Camargo (2004) refere-se aos tempos da hospitalidade: recepcionar, alimentar, hospedar e entreter em espaços doméstico, público, comercial ou virtual. Neste estudo, marcam a cena gastronômica em espaço doméstico os tempos de recepcionar (e acomodar), alimentar e entreter. O espetáculo começa

quando os convidados transpõem a soleira, esse é o momento em que sobem as cortinas e a cena se inicia.

Tudo no cenário está preparado para que os atores tomem suas marcações e a encenação comece. A casa está arrumada, a mesa posta, um aroma instigante de comida e temperos invade a sala vindo da cozinha e se ouve música. Ao abrir a porta, o anfitrião abre também o espetáculo em que ele protagoniza a cena da recepção e o convidado, o hóspede-comensal, é o seu coadjuvante. No decorrer da cena, os papéis por vezes se alternam. Na cena gastronômica que ocorre em ambientes domésticos os tempos da hospitalidade são claros.

5.2.1 Recepcionar

A porta se abre, o anfitrião oferece seu melhor sorriso e recepciona o comensal que alegremente se entrega ao aperto de mão ou ao abraço fraterno. Mulheres anfitriãs ou comensais se beijam, trocam elogios sobre a aparência uma da outra, sobre a casa e a decoração. Quem chega menciona o aroma da comida com uma primeira honraria àquele que se dedicou aos preparos culinários. Há convidados que trazem um pequeno presente, talvez flores, chocolates ou biscoitos para acompanhar o café. O anfitrião recebe e menciona que a lembrança seria dispensável, mas é bem-vinda.

Em *Uma Noite em Casablanca*, no apartamento de Aimar e Miguel, o ambiente está limpo, confortável e despojadamente arrumado. O piano de cauda aberto com partituras expostas sugere que haverá música. Há vasos com flores na sala conjugada com a sala de jantar onde a mesa posta com toalha branca, pratos rasos e de sobremesa. Talheres dispostos como mandam as regras técnicas dos que conhecem a arte de servir como os garçons, *maitres* e *chefs* de cozinha demonstra que ali moram pessoas de bom gosto e fino trato. Sobre a bancada que divide a sala da cozinha, uma tábua com petiscos aguarda para ser desarrumada. Uma lousa na parede da cozinha contém o menu da noite e uma frase de boas-vindas. Os anfitriões receberam os comensais à porta, fizeram perguntas sobre o trânsito e a se houve facilidade para arrumar uma vaga e encontrar o local.

Flávia, que oferece comida baiana, mora com a família: marido, filho e sogro. Ao chegar, o convidado encontra a mesa arrumada com toalha, *sousplats*, pratos e talheres. Não tem lugares marcados, cada um chega e vai se sentando onde acha mais conveniente. Há também um aparador lateral no qual ficam copos para que as pessoas se sirvam de uma cachacinha. Este item do mobiliário estava recoberto com uma toalha de renda, bem ao estilo das que são vendidas no Mercado Modelo, em Salvador. A mesa na qual a refeição é servida fica posicionada de frente para a cozinha, que é aberta para a sala. Se o comensal se sentar de frente para a cozinha, pode se sentir como plateia de um espetáculo. Artides, o sogro de Flávia, abriu o portão e animadamente recebeu e conduziu os convidados à sala. Paramentada com um turbante e uma roupa clara, como se vestem as baianas, a anfitriã vem em direção à porta de entrada e calorosamente abraça quem chega. Com riso na voz, ela diz: “Sintam-se em casa!”

Ludmila é casada e tem uma filha chamada Lorena de um ano e oito meses. O portão e o muro de sua casa são altos e de fora não se vê a fachada. Ao receber juntamente com o marido os convidados que chegam vai afastando os restos de entulhos de uma obra inacabada em seu terreno. Transposto o portão, se avista uma mesa redonda coberta por uma toalha um pouco puída, ao fim de um corredor que acompanha a largura da garagem. Ludmila e o marido são sorridentes, calorosos e empolgados com a presença de seus primeiros hóspedes-comensais. Eles oferecem café da manhã. Sobre uma casinha de gás, há uma toalha e sobre ela um bolo, margarina, queijo, presunto, pão e geleia, além de talheres e xícaras voltadas com a boca para baixo e dois pratos de sobremesa empilhados. Os anfitriões falam sobre o projeto da casa ainda inacabada, Ludmila elogia o pão e a geleia que fez para serem servidos e, um pouco nervosa, pede que os comensais se sirvam. O ambiente tem algo de desconfortável e se vê, cobrindo o resíduo do lixo recém-varrido, uma vassoura, encostada na porta da cozinha que dá acesso à casa para onde os comensais não foram convidados a entrar.

Esse tempo de recepção descrito em três circunstâncias distintas é o primeiro que se sucede à transposição da soleira. O ato de transpor a soleira é o mais simbólico da hospitalidade, ele é representativo da abertura dada pelo anfitrião ao hóspede para que, temporariamente, se estabeleça uma relação, um

vínculo em que regras estão implícitas. O anfitrião sente-se honrado com a visita e está ciente de suas obrigações: ele deve proteger e garantir a segurança do hóspede. No decorrer da cena deve alimentá-lo com o que há de melhor em sua despensa, acomodá-lo em lugar de conforto e entretê-lo no período de sua visita. Cabe ao hóspede: obedecer às regras e aos limites da casa, não abusar da hospitalidade que lhe é ofertada ao mesmo tempo que não pode recusá-la, permanecer por pouco tempo, só o suficiente, e depois despedir-se agradecido e prometer que a retribuição será breve.

Para o hóspede-comensal, o fato de ser recepcionado num ambiente preparado carinhosamente por um *chef*-anfitrião é valorizado como parte fundamental da experiência, fazendo dela um momento de acolhimento que ultrapassa o próprio valor da comida como atrativo:

Eu acho que é parte fundamental da experiência. Não é só você chegar lá e te oferecerem um prato de comida. Porque, por exemplo, se não tiver um ambiente agradável, um ambiente acolhedor, se não for um ambiente alegre onde está condizente com esse ambiente que você quer ter uma boa refeição, você na verdade está atrás de uma experiência, né? Você não vai estar lá só para comer um prato de comida em que o ambiente é hostil, por exemplo. Isso nem vai te fazer bem. Na verdade, eu acho que ele é fundamental. Esse “anfitriar”, de uma maneira cuidadosa e carinhosa porque ele é parte da experiência mesmo. [...] Então eu acho que o anfitrião, ele é fundamental pra promover esse cuidado, essa gentileza, esse acolhimento. (Luciene, 2018)

Eu cheguei eu e meu marido, o casal de amigos já haviam chegado, já estavam sentados, já tinham sido servidos. Já estavam com um aperitivo, já estavam com a entrada. Muito à vontade. Não sei se é por ser uma comida típica regional, mas não era um ambiente formal. (Wilma, 2018)

A gente chegou, ela estava fritando o... como é que chama? O... acarajé, no quintal. E a gente ficou conversando. Então foi uma coisa superagradável, né? E ela também recebe superbem. E aí depois a gente entrou, o marido dela também ajudou a servir uma bebidinha e foi uma noite muito legal, muito agradável. (Ciça, 2018)

Nesta cena gastronômica, o passo seguinte à recepção é o da acomodação do hóspede-comensal, a que Camargo (2004) se refere como o da hospedagem. Oferecer ao comensal um lugar para seus pertences, acomodá-lo no sofá ou à mesa enquanto aguarda o início da refeição ou que os demais convidados cheguem, indicar-lhe o caminho do lavabo para que lave as mãos

vindo da rua, mencionar algum elemento da casa e lhe oferecer tempo e atenção são formas de acomodá-lo.

Ilária (2018), que é italiana, diz que tem um jeito próprio de receber e acomodar as pessoas: “como recepção, o meu jeito é de fazer antes um aperitivo, com petisquinho, salgadinho, assim se conversa um pouco... Em italiano se diz: *si rompe il ghiaccio*, que tem que quebrar o gelo”. Esse é um tempo de acomodação tanto para quem chega como para quem recepciona.

Como em jantares compartilhados é possível que nem todos os convidados se conheçam, cabe ao anfitrião apresentar as pessoas promovendo a interação dos participantes. Para os comensais que compram suas experiências por meio de *sites* de compartilhamento, é comum que já tenham alguma informação sobre o anfitrião, já que as experiências gastronômicas ofertadas são personalizadas e um dos atrativos para a escolha é o perfil do anfitrião; ao passo que anfitriões, comumente, checam informações sobre seus comensais nas redes sociais antes mesmo de aceitar recebê-los em casa. Segundo Montandon (2011), paira um certo desconforto recíproco entre hóspedes e hospedeiros, por isso a interação se dá por meio de cortesias e gentilezas mútuas. A interação entre os participantes da mesa é um elemento indispensável para que a cena ocorra. Isso depende em parte de como os anfitriões conduzem as apresentações e encontram pontos em comum para que todos se sintam acomodados uns diante dos outros. Produzir crachás de identificação para os lugares à mesa é uma forma de promover essa interação, uma vez que facilita que todos se conheçam pelos nomes, assim como iniciar conversas sobre assuntos que sejam afins entre os convidados é uma atitude que se espera do anfitrião. “Ela não é só a *chef* que está produzindo. Ela interage o tempo todo conosco”, refere-se Wilma (2018) a Flávia, cuja disposição em interagir e contracenar com os comensais supera, inclusive, a barreira do idioma que a anfitriã não domina:

Eles sabem que eu não falo. Isso eu deixo bem claro quando vem alguém do exterior, eu digo, olha, eu não falo inglês. E aí a gente vai no baianês... A gente vai se entendendo no estilo baiano de ser! (Flávia, 2018)

No entanto, entre os comensais, a interação também exige disposição:

Você precisa estar disposta também a interagir, né? Eu acho que não são todas as pessoas que gostam dessa experiência. Eu

gosto! [...] Se você não está a fim de interagir, de conversar, não vai! Você sabe que vai ficar muito pertinho. (Ciça, 2018)

São pessoas que são abertas ao evento em si, sabe? Em geral, não é uma pessoa que vai ter travas ou ficar reclamando, ser muito crítico. A pessoa está ali para uma oportunidade diferente de se propor a fazer aquele tipo de experiência. Então são pessoas que têm mais perspectivas à situação. (Cláudio, 2018)

Mariana (2018) diz que nos eventos que promoveu em sua casa notou que, existe um momento de timidez inicial entre as pessoas, mas que logo que começam a beber um pouquinho mais, “[vão] se soltando e, daqui a pouco, está todo mundo felizão, batendo papo. Galera já sai os melhores amigos, trocando telefone”. Para comensais como Wilma, Ciça e Luciene, a anfitriã Flávia tem o cuidado de promover essa interação, evitando que pessoas fiquem “quietinhas” no canto, sem se relacionar com as demais.

Luciano (2018) não se lembra de ter sido apresentado aos demais convivas: “A impressão que eu tinha é que dois outros casais já se conheciam e eu acho que eu era o mais estranho de todos, porque era o convidado, porque eu não sou de Florianópolis e tal...” Ele diz que sente que nessas ocasiões as relações se dão de forma frívola, que todos mantêm uma interação agradável, mas, como ele, as pessoas não parecem dispostas a sair dessa superficialidade das conversas entre desconhecidos. Cláudio (2018) diz que não tem como prever de que forma ocorrerá a interação na mesa.

Eu me lembro que uma vez eu recebi três pessoas: um casal e uma amiga deles, as duas eram argentinas e o cara era filipino, mas morava em Chicago, ou sei lá o quê. Falava inglês. E [foi] super legal assim. Parecia uma roda de bar, só que era na sua casa, uma conversa entre as pessoas que estão ali.

O ritual da comensalidade dos jantares compartilhados pressupõe interação porque trata de uma cerimônia de hospitalidade com período de duração definido, que é diferente da integração, na qual o indivíduo forasteiro torna-se parte da comunidade. Boudou (2017) refere-se à hospitalidade como uma relação que evita o conflito e não exige a integração, porque o hóspede é temporário. Grassi (2011) adverte que um hóspede que resolve ficar perde a condição de hóspede (que é breve) porque a hospitalidade é uma dádiva temporária do espaço. Como menciona Montandon (2011), na hospitalidade não há tempo para integração porque hóspede é sinônimo de efêmero, temporário,

transitório, e é devido a essa condição que se estabelece uma relação de respeito, deferência e consideração e se preserva a distância do estranho.

5.2.2 Alimentar

A dramaturgia ou encenação da refeição é a encenação de si mesmo. Os que dela participam representam seus próprios papéis porque “não se trata só de comer, mas de saber comer em comum, de ser visto comendo, sob o olhar dos outros”. Na comensalidade, necessidades e hábitos cotidianos, como o alimento e o ato de comer, assumem caráter simbólico e força ritual. (BOUTAUD, 2011, p.1213).

Neste trabalho, a cena gastronômica refere-se à representação da comensalidade, o ato de compartilhar a mesa da refeição que aqui se caracteriza como a marcação cênica do tempo de prover alimento ao hóspede. O recorte dado a esse ato da comensalidade é o da comida e seus aspectos simbólicos e distintivos que, não por outro motivo, não se separa da encenação que transcorre à mesa.

A comensalidade produz união. Comer determinado alimento transforma a pessoa em quem ela é. Comer com uma pessoa a transforma numa pessoa igual àquela que está do lado, com quem ela come junto. Comer o mesmo alimento tem a ver com a mesma cultura. (FISCHLER, 2011)

Nos jantares compartilhados na casa de *chefs*-anfitriões, a comida é o elemento simbólico representativo das semelhanças e diferenças culturais entre os participantes. Um exemplo é o de Guaraciaba (2018), uma baiana que vive em São Paulo desde os cinco anos de idade, e encontrou na casa de Flávia “a mesa colocada como é realmente a mesa da minha família”. Ela diz que “vem” de tradição nordestina, que também cozinha comida baiana como a que a anfitriã colocou na mesa e que durante toda a experiência se sentiu inserida na cultura nordestina.

Quando questionados sobre como montam seus menus, os *chefs*-anfitriões referem-se a lembranças de sabores provados na infância ou em outro tempo da vida que, para eles, têm memória afetiva e, por consequência, também tendem a acessar a memória afetiva dos hóspedes-comensais.

Ao desejar reencontrar os ambientes, nós os recompomos; ao desejar respeitar certos sabores, nós os criamos, com toda a força imagética de nossas representações modernas, pós-modernas, para reencontrar sensações perdidas ou postas em perigo pela padronização, a globalização, a fusion food que mistura indistintamente todas as referências culinárias e portanto identitárias. (BOUTAUD, 201, p. 1227)

Liana diz que, como sente saudade da comida de Fortaleza, define o que será servido partindo do que ela mesma tem vontade de comer.

Tem épocas que eu sinto muitas saudades da comida do Nordeste, uma das coisas que eu mais tenho. Sinto saudade da nossa comida de lá. Então, o que que acontece? Tem dia que eu quero fazer o baião de dois. Aí, eu monto o baião de dois. Eu vou atrás de queijo coalho, feijão verde... faço um cardápio bem regional. E quando eu vou montar esse cardápio regional, aí é que eu sinto mais vontade que pessoas venham comer a minha comida. Tem época que faço só comida do Nordeste, carne de sol, mas, hoje em dia, meu cardápio sempre envolve, por exemplo no meu cardápio lá do Dinneer, tem castanhas, tem caipirinha de caju, de seriguela. Eu sempre procuro misturar. E também comidas italianas, né? (Liana, 2018)

Flávia decidiu-se por um cardápio de comida baiana porque isso a diferencia dos demais *chefs*, partindo de uma culinária que é a dela desde que nasceu, mas que ela adapta de acordo com o público que vai degustar:

[Eu sirvo] pessoas que gostam de comida baiana e que estão com saudades de comer uma comida típica. [...] Eu busco personalizar. [...] Cada moqueca vai sair ao perfil do grupo. Se é um grupo baiano, ela sai carregada de dendê, ela tem coentro, tem pimentão. Se é um grupo paulista, isso aí já é suavizado, já não tem aquela intenção tão forte de dendê, é bem menos, é bem reduzido. Eu trabalho com acarajé gourmet, que é o acarajé servido com bacalhau, não com camarão seco... (Flávia, 2018)

Kleber (2018) diz que “*memória gastronômica*” é o que ele gosta de oferecer: “*O nicho que eu quero trabalhar é o nicho das pessoas que querem recuperar suas memórias afetivas por meio da gastronomia*”.

Em contrapartida, entre os comensais, há uma percepção semelhante com relação à comida. Márcio diz que a alimentação e a culinária têm muito a ver com a memória:

Eu lembro daquele desenho Ratatouille, que o crítico vai ao restaurante e come, justamente, ratatouille. E ele põe na boca e volta no tempo de quando ele era criança. [...] Por exemplo, a gente comeu arroz doce. Já, imediatamente, lembrei da minha mãe, lembrei que eu não gostava e aprendi a gostar, lembrei de Portugal. (Márcio, 2018)

Acessar memórias por meio da comida pode ser entendido como acessar o capital simbólico que cada ser humano traz como indivíduo pertencente a uma sociedade. Trata-se de, a partir de um sabor ou um cheiro, ver-se transferido para um outro tempo no qual se deu o aprendizado sobre aquele alimento, só que não se leva em conta apenas o que se aprendeu formalmente sobre aquela comida, mas como todos os órgãos do sentido transformaram uma experiência que envolvia o alimento em cultura. O efeito que o alimento (ingrediente que pode ser consumido) transformado em comida (o que se come) tem sobre as pessoas, que elas chamam de memória afetiva, está diretamente relacionado à representação simbólica da comida para cada indivíduo e é resultante da sua história, das tradições que reconhece como suas, das experiências sensoriais, ou seja, da cultura.

Eu particularmente tenho uma relação muito afetiva com a comida. Eu sempre cozinhei, eu gosto muito de cozinhar, até por isso, eu me envolvi com esse ambiente. Então, eu sempre busquei muito experimentar. Eu já viajei muito e as minhas viagens são sempre muito relacionadas a comida. Então, quando eu, a experiência que eu tinha tido com a comida baiana, principalmente quando eu visitei a Bahia, eu tinha uma certa referência. (Luciene)

Aimar definiu juntamente com Miguel, que é quem cozinha, que um dos menus oferecidos por eles na plataforma *Dinneer*, seria composto por tapas espanholas. A justificativa dessa escolha se deveu ao fato de Aimar ter vivido na Espanha por cerca de vinte anos e, por lá, aprendeu a gostar desse tipo de comida. Liana costuma preparar baião-de-dois em seus jantares porque essa é uma comida comum no Ceará; Flávia faz acarajé, moqueca, caruru, vatapá e é baiana; Paulo esteve no Nordeste por quinze dias e, logo que voltou, montou um menu todo a base de farinhas e carne de sol para quem quisesse comer no *Balaio*; Márcio foi ao *Lá em Casa pra Jantar* porque morou em vários lugares e aprendeu a comer de tudo e a gostar de experimentar ou relembrar sabores; Luciene, Wilma, Ciça e Mariana R. estiveram no *Quitutes de Mãinha* porque lá encontram a comida que lhes lembra a de Salvador e Daniel oferece no *Brutus Gourmet* o hambúrguer tão farto quanto o que ele comeu nos Estados Unidos. Em todos os exemplos, a comida não é só o alimento, mas, principalmente, tem um valor social para cada dessas pessoas.

Um dos e-mails de divulgação do *Jantar Secreto* começa com a seguinte frase:

Levado por dias quentes cheios de sol e sombra, vento no rosto e gente a vontade em torno da mesa comendo, bebendo e dando risada, o chef Gustavo Rigueiral criou um menu leve e criativo inspirado por esses momentos. (JANTAR SECRETO, 8/janeiro/2019)

O capital cultural descrito na obra de Bourdieu, se resume nas palavras de Sloan (2005, p. 5) naquele que é decorrente “da posse de conhecimento e familiaridade com produtos culturais que capacitam as pessoas a saberem como eles funcionam, o que dizer sobre eles e como apreciá-los e avaliá-los, isto é, como consumi-los”, o que pode ser percebido no trecho acima e exemplificado no depoimento de Mariana (2018) sobre o que a leva a definir um menu do *Coma Lá em Casa*:

Muitas vezes é uma inspiração de alguma viagem. É bem frequente. A gente escolhe algum tema de alguma coisa que está rolando naquele momento. A gente já fez, a gente tinha feito uma viagem para a Itália, e voltou super na pilha de... A gente comprou ingredientes na viagem. A gente já voltou assim, era isso, as comidas que a gente encontrou durante a viagem, a gente tentou reproduzir. A gente trouxe queijos, trouxe trufas e fez todo o menu em torno disso. Outras vezes são só coisas que a gente curte pra caramba. Sei lá, a gente tem uma obsessão particularmente forte pelo Momofuku, que é um restaurante de Nova Iorque, que o David Chang é o chef. A gente adora, a gente tem livros, a gente vê todos os programas, aí a gente já fez mais de uma edição que a gente focou muito nas receitas do Momofuku e coisas semelhantes. Como a gente é eclético pra caramba, a gente gosta de coisas muito variadas, a gente normalmente escolhe um tema e vai nesse, seja um país, um chef, um estilo de comida... Já teve um que foi só de 'finger food', então foi o tema era isso.

Todos os argumentos de Mariana sugerem o que Bourdieu (2007, p. 166) chama de “ordem simbólica das distinções significantes”, quando ele diz que o gosto é o operador prático das transmutações das coisas em sinais distintos e distintivos. Mariana faz escolhas para construir seus menus a partir de um gosto próprio, que lhe parece natural, mas é o resultado de uma série de experiências que a diferenciam de um grupo para identificá-la como membro de uma determinada classe.

Só comem juntos os que comungam dos mesmos códigos, sejam eles referentes ao alimento, à hierarquia da mesa ou ao senso de pertencimento ao

grupo. Comer junto é mais do que simplesmente alimentar o corpo. É também ser visto e reconhecido com e pelo outro e com ele partilhar, não apenas a experiência da comida e seu vasto repertório de significados como as palavras e os valores daqueles que se sentam juntos para comer. (BOUTAUD, 2011)

Isso dá sentido à comensalidade como fato social total. A encenação da refeição, como se refere Boutaud (2011) às relações à mesa, a todo seu imaginário, seus rituais e signos são representações humanas indissociáveis entre si. Estão ali presentes as dimensões política, econômica, jurídica, religiosa, moral e outras tantas quais permeiem os vínculos sociais.

A mesa estava posta com elegância e com festa pra comida, sabe? [A comida] é servida de uma forma abundante dentro de peças de cerâmica. Então, tudo ali proporciona você entrar [que você entre] no clima. Não me senti na Bahia, mas o clima todo ali, tudo ali, lembrava a cultura. Tinha cheiro de regionalidade. Foi boa a conversa dela porque você sente, você percebe. Ela pôs música pra tocar, Dorival Caimmy, entendeu? Ela cuida bem dos detalhes. (Wilma, 2018)

Conduzidos à mesa, cada qual toma o seu lugar e segue as regras culturais que aquele ato demanda. Como pressuposto para compartilhar essa mesa é preciso interagir, já que a cena gastronômica exige de seus participantes que representem seus papéis. Isso se dá por meio de ações que se concretizam nas escolhas alimentares, nas falas e nos modos expressos frente aos demais convivas.

A escolha alimentar reflete uma questão identitária que parece natural até que seja confrontada com escolhas diferentes. Um estrangeiro que opta por participar da mesa de *Quitutes de Mãinha* busca uma experiência alimentar diferente da de seu cotidiano, afinal, a formação do gosto e do paladar de um europeu, por exemplo, não é a mesma de um baiano. Flávia diz que se surpreende com a curiosidade sobre a comida brasileira e o apetite que têm os estrangeiros. Ela conta que em certa ocasião uma ucraniana esteve em sua casa e comeu muito mais que a brasileira que acompanhava; outra vez, um francês pediu para levar a sobremesa consigo, já que não conseguia comer mais naquele momento. Numa carona parar ir embora, pediu aos que o levavam que o deixassem no meio do caminho para que pudesse degustar o doce sozinho sem ter que dividir ou oferecer para ninguém quando chegasse ao hotel que estava hospedado.

Luciano (2018) mencionou ter notado no comportamento das pessoas que o levaram como convidado para a experiência do almoço compartilhado em Florianópolis uma preocupação tanto com o que seria servido como com quem compartilhariam a mesa da refeição. *“Engraçado e até um pouco preconceituoso pensar um pouco isso, né? Mas era uma preocupação deles, não minha”*.

Quando se trata de escolhas em relação à comida, o repertório de cada pessoa está diretamente ligado ao seu capital simbólico e cultural, à sua origem de classe. Bourdieu (2007) refere-se a essas escolhas, que aparentemente são naturais, como fruto do ambiente familiar e da formação cultural, artística e educacional a que o indivíduo esteve submetido durante toda a sua vida. O gosto por determinados pratos é o reflexo desse capital cultural a que o autor se refere, assim como a busca por experimentar novos sabores e harmonizações e, até mesmo, tentar se familiarizar com o novo, tornando-o parte do seu repertório individual é uma forma de transcender e se distinguir de sua origem.

Luciano notou com estranhamento que no evento do qual participou havia uma certa ostentação com relação à apresentação da comida:

Tinha uma pretensão de gourmetização... Eu achei justamente que ia ser o contrário, que ia ser uma coisa de comida caseira, uma coisa não pretensiosa, sabe, por ser uma casa, mas tinha essa preocupação, da arrumação do prato, da escolha do cardápio, da sequência dos pratos.... você percebia que tinha uma... o que eu acho legal, que, na verdade, no final das contas, tem uma certa codificação que a comensalidade exige. (Luciano, 2018)

Um dos apelos iniciais dos sites de compartilhamento de refeições é, exatamente, o de ofertar comida preparada por *chefs* profissionais, numa distinção classificadora (e excludente), entre os que gostam e sabem cozinhar e os que têm direito a participar do célebre mundo da gastronomia. O *Eatwith*, quando surgiu no Brasil em 2014, tinha critérios rígidos quanto aos anfitriões aceitos para participar da plataforma: eles deveriam ter amplo conhecimento gastronômico, pratos autorais, falar mais de um idioma e ter um traquejo social que, por princípio, exclui pessoas cuja vivência não abarcasse um amplo espectro cultural. Essas exigências, isoladamente, poderiam significar apenas uma decisão quanto a um modelo de negócio, o que não invalida a análise de que trata de classificar, de antemão, os que estariam aptos a promover um seleto grupo de pessoas com gostos cujo imaginário remete à sofisticação ou, no

mínimo, ao caráter arrojado que só em algumas determinadas classes se pode desfrutar. Com o tempo, as exigências desta plataforma foram flexibilizadas, aceitando também anfitriões com conhecimento sobre culinária, mas que não têm histórico como *chefs* renomados.

Luciano (2018) sinalizou que, no evento em que esteve em Florianópolis, à mesa estavam “casais convencionais, não tinha, assim um casal de lésbicas, um casal de gays”, todos aparentavam a mesma faixa etária e condição socioeconômica dos anfitriões: “[*todos*] ali com nível superior, todos estáveis financeiramente, todos com mais de quarenta anos”. Como comensal, ele diz que não gostaria que houvesse crianças à mesa, porque isso geraria restrições quanto aos assuntos, mudaria o ritmo da conversa e demandaria determinada infraestrutura como um mobiliário adequado, por exemplo, com cadeirinha ou espaço de lazer. Há experiências de jantares compartilhados em que são permitidas crianças, mesmo as pequenas, porque os anfitriões entendem que esse é um diferencial para os pais que gostariam de levar consigo seus filhos a restaurantes, para lhes ensinar como devem se comportar à mesa e a experimentar comidas diferentes, mas se sentem constrangidos porque o espaço não é preparado para isso.

Participar de uma mesma mesa pressupõe, portanto, um repertório que iguala os convivas. A comensalidade é unificante e transcendente. Quando pessoas estão juntas à mesa para partilhar a refeição, elas participam de um rito em que existe uma relação entre iguais, a coesão, ou eixo horizontal. Ao mesmo tempo, existem normas e regras que compõem a hierarquia, os papéis de cada um no grupo, o eixo vertical. A participação à mesa se dá por e para agregação entre semelhantes que buscam se socializar, descontraír e relaxar, mas também ocorre em vista da busca do que é elevado, belo, grandioso, sublime, pela transcendência. (BOUTAUD, 2011)

Embora a narrativa presente nos *sites* de compartilhamento de refeições promova o encontro hospitaleiro entre pessoas desconhecidas, não é bem isso o que ocorre na prática dos jantares compartilhados em ambientes domésticos do *chefs*-anfitriões mediante pagamento.

Para participar de uma experiência gastronômica na casa de um *chef*-anfitrião, há determinadas condições que estão implícitas para que o evento se realize. Em primeiro lugar, devido ao fluxo da demanda por esse tipo

eexperiência frente à quantidade de anfitriões com menus cadastrados nos *sites*, é de se supor que não seja fácil para um *chef*-anfitrião promover mais de um evento semanalmente. Não há demanda suficiente para tanto, exceto em situações excepcionais como em meio a campanhas promovidas pelos *sites*.

A divulgação na mídia de matérias sobre jantares compartilhados sugeria uma facilidade em misturar numa única mesa pessoas de diferentes lugares e que nunca se viram ou se comunicaram antes, ou seja, completos desconhecidos juntos para o ritual da comensalidade. A atividade não é impossível de ser realizada, mas na prática não se sustenta exatamente como na narrativa que segue:

O jeito de muitos chefs se relacionarem com os clientes está mudando. Imagine dividir a mesa com pessoas que acabou de conhecer. Provar um menu na casa do próprio chef. Ou experimentar pratos de olhos vendados. A cidade tem opções gastronômicas pouco usuais. E também pouco conhecidas. Por isso, resolvemos revelar (e experimentar) algumas delas. (notícia publicada no Divirta-se, um blog do jornal O Estado de São Paulo, de 24 de março de 2016)

Os *sites* de compartilhamento de refeições favorecem a construção de um imaginário em que dividir a mesa com desconhecidos é uma grande facilidade. As fotos usadas por essas plataformas, em especial, as imagens de publicidade dos próprios *sites*, não as que são colocadas pelos anfitriões que se cadastram, sugerem uma relação amistosa entre pessoas ao redor de mesas grandes, sempre sorridentes e se relacionando amplamente com os demais comensais.

“*Nunca mais coma sozinho novamente! O Dinneer chegou.*”⁸ (FLAVIO ESTEVAM, 2015). Os textos dos *sites*, se analisados em detalhes, não garantem esse encontro entre pessoas inteiramente desconhecidas, embora essa leitura tenha que ser feita com atenção e cuidado, porque a primeira impressão não é de que o encontro gastronômico se dará apenas entre *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais que venham em grupos fechados. Os *sites*, inclusive, promovem menus e anfitriões informando que servem seis, oito, dez ou doze pessoas, o que sugere que, caso uma pessoa decida ir sozinho pode fazê-lo e que vai encontrar companhia para dividir a mesa. Sim, é certo que vai porque o *chef*-anfitrião é quem se sentará ao seu lado para a comensalidade. Interessante é notar que, neste caso, somente o fato de o evento se realizar em ambiente

⁸ *Never eat alone again! The Dinneer has arrived.*

doméstico é que o diferencia, porque transforma automaticamente o *chef* em anfitrião e apto a participar da cena gastronômica. Não é o fato de serem desconhecidos que atrai o comensal, até porque *chefs* de restaurantes também não costumam ser conhecidos de seus comensais, o que o igualaria ao *chef*-anfitrião doméstico.

Flávia não costuma sentar-se à mesa junto com os comensais quando sente que foi contratada apenas para servir a comida. Já em experiências como as que são oferecidas pelo *Dinner*, em que ela é cadastrada como anfitriã, diz que faz questão de comer junto, porque sente que essa é a proposta da plataforma e que é isso que atrai as pessoas. Cláudio considera importante sentar-se à mesa para confraternizar com os comensais, já que foi isso o que o levou a querer participar de uma experiência gastronômica nesse modelo em Paris. Para ele, não é delicado deixar os convidados sozinhos na sala enquanto vai para a cozinha finalizar os pratos. Por isso, inclusive, não consegue receber as pessoas quando está sozinho. Aimar e Miguel sempre comem em companhia de seus hóspedes-comensais, mesma situação de Liana, para quem a interação é o principal motivo para cozinhar para pessoas em sua casa.

A decisão dos anfitriões sobre participar do ritual da comensalidade em condição de igualdade com os comensais de acordo com circunstâncias específicas é abordada no editorial escrito por Molz (2015), que analisa o comportamento de Babette (no filme *A Festa de Babette*, 1997), que não se sentou à mesa, não comeu ou bebeu. A autora faz uma reflexão sobre como a comida e a hospitalidade estão entrelaçadas com a identidade nacional (da personagem), as competências culturais e em questões de inclusão e exclusão. Para Boutaud (2011), a mesa tanto aproxima quanto afasta, tanto acolhe quanto expulsa.

Anfitriões que promovem experiências gastronômicas em casa têm dificuldade para compor uma mesa entre pessoas desconhecidas entre si, assim como vindas de lugares, culturas e com interesses e classe social diferentes. Não se trata apenas do capital distintivo (BOURDIEU, 2007), mas de viabilidade econômica para os anfitriões. Um restaurante, ao abrir suas portas para o público conta com um planejamento estratégico que contempla um fluxo de caixa para seu funcionamento. Ainda que de forma empírica sem a necessidade de planilhas sofisticadas e até mesmo quando se trata de um pequeno negócio de

caráter caseiro, ou seja, quando se trata de um modelo como o das antigas pensões que forneciam comida (essa prática ainda existe) em determinadas localidades, há uma previsão de demanda para a refeição que é oferecida. Os menus são montados prevendo alguma perda diária que, de certo, será compensada no dia seguinte ou de uma semana para outra, já que é possível prever o fluxo de pessoas que comem naquele lugar. Esse não é o caso de uma experiência gastronômica promovida por um *chef*-anfitrião que terá clientes esporádicos. Por isso, os *chefs*-anfitriões estipulam um número mínimo de pessoas para receber em suas casas de modo a garantir que o evento não dê prejuízo. Para o anfitrião, a atividade não se viabiliza financeiramente, uma vez que ele não conta com o fluxo de comensais de um restaurante ou de uma pensão que oferece comida.

Isso faz com que, caso a pessoa opte por ir sozinha a determinado evento dessa natureza para conhecer novas pessoas, primeiramente, tenha dificuldade para encontrar um anfitrião que a receba – a menos que, fortuitamente, ele tenha uma mesa já praticamente formada naquele momento em que mais um elemento possa ser encaixado. Algo em geral complexo, porque um grupo fechado pode não querer a presença de mais uma pessoa.

A Flávia avisa: hoje eu estou com um grupo de quatro e daí? Você quer trazer mais quatro pessoas? Você quer vir você e seu marido? Você e uma amiga? Mas, já tem esse grupo. (Ciça, 2018)

É um tipo de um jantar bem diferente de você ir a um restaurante. É mais intimista, você consegue ser atendido só com a sua família. A comida é feita do jeito que a gente solicita. A gente chega lá o cardápio já foi pré-determinado como a gente queria. (Mariana R. – grifo do autor)

Em segundo lugar, para o anfitrião pode não ser viável receber apenas uma pessoa não só em termos financeiros, mas em função das horas de trabalho demandadas para montar um jantar. Compor uma mesa para três ou quatro pessoas dá quase o mesmo trabalho que a preparar para apenas um comensal. Haverá mais pratos e talheres a serem arrumados, mas não se trata de uma proporção perfeitamente mensurável, em especial, quando se trata de um trabalho caseiro que modifica a rotina da casa.

Não se refere apenas à comida. A gente tem toda uma preocupação. Quando se trata de receber na nossa casa, a responsabilidade aumenta porque você tem que ter toda uma

estrutura de organização da casa, sem mexer no funcionamento da casa. (Flávia, 2018)

Dependendo do espaço, se for pequeno, de duas a quatro pessoas pode justificar a realização de um jantar. A depender da complexidade do cardápio, entretanto, a viabilidade dessa experiência para o anfitrião será demasiadamente cara para os comensais. A diluição dos custos diretos (insumos, como ingredientes e bebidas) e indiretos (como o enxoval da mesa: louça, copos, talheres, guardanapos, toalhas e demais itens como limpeza do local antes e depois do evento etc.) é um fator importante a ser considerado no que se refere ao número de pessoas que dividirão a mesa. Multiplicar o número de pessoas não significa multiplicar na mesma proporção o valor pago para um ajudante lavar a louça, por exemplo. Da mesma forma que uma só toalha de mesa será usada e uma garrafa de vinho aberta serve de três a quatro pessoas, mas se houver somente um participante, o vinho terá que ser servido da mesma forma, de modo que o custo não será recompensado proporcionalmente.

Aimar e Miguel só aceitam receber grupos formados por, no mínimo, quatro participantes para os jantares em seu apartamento para qualquer um dos três menus anunciados por eles no *Dinner*. Outros anfitriões também trabalham assim, embora exista nos *sites* de compartilhamento de refeições a opção para compra individual, ou seja, de um único lugar à mesa.

Cláudia: - Se vem uma pessoa sozinha, como é que faz?

Miguel: - Se ela quiser vir sozinha ela vai pagar pelos quatro.

Aimar: - E se é para uma pessoa só, por exemplo, a pata, a perna de cordeiro, como é que eu faço isso para só uma pessoa?

Cláudia: - Não é nem pelo preço, é pelo tempo gasto...

Miguel: - É tudo. E o que ela está pagando não vai cobrir o que eu estou gastando, assim também não, entendeu?

Um dos principais desafios encontrados pelos anfitriões que desejam utilizar o modelo de composição de uma mesa única com pessoas diferentes é conseguir reuni-las para uma experiência que é considerada inusitada para muitas pessoas, que é ir à casa de um *chef*-anfitrião, numa data específica com a intenção comum de comer um menu diferenciado pagando por isso.

O trabalho de divulgação dos jantares não conta com uma equipe profissional de marketing; quem o faz, em geral, são os próprios anfitriões. Além de informar as pessoas é preciso engajá-las na ideia fazendo-as compreender o caráter comercial que esses eventos têm, de modo que a cobrança pelo pagamento não atinja enfaticamente o comensal que, muitas vezes, é também um amigo pessoal do anfitrião. Apesar disso, às vésperas dos eventos, quando todos os insumos já têm que estar providenciados para que o jantar seja preparado, em algumas situações a mesa ainda não está completamente confirmada. Numa ocasião, pessoas que haviam confirmado presença, na véspera, manifestaram assombro e indignação com o fato de que o preço lhes parecia muito alto para um jantar em casa. Para garantir a mesa completa, a anfitriã permitiu que os convidados pagassem o que lhes pareceu justo para um jantar, mesmo que esse valor não cobrisse os custos individuais somados das refeições.

Outro ponto ainda a ser observado é que, para os anfitriões que recebem um grupo já formado por amigos ou pessoas que se conhecem e têm objetivos comuns para se sentarem à mesma mesa, fica facilitado o gerenciamento dos assuntos permitidos durante o jantar. Entre os temas considerados apropriados, os mais comuns e recorrentes na comensalidade são: comida, viagens, animais domésticos, filmes, livros, passeios e a cidade ou o lugar onde vivem as pessoas.

Falar sobre comida está entre os assuntos mais valorizados (isso se não é o mais falado) por quem participa desse tipo de experiência, tanto anfitriões quanto convidados. Há até um certo estranhamento quando o tema sobre comida não é abordado:

Eu acho que [para] quem gosta de comer, a culinária, por si só, já é assunto, quase que inesgotável. E eu acho que o fato de estar ali já é um mote interessante para começar boas conversas, de vinhos, de pratos, de entradinhas, de sobremesas... (Márcio, 2018)

[Participam] pessoas que gostam de comer bem, não tenho a menor dúvida, é a base de tudo. Essas pessoas que curtem comer e falar sobre comida. (Mariana, 2018)

A nossa cozinha é totalmente aberta. A gente finaliza os pratos conversando com as pessoas. Normalmente as pessoas ficam ali ao redor, às vezes, fazem alguma pergunta sobre o que está cozinhando. (Mariana, 2018)

Ah! A comida é uma delícia porque você fica falando dos sabores... O que que você colocou aqui, Flávia, e ela explica dos sabores. Aí, o outro fala, ah! Tem isso? E aí o outro: é... Então pra mim, eu acho muito gostoso. É! Comer, falar de comida, de tempero. É gostoso demais. (Ciça, 2018)

Eu e os meus convidados [refere-se a pessoas convidadas por ela para ir ao jantar] e os meus amigos depois, a gente ia perguntando sobre os ingredientes, como que era feito isso, como que era o outro prato. Então, existe uma interação, né? Como se você soubesse da história daquilo que você está provando, né? A gente sabe que a alimentação reúne as pessoas, né? Isso é antigo, né? (Wilma, 2018)

Engraçado, os temas de comida não vieram à... Eles poderiam falar, né? Esse prato foi feito assim, usou tal condimento porque é regional. Eu acho que em nenhum momento, também, a impressão que eu tive é que, eles quiseram, eles eram um casal, eles quiseram impressionar. Então... e eu acho que eles não conheciam muito o que eles estavam servindo assim, sabe? (Luciano, 2018)

Quando se trata de comensalidade, os participantes da mesa apropriam-se das questões simbólicas que têm na comida sua mais forte representação. Falar sobre comida é manifestar-se sobre a própria identidade, é fazer-se pertencer a um determinado grupo e se identificar (expor-se identitariamente) sem precisar falar diretamente de si. O que se sabe e se pensa sobre comida fornece a ficha técnica de quem se é. Wise (2011) alega que a comida está frequentemente no centro do contato intercultural, figurando proeminentemente no profundo contexto da raça, etnia e diversidade cultural.

No *Lá em Casa pra Jantar* realizado em novembro de 2018, em dado momento os convidados pegaram seus celulares e começaram a se movimentar, chegando a se levantar de suas cadeiras, para mostrarem fotografias de seus *pets*. Exibiam seus melhores ângulos, suas caretas e contavam alegremente as peripécias de seus bichos de estimação. Uma cena que lembrou os antigos saraus mostrados em novelas e filmes, quando os pais exibiam seus filhos fazendo-os cantar ou declamar poesias numa espécie de disputa por reconhecimento e valorização, mas também como forma de conquistar a simpatia dos demais presentes. “A comensalidade se torna uma festa onde é preciso comer e beber rivalizando com os outros, mas também se distrair e se deixar conquistar.” (BOUTAUD, 2011, p. 1216)

Em qualquer situação existe o risco de que assuntos controversos como questões políticas ou discussões apaixonadas por uma causa tornem o ambiente contaminado. Cabe ao anfitrião controlar a conversa evitando que o clima se torne pesado e se criem animosidades. Boutaud (2011) afirma que a mesa é um lugar de trofismos e tropismos, ou seja, de conversas recorrentes, assuntos repetidos, de falar do que se come e do que se vai comer, de lugares comuns, de falatórios de hábito. Exemplos de tropismos são os temas do cotidiano, que, em geral são comuns e inofensivos:

Eu achei extremamente agradáveis. O assunto foi basicamente viagens. Também teve uma coisa de comentar de como foram outras experiências daquele tipo, às vezes, até fizeram assim, sabe, umas piadinhas dos outros... Entre os comensais. De outros, em outras ocasiões. O que pode ser um problema porque de repente podem até comentar com as pessoas, as pessoas podem se conhecer. Florianópolis é minúscula. Mas não foi nada agressivo. Foi tipo assim: comentário, como a gente fez há pouco, de ideologia política... (Luciano, 2018)

Foi muito bacana porque cada um tinha uma experiência. A gente falou de viagem, de pesquisa... Alguns já conheciam a comida baiana, outros, não, então era novidade e a gente ia trocando isso... Foi muito bacana, foi muito bom. (Guaraciaba, 2018)

Esta pesquisa foi realizada durante um período de forte acirramento político no Brasil. Tanto em experiências como anfitriã do *Lá em Casa pra Jantar* quanto na de comensal em jantares compartilhados, notou-se que, apesar de haver um limite entre o que é permitido e o que não deve ser dito à mesa, há quem se exceda e aborde assuntos controversos. Como anfitriã, houve momentos em que precisou redirecionar o rumo da conversa, de modo a impedir “tropismos” (discursos apaixonados), a que se refere Boutaud (2011), que causassem indisposições em tempos tão dicotômicos.

Acho que tem vários assuntos. Por exemplo, eu acho que política não é aconselhável você falar, sabe? Pra quem está na mesa, pode azedar, né? (Márcio, 2018)

De política! Não, não, eu não falaria de política. Até porque a Flávia é petista, eu respeito, eu não sou petista. Então assim eu não toco, mas eu acho que assim do jeito que tá hoje, eu não sei, hoje à noite, não sei, segura lá. Eu acho melhor hoje à noite nem falar. [...] É, mas se eu estivesse hoje à noite, e tivesse início essa conversa, eu tentaria mudar o rumo da prosa pra não ficar chato. Porque fica chato, né? [...] Eu fico com dor de barriga, pra mim não rola. Não dá pra falar disso, eu não falaria. (Ciça, 2018)

Segundo Simmel (2004, p. 6), “a conversação à mesa não deve ser levada até a profundidade exigida por cada questão; não deve, portanto, ir além dos temas gerais e das formas comuns de abordagem” e Boutaud (2011, p.1218-1219) afirma que a comensalidade é uma forma de celebração em que o discurso à mesa é a expressão de um laço de convivência.

Como nas regras da hospitalidade de Pitt-Rivers (2012), os hóspedes-comensais, ainda que não tenham nenhuma relação explícita entre si, obrigam-se a renunciar hostilidades ao compartilhar a refeição, uma vez que eles ofendem seu anfitrião quando atacam um ao outro. Se houver uma situação de um contra o outro, o anfitrião deve defender a todos já que ambos são seus hóspedes. No entanto, diante de um grupo em que todos se conhecem, supõem-se que o anfitrião receberá pessoas em sua casa, com alguma coesão de ideias, o que lhe demandará menor desdobramento para conter ânimos em casos de alguma exaltação.

Nas regras da hospitalidade, cabe ao hóspede o comedimento, evitando qualquer tipo de constrangimento ao seu anfitrião. Entretanto, ao participar de uma experiência gastronômica, em que bebidas alcoólicas harmonizam na composição do menu e o comensal pagou pela refeição, ele pode entender que, por ter pago, está num ambiente comercial. Essa linha tênue, que não deve ser ultrapassada em nenhuma situação social ou cultural, pode, contudo, ser ultrapassada em algum momento. Isso pode gerar um conflito delicado para anfitrião e comensais, porque não existem regras explícitas como as previstas na lei que devem ser cumpridas em um estabelecimento comercial.

A gente já teve problema com gente mal educada porque, por incrível que pareça, as duas vezes que a gente recebeu gente assim, com falta de educação, que a gente teve que pedir pra pessoa falar baixo e se retirar, não eram brasileiros. Era um grupo de franceses e, numa outra ocasião, era um grupo de colombianos. (Larissa, 2018)

A situação relatada pela anfitriã do *Jantar Secreto* é um exemplo do que Boutaud (2011) chama de risco da entropia e da desordem.

Tudo se presta a essas deformações e esses exageros, quando a profusão reina, quando o vinho corre ou quando as emoções triunfam. [...] Porém, num movimento inverso, a comensalidade não deixa de exigir os sinais de um novo equilíbrio para construir sua ética e sua dramaturgia. (BOUTAUD, 2011. p. 1221)

O ritual da comensalidade tem a força para recompor a ordem e a regularidade uma vez que nele se manifestam valores simbólicos sociais e identitários representados em modos, gestos e falas, bem como escolhas alimentares, na estética da mesa e da ambientação e também nas roupas consideradas apropriadas para vestir quando se pretende sentar-se à mesa da refeição.

“Na medida em que a refeição se torna um assunto sociológico, ela assume formas mais estilizadas, mais estéticas e mais reguladas supraindividualmente” (SIMMEL, 2004, p. 3). Nas refeições compartilhadas em ambientes domésticos, espera-se uma mesa posta, esteja ela montada conforme regras formais de etiqueta ou que nela estejam dispostas louças propositalmente desemparceiradas, umas com flores, outras com formas geométricas; não se discute qual a estética adotada, mas a identificação de que em um ritual de comensalidade estão presentes elementos que transcendem a comida e se referem a regras sociais que os que dele participam estão fadados a cumprir.

A um indivíduo que participa de um jantar compartilhado não estão autorizados gestos brutos à mesa, indelicadezas, palavras rudes, discursos inflamados, comer com as mãos (exceto em caso que a etiqueta assim exija), não se deve exagerar no consumo de bebida alcoólica, nem estar inadequadamente trajado. “Quando se trata de comer e beber juntos, o laço simbólico não pode ser construído de maneira durável por meio da libertinagem e da perversão.” (BOUTAUD, 2011. p. 1216)

Se, por hipótese, fosse necessário escolher um único objeto cênico para materializar o ritual da comensalidade, decerto, a mesa seria o elemento mais representativo e, portanto, indispensável da cena gastronômica.

O tamanho e o formato das mesas usadas pelos comensais obviamente são relevantes para o tipo e estilo de interações entre participantes da refeição, bem como para as circunstâncias. Uma mesa retangular representa hierarquia, a mesa redonda ou quadrada dá oportunidade de todos participarem em equidade (FISCHLER, 2011, p. 534 - tradução livre).

Na cena gastronômica dos ambientes domésticos, a mesma mesa é compartilhada por todos. Márcio, que esteve em jantares compartilhados em três lugares diferentes (Brasília, São Paulo e Florianópolis), notou que em um deles

havia várias mesas nas quais as pessoas se acomodavam com seus próprios grupos ou pares, ou até individualmente, o que, para ele, descaracterizou o evento como uma experiência compartilhada, porque não havia interação. Era como um restaurante mesmo, só que no espaço de uma casa.

A distribuição dos lugares à mesa é uma atribuição do anfitrião ou da anfitriã, cabendo ao hóspede-comensal respeitar a decisão dos donos da casa. Aparentemente, nos jantares compartilhados a definição dos lugares de cada convidado à mesa é pouco importante e, talvez, quase nem seja claramente percebida dada a informalidade do ambiente. Mas não é o que de fato acontece. Embora Flávia não defina quem vai sentar ao lado de quem em sua casa, há um lugar à mesa que é ocupado por seu sogro, que também participa dos jantares. Já Aimar informa aos convidados onde cada um deve se sentar e fala da preferência e da facilidade de Miguel se movimentar, estando mais próximo à cozinha, já que ele é o *chef*. No *Lá em Casa pra Jantar*, os lugares à mesa são planejados para manter lado a lado os casais, que, no Brasil, comumente gostam de se comunicar privativamente mesmo que estejam em grupo. Crianças ficam próximas aos pais, pessoas mais velhas são posicionadas nas cadeiras mais resistentes e confortáveis, e aquelas cujos perfis pareçam compatíveis entre si são postas frente a frente para que conversem e interajam, e as que se mostram mais ágeis e amistosas ficam em lugares que, por ventura, demandem alguma atitude com a louça ou para servir os demais convidados. Uma mesa de um ambiente doméstico, por exemplo, pode estar posicionada a favor ou contra a luz ou em uma área de circulação de vento, o que pode interferir no conforto dos que nela se sentam.

Um dos principais itens nos manuais de boas maneiras e etiqueta é o arranjo dos que se sentam à mesa porque isso reflete precedência, trata do código de etiqueta do lugar ou do tipo de evento (FISCHLER, 2011). Os lugares à mesa são distintivos em relação ao sexo, idade, posição social e posição política; no ambiente doméstico também têm a ver com os valores e preferências dos anfitriões.

Simmel (2004, p.3) refere-se à gesticulação na hora da comida e sua normatização de acordo com princípios estéticos como uma conquista da socialização da refeição. As experiências gastronômicas oferecidas em ambientes de *chefs*-anfitriões, em alguns casos, são vistas como oportunidades

para que os comensais demonstrem sua destreza e competência nessa encenação, mas também servem como uma chance para que aprendam sobre como devem se comportar. Estando em ambiente informal e entre iguais, os hóspedes-comensais se veem no direito de perguntar ao anfitrião que talheres e copos devem usar, como deve ser dobrado o guardanapo, o que devem fazer com o prato de pão e tirar outras dúvidas que podem ser comuns a muitos os que pretendem transcender socialmente.

A roupa que veste a mesa e seus adereços, ou seja, o seu enxoval, também são representações de como, socialmente, a refeição assumiu formas mais estilizadas, estéticas (Simmel, 2004) e distintivas (BOURDIEU, 2007). Em cada experiência deste estudo, a composição desse conjunto de roupas e adornos que trajaram cada mesa refletia a identidade e os valores simbólicos de cada um dos anfitriões e, por consequência, dos comensais. Copos de cristal, toalha de linho, flores brancas e frescas num pequeno vaso transparente no apartamento de Aimar e Miguel; *sousplats* de palha trançada e copos rústicos em casa de Flávia e cerveja para ser tomada na boca da garrafa envolta em guardanapo de papel servida por Daniel e Samanta, são representações identitárias que se caracterizam em elementos cênicos desse tipo de comensalidade.

A comida e a bebida que são servidas em experiências gastronômicas como as do *Jantar Secreto*, do *Lá em Casa pra Jantar* e do *Coma Lá em Casa*, cujo apelo gastronômico é mais acentuado do que nas experiências feitas com comida regional, por exemplo, também favorecem o imaginário da transcendência para os participantes dos jantares.

“Ah! Eu fui pelo menu. Por essa coisa meio ‘foodie’⁹. Essa coisa de você querer experimentar coisas diferentes à mesa” (Márcio, 2018). No que se refere à comida, a encenação à mesa corrobora com a ideia de poder fazer parte, ainda que temporariamente, de uma seleta confraria de pessoas “iniciadas” na gastronomia ou que estão aptas a harmonizar o que comem com vinho ou cerveja, por exemplo, o que reafirma uma questão de pertencimento em

⁹Pessoas que têm particular interesse por comida e gastronomia.

determinado grupo. Trata, portanto, da busca de uma identidade ou um papel a ser representado numa cena de vida real.

Segundo Sintjago (2010), os ritos da comensalidade pressupõem uma ordem no que se refere a preparação e ao consumo dos alimentos, e, tanto nas receitas como na ordem do menu, existe uma semântica que interfere na alimentação.

Ela serviu um acarajé e mais, tem um outro que não lembro o nome... e seus acompanhamentos. Isso era de entrada. Aí foi moqueca de camarão e a moqueca de peixe, teve vatapá, teve o arroz, teve a farofa... É divino! E depois, duas sobremesas. (Wilma, 2018)

Ela colocou assim vários potezinhos assim distribuídos na sala com castanhas, depois ele serviu um, muito simples, mas muito gostoso, era um tomate cereja com um queijo embebido num molho com ervas, tinha suco de uvas para quem não tomasse álcool ou pra quem fosse dirigir e tinha opção de frisante já logo na entrada. Apesar de julho estava um dia gostoso, estava um clima ameno... Aí, quando a gente foi à mesa foi vinho e água. Eu também não entendo muito de harmonizar. Provavelmente teve essa preocupação de harmonização. (Luciano, 2018)

Na cena gastronômica, o *chef*-anfitrião define a ordem dos preparos e como serão os serviços à mesa. Em geral, nos menus oferecidos nos sites de compartilhamento de refeições do Brasil constam: uma entrada, um prato principal e uma sobremesa, seguida de café; o que dá a entender que o serviço de mesa desse ritual tem o tempo desses quatro cursos.

Nas experiências com pretensão à alta gastronomia são oferecidos menus-degustação com mais cursos à mesa, ou que significa que o serviço é feito num formato de pratos individuais, finalizados um a um, obedecendo uma sequência definida pelo *chef*, que se comporta com um astro encenando um espetáculo a cada novo prato servido. Essa também é uma maneira de apresentar a arte do *chef*, colocando-o numa posição de elevada importância na cena. Os que com ele contracenam também se enaltecem. Trata-se do eixo vertical a que se refere Boutaud (2011), como o das hierarquias, dos lugares e dos papéis, o que diz respeito às refeições faustosas, ao êxtase gastronômico.

[...] acarajé, vatapá, caruru, moqueca... Foram muitos pratos... No segundo, ela fez uma moqueca vegetariana, vegano, né? Tinha essa opção, tinha a moqueca de peixe e tinha o vatapá. O outro tinha o acarajé, mas já foi avisado, que era de bacalhau. (Guaraciaba, 2018)

Como eu era um convidado deles, [tinha] de ser um cardápio que eu gostasse [frutos do mar] e um cardápio também que eles estavam a fim de comer. (Luciano, 2018)

A importância dada à comida pelos que participam de jantares compartilhados é a prova de seu caráter simbólico, identitário e distintivo, bem como socializador. Todos os comensais entrevistados referiram-se à comida como o atrativo principal do evento, embora compreendam que nessa situação há mais do que somente a alimentação.

No depoimento de Ciça (2018), ela refere-se ao desejo de comida baiana (capital cultural), às referências recebidas quanto à qualidade da comida (questão simbólica e identitária) e à performance de Flávia como cozinheira (distinção) e ao resultado da experiência (sociabilidade): *“Eu já tinha ouvido falar superbem, que ela cozinha superbem. Aí, eu queria comer a comida baiana dela. E realmente foi uma experiência bem legal. Foi muito gostoso.”*

Como menciona Simmel (2004, p.2): “o comer e o beber juntos libera uma enorme força socializadora”. O que se traduz nas falas dos entrevistados a seguir:

Você não vai lá só para comer um prato de comida. Se fosse por um prato de comida você ia numa lanchonete, você ia numa padaria... É toda uma experiência. (Luciene, 2018)

No meu caso, era uma comida típica regional e eu e os meus convidados, e os meus amigos depois, a gente ia perguntando sobre os ingredientes, como que era feito isso, como que era o outro prato. Então, existe uma interação. Como se você soubesse da história daquilo que você está provando. A gente sabe que a alimentação reúne as pessoas, né? Isso é antigo. (Wilma, 2018)

Os *chefs*-anfitriões se mostram vaidosos em relação àquilo que eles mesmos produzem, e, portanto, reservam-se uma espécie de “autodistinção” que não é abertamente declarada, mas é percebida nas entrelinhas de suas falas sobre a qualidade dos ingredientes usados, a fartura no que é servido e o próprio produto que vai à mesa:

O bom é que a comida fala por si mesma. Ela tem a própria linguagem. (Flávia, 2018)

Eu sou muito exigente com a comida, então eu quero um hambúrguer de primeira. Já vi muitas pessoas irem em restaurantes, hamburgueria, bah!, de nome, falar que o meu é melhor. [...] É! Isso é o maior orgulho! Chegar e falar: - quê, cê

foi lá e falou que o meu é melhor? Falou, nossa! a conjugação de sabores e gosto e queijo... (Daniel, 2017)

Isso é uma coisa que eu sou chato. Todos os vegetais aqui são orgânicos. Os pães sou eu que faço. Não esse, porque eu não tive tempo de fazer, mas, ou sou eu, ou é o Leo, que um outro amigo meu que faz. É um pão com fermentação natural. Esse não. Esse é um pão comercial. Mas nas nossas jantãs, o pão, ou eu faço ou o Leo, com fermentação natural. Pra essas coisas eu sou meio chato. (Paulo, 2017)

Boutaud (2011) afirma na comensalidade os excessos e exageros podem ser interpretados como um sinal de dádiva, de partilha e de proteção. Montanari (2013) relaciona os períodos da história em que houve fome e escassez para suprir até as necessidades mais urgentes como uma memória atávica do ser humano que o conduz a um comportamento excessivo de abundância e fartura. O que se identifica do imaginário dos anfitriões de jantares compartilhados é o que segue:

Minha moqueca pra dois, dá pra quatro tranquilo. Mas eu não vou correr o risco de colocar uma quantidade menor, daqui a pouco a pessoa querer comer mais e não tem! Então, a minha moqueca é muito bem servida. Noventa por cento das vezes a pessoa sai daqui com quentinha porque eu não fico com a comida, né? O que eles não consumirem na hora do jantar, eles levam. (Flávia, 2018)

E eu parto do princípio de que todos estão morrendo de fome! (Paulo, 2017)

Aí, ia pra tia Tonica. Já almoçaram? Já, duas vezes, na tia Maria e na tia Dolores. Essas duas não sabem nem esquentar água pra fazer um chá. Vão comer de novo. Então a gente almoçava quatro vezes num dia. Talvez essa seja uma das maiores influências que eu tenho gastronômica porque a gente aqui não limita comida. Porque eu também não sei se é certo. Porque isso, porque eu dou um prazer enorme para as pessoas. Mas por outro lado, eu compro muito mais comida do que eu preciso. Porque se tem 30 reservas, eu compro comida pra 50. (Paulo, 2017)

O excesso é tomado por generosidade, mas talvez esconda um sentimento que pode ser interpretado como uma forma ou representação psicológica de poder e superioridade manifestada na encenação que envolve anfitriões e comensais.

Essa nova comensalidade oferecida em ambientes domésticos por *chefs*-anfitriões e compartilhada por hóspedes-comensais que valorizam a comida e a socialização parece ser uma resposta às questões atuais que preocupam

Boutaud (2011) como a diminuição do tempo passado à mesa pela correria cotidiana e sociabilidade menos concentrada no alimento, os lugares de produção e de comer a refeição assépticos (arquitetura e design), as práticas gastronômicas submetidas a regras e fichas técnicas de preparo e cálculos calóricos e à industrialização, racionalização e funcionalidade da alimentação. No entanto, ainda que possam ser vistas como uma resposta a essas questões, as experiências se mostram adaptadas aos temas contemporâneos como o da dietética restritiva e da segurança alimentar. Exemplos disso são que Flávia faz moqueca vegana e acarajé “gourmetizado” (como ela mesma declara por adaptar bacalhau em lugar de camarão seco); Wilma se sentiu confiante em compartilhar a refeição porque percebeu que há muita higiene no preparo e Ilária sente que um portal de compartilhamento de refeições funciona como uma barreira de segurança e ajuda a identificar novas formas de socialização.

5.2.3 Entreter

Se na casa de Aimar e Miguel as pessoas são convidadas a contemplar uma música ao piano, na de Flávia são incentivadas a servirem uns os pratos dos outros, numa troca de gentilezas e cordialidades, e a vê-la cantar no karaokê. Nos eventos do *Coma Lá em Casa*, os convivas festejam o reencontro e aproveitam para conhecer novas pessoas que trazem histórias de suas viagens e aventuras, de preferências musicais e de comidas. No *Lá em Casa pra Jantar*, por sua vez, se espera que a anfitriã descreva sequencialmente os pratos que vão à mesa e os comensais falam de filmes ou da louça colorida que entra e sai da mesa em cada curso da gastronomia apresentada ou, se preferem, cantam acompanhando o violão trazido por um dos convidados, o que também acontece nos almoços temáticos de frutos do mar em Florianópolis, como o que Luciano participou.

Pode-se supor que o entretenimento proposto nas experiências estudadas seja resultante do imaginário que se tem dos banquetes, que remontam à Idade Média, quando entreter os convidados era uma necessidade entre uma refeição e outra, já que o evento tinha duração de dias. “A duração dos banquetes torna indispensável um programa de distrações, contínuo ou não,

ao mesmo tempo dando à refeição a dimensão de um espetáculo, sua beleza e atração.” (BOUTAUD, 2011. p. 1216)

Os próprios anfitriões promovem com suas performances o entretenimento durante o jantar. Alguns contam histórias sobre seus pratos; outros fazem da gastronomia um espetáculo artístico. Há quem junte a arte culinária à arte literária e declame poesias, e há os que preferem oferecer alguma forma de entretenimento que não esteja diretamente vinculada à sua representação pessoal, como se nota nos trechos de entrevistas a seguir:

Eles contrataram um cara para tocar violão. Eu achei isso bem legal. E a gente podia escolher o repertório e até testava, assim, vamos escolher e ver se você sabe tocar isso... Essa foi uma coisa que achei muito agradável. Isso foi uma coisa que eles souberam investir bem. (Luciano, 2018)

A gente dançou, cantou também. A gente ligou o karaokê de improviso. Foi muito legal! (Ciça, 2018)

A gente também faz essa união da música. É porque eu sou pianista. Com a gastronomia, então, é um diferencial. E o repertório que vai de acordo com o prato que as pessoas escolhem (Aimar, 2018)

É possível afirmar que, como opção de lazer e entretenimento, o jantar compartilhado em tudo se assemelha a ida a um restaurante. É disso que trata Telfer (2002) quando se refere às pessoas optarem por saírem para comer como uma atitude hedonista, em busca de prazer e divertimento.

Uma das coisas que eu tenho é a Pasta e Poesia. Eu sugiro que as pessoas cozinhem comigo, me ajudem a produzir a pasta e aí depois nós comemos todos juntos. E eu me apresento com poesia. (Kleber, 2018)

O nosso espaço é destinado para que as pessoas se divirtam. É para o cara fazer o que ele quiser nos limites da lei. Então, a gente não só serve uma janta, mas a gente passa filme, toca música, tem instrumento, tal, o cara faz aquilo que ele tem vontade de fazer. (Paulo, 2017)

Até acho que, quando ele parou de tocar o violão, parece que falou assim: acho que acabou a refeição. (Luciano, 2018)

Como parte do ritual, o tempo de entreter acrescenta uma atividade ao próprio entretenimento e funciona como uma marcação da cena gastronômica. O entretenimento pode se caracterizar pelo próprio evento, mas também uma atividade intercalada aos tempos que a cena demanda.

5.2.4 Despedida

Enquanto para o *chef*-anfitrião a marcação do tempo da cena gastronômica se dá entre panelas, finalização dos pratos e a interação com os comensais, para esses últimos, o tempo transcorre entre a espera, o serviço de mesa e a degustação, algumas vezes entremeados por explicações históricas sobre os pratos ou atrações como saraus com apresentações musicais, de poesia ou sessão de anedotas. Por se tratar de um ambiente doméstico, o tempo da despedida é previsto e esperado pelos donos da casa. Segundo Montandon (2011), o convidado deve ser recebido pelo anfitrião com amizade e cortesia, mas ele ocupa espaço e tempo de quem o recebe, por isso existe um limite temporal de permanência que deve ser observado que se encerra com o “tempo para partir”.

No Brasil, é comum entender que uma refeição está prestes a ser finalizada quando se anuncia o serviço do café que, em geral, fecha a refeição. Os jantares compartilhados em ambientes domésticos permitem alguma flexibilidade quanto ao tempo de permanência dos comensais, já que não há portas no estabelecimento a serem baixadas para informar que é hora de partir.

Flávia encontrou uma forma delicada de codificar aos seus comensais que o serviço está encerrado. Logo após servir o café, ela entrega um regalo aos seus convidados e diz que o presente é um agradecimento pelo tempo que compartilharam. Ele deve ser levado a fim de lembrar ao hóspede-comensal que em outra ocasião será novamente bem recebido naquela casa. O mesmo ocorre ao fim do *Lá em Casa pra Jantar*, uma pequena lembrança feita para comer é entregue aos participantes para lhes informar que é tempo de se despedirem.

Daniel e Samanta, do *Brutus Gourmet*, sinalizam a hora da despedida verbalizando que, para fechar a refeição, eles servem *waffle*; Luciano percebeu que o evento estava encerrado quando a música parou, ainda que tivesse a pretensão de permanecer por mais tempo apreciando o ambiente; Aimar e Miguel perguntam se os comensais querem que algum prato a mais lhes seja servido ou se estão satisfeitos para que encerrem os serviços com o café, e Paulo diz que a ideia é que os participantes de seu evento permaneçam até o sol raiar, se quiserem.

O ritual da despedida é marcado por agradecimentos, elogios e promessas de retribuição. A cena gastronômica no ambiente doméstico se dá por encerrada quando todos se levantam, agradecem e se retiram com palavras de cortesia, cumprimentos afetuosos e manifestações de que haverá repetição. Até que isso ocorra, não é permitido ao anfitrião qualquer menção de cansaço ou louça para ser lavada, assim como estão proibidos bocejos e movimentos que denotem a intenção de encerrar o evento. Mesmo que haja uma sensação de que poderia ter sido mais, cabe ao convidado perceber que o tempo está esgotado e que o último ato a ser encenado é o de se retirar.

Eu acho que eles poderiam ter investido mais no depois da refeição. Não que isso ocorreu. Tipo: - Comeu? – Tá, eu fiz minha parte! Saiu satisfeito, pagou... Mas, é... no depois... eles tinham casa muito legal, com espaços abertos, poderiam usufruir mais dos espaços externos... A gente que é arquiteto fica pensando. Investir num licorzinho, num cafezinho... (Luciano, 2018)

Na atualidade, os comentários e fotos publicadas pelos hóspedes-comensais em suas páginas nas redes sociais ou nos *sites* de compartilhamento de refeições e dos anfitriões funcionam como uma espécie de substitutos dos antigos livros de ouro nos quais participantes de determinados eventos deixavam mensagens de agradecimento pela acolhida e pelo tempo bem desfrutado em determinados lugares de hospitalidade. Manifestações calorosas de satisfação pela participação nos jantares compartilhados são publicadas no *Instagram*, no *Facebook*, nos grupos de *Whatsapp* e nas páginas já mencionadas. Esse novo formato de livro de ouro tem não só a função de agradecer e enaltecer a distinção do *chef*-anfitrião e seu caráter hospitaleiro como também ampliam a divulgação desse tipo de atividade nos grupos sociais a que essas pessoas pertencem, posicionando-as de forma distintiva e identitária. Nos *sites* de compartilhamento de refeições, anfitriões que são elogiados por seus comensais recebem recompensas como um anúncio em destaque no *site* ou títulos distintivos. É o caso do *Dinneer*, que condecora seus melhores anfitriões com a medalha virtual de “embaixadores *Dinneer*”, um tipo de reconhecimento que se assemelha ao de “superanfitrião” do *Airbnb*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O percurso percorrido nessa pesquisa de hospitalidade começa com a identificação dos *sites* de compartilhamento de refeições, um novo tipo de negócio na *internet* que oferece jantares compartilhados na casa das pessoas mediante um pagamento. O apelo desse tipo de negócio que se utiliza das redes sociais para se divulgar é a comida feita por *chefs* de cozinha amadores ou profissionais em ambientes domésticos. Mas se observa que nesses *sites* estão envolvidos outros interesses, como os dos viajantes em busca da cultura local e de uma experiência de aventura; os de investidores em novos negócios; os dos amantes da comida, tanto os que cozinham como os que degustam; os genuinamente hospitaleiros cuja arte de receber lhes encanta; e outros tantos ainda, alguns visionários e outros simples usuários das novas, e por vezes efêmeras, febres de consumo que a tecnologia ajuda a promover. Entretanto, o elemento que permeia os interesses de todos é a hospitalidade, seja qual for a perspectiva de cada um. É diante deste quadro que a comensalidade se apresenta como uma dimensão da hospitalidade, uma vez que os *sites* de compartilhamento de refeições mediam a relação entre *chefs*-anfitriões e hóspedes-comensais no que se refere ao ato de sentar-se à mesa em companhia de outros para compartilhar a comida.

Sociologicamente, este ato de dividir a refeição em uma mesa compartilhada tem caráter simbólico e identitário e reflete o significado das escolhas, gostos e preferências dos que se sentam juntos para comer e encenam seus próprios papéis diante de seus convivas. A encenação de um ritual que requer de seus atores o conhecimento de signos, regras e normas que não estão escritos em manuais de boas maneiras, mas fazem parte da identidade e da cultura, é o que caracteriza a cena gastronômica.

A fim de descrever e caracterizar a cena gastronômica que ocorre em ambientes domésticos, essa pesquisa buscou no referencial teórico da hospitalidade e da comensalidade os principais temas tratados na relação entre anfitrião e hóspede envolvidos num ritual que ocorre à mesa da refeição em um ambiente doméstico. Nessa revisão de literatura, foram escolhidos autores que delineiam contornos para o entendimento da hospitalidade partindo da dádiva e

a revelam como o encontro em que há acolhimento e que permite o vínculo e a interação. Outros autores contribuíram para a compreensão de que a hospitalidade se manifesta em atitudes e comportamentos, que ela ocorre em cenários denominados lugares de hospitalidade e que tem regras e normas. Quanto à comensalidade, a literatura visitada permitiu que se reconhecesse que no ritual do compartilhamento da comida à mesa estão questões que vão além do caráter material e sugerem uma análise que considere o que é simbólico, cultural e identitário. A partir dos exemplos descritos em artigos e livros sobre situações da comensalidade se pode elencar o que deveria ser notado e analisado numa cena de hospitalidade que envolve comida em ambiente doméstico. Isso porque a comensalidade envolve entre outros assuntos: o que, como e com quem se come; o ritual à mesa; a indumentária; os jeitos e gestos; as falas e aquilo que não pode ser dito; as proibições e os riscos; os motivos e os anseios de quem se senta junto para comer.

Como este é um trabalho acadêmico, para a caracterização da cena gastronômica que envolve um cenário, protagonistas e coadjuvantes, roteiros e marcações, os métodos de pesquisa foram essenciais para a produção, registro, coleta e análise do corpus documental. Por isso, a pesquisa etnográfica foi fundamental para que se pudesse reconhecer ou refutar em situações reais o que fora uma suposição de pesquisa baseada no material teórico. A vivência da pesquisa de modo prático, participando de eventos gastronômicos e entrevistando os participantes da cena, possibilitou a identificação daqueles elementos que haviam sido encontrados na literatura e que puderam, então, ser analisados e descritos como parte do ritual.

Os resultados podem contribuir para a área de hospitalidade e os estudos de comensalidade porque oferecem uma perspectiva de análise sobre temas identificados nas falas dos entrevistados que os revelam como conceitos que envolvem acolhimento, vínculo humano, espaços, tempos, domínios e o lugar da hospitalidade, além de caracterizarem o perfil de uma pessoa hospitaleira, os comportamentos e motivações dos participantes da cena. Além disso, apresentam um novo objeto de estudo para a hospitalidade que trata de negócios que se viabilizam na *internet*, mas se concretizam na vida real. Os *sites* de compartilhamento de refeições ou os “*Airbnb’s* da comida” são negócios ainda incipientes, mas que sugerem potencial de crescimento e, quem sabe, se

concretizarão em novos formatos e modelos. A narrativa desses *sites* está calcada nos conceitos e entendimentos de hospitalidade, o que leva a crer que há muito campo para posteriores estudos acadêmicos que se valham desses objetos.

Esse trabalho não se esgotaria se não fossem o recorte e os prazos obrigatórios para o cumprimento dos estudos acadêmicos. Um desejo explícito da pesquisadora é que outros entendimentos sobre a caracterização da cena gastronômica em ambientes domésticos surjam e que este seja um, entre tantos outros documentos, que sirva para comparação e questionamentos de colegas que elegeram a hospitalidade como seu campo de afeição e estudos.

REFERÊNCIAS

1. Fontes

1.1 Entrevistas

Aimar Noronha Santinho e Janilson Miguel da Silva Santinho, 24 de janeiro de 2018. Mídia: 1 arquivo M4A, 19min48seg

Cecília Rolim, 19 de outubro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 13min29seg

Cláudio Lemos, 4 de abril de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 16min28seg

Daniel Hernandez, Paulo Sérgio de Araújo e Samanta Hernandez, 20 de julho de 2017. Mídia: 1 arquivo M4A, 28min53seg.

Flávia Pinto de Araújo, 3 de abril de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 25min13seg

Flávio Estevam, 3 de abril de 2018. Mídia: *Whatsapp*.

Guaraciaba Oliveira Pinto, 15 de outubro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 31min34seg

Ilária Mercuriali, 12 de novembro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 36min39seg

Kleber Gutierrez, 2 de abril de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 21min08seg

Larissa Fabiana J. da Silva, 11 de abril de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 18min29seg

Liana Bhakta Stabelin, 2 de abril de 2018. Mídia: 1 arquivo AMBR, 22min14seg

Luciano Torres Tricárico, 5 de novembro de 2018. Mídia: 1 arquivo M4A, 19min49seg

Luciene G. Moreira, 15 de outubro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 23min34seg

Márcio André R. Fonseca, 6 de novembro de 2018. Mídia: 1 arquivo M4A, 22min12seg

Mariana Cardoso Nogueira, 19 de novembro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 26min59seg

Mariana Rotta, 5 de novembro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 4min49seg

Renato Pereira, 26 de novembro de 2018. Mídia: *Whatsapp*.

Wilma Meire Moia, 18 de outubro de 2018. Mídia: 1 arquivo AMR, 15min44seg

1.2 Matérias online

ANTUNES, Conceição. Uma espécie de *Airbnb* - mas para comida. **Expresso**, 2016. Disponível em: <<https://expresso.pt/sociedade/2016-08-07-Uma-especie-de-Airbnb---mas-para-comida#gs.2orwPTwU/>>. Acesso em 20 de abr. 2018.

Aumento no interesse por assuntos relacionados à gastronomia cria uma nova tendência no mercado. **Portal Terra**, 2018. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/dino/aumento-no-interesse-por-assuntos-relacionados-a-gastronomia-cria-uma-nova-tendencia-no-mercado,fd560f557b739e178280becfb65c5e36n3uov96r.html>>. Acesso em 20 de jan. 2019.

BELLONI, Luiza. *Airbnb* da comida': *Chefs* abrem a própria casa para servir refeições. **Huffpost Brasil**, 2016. Disponível em: <https://www.huffpostbrasil.com/2016/12/01/Airbnb-da-comida-chefs-abrem-a-propria-casa-para-servir-refei_a_21700670/>. Acesso em: 23 de abr. 2018.

CONSIGLIO, Marina. Cozinheiros abrem suas casas para almoços e jantares intimistas. **Guia Folha**, 2017. Disponível em: <<https://guia.folha.uol.com.br/restaurantes/2017/12/cozinheiros-abrem-suas-casas-para-almocos-e-jantares-intimistas.shtml/>>. Acesso em 23 de abr. 2018.

ECONOMIA compartilhada também é tendência na gastronomia. **Infood**, 2015. Disponível em: <<http://infood.com.br/economia-compartilhada-tambem-e-tendencia-na-gastronomia/>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

ESTEVAM, Flávio. Never eat alone again! The *Dinneer* has arrived. **Dinneer**, 2018. Disponível em: <<https://Dinneer.com/blog/never-eat-alone-again-the-Dinneer-has-arrived/>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

NUNES, Lucineia. Descubra 'restaurantes' secretos e com experiências nada convencionais. **Divirta-se Estadão**, 2016. Disponível em: <<https://cultura.estadao.com.br/blogs/divirta-se/ descubra-dez-restaurantes-secretos/>>. Acesso em 23 de abr. 2018.

PINTO, Mariana C. A Comida da Vizinha: um site para partilhar refeições caseiras. **P3**, 2014. Disponível em: <<http://p3.publico.pt/vicios/gula/12472/comida-da-vizinha-um-site-para-partilhar-refeicoes-caseiras>>. Acesso em: 23 de abr. 2018.

QUARIGUAZY, Laura. Conheça serviços de jantar compartilhado e em domicilio no DF. **Metrópoles**, 2016. Disponível em: <<https://www.metropoles.com/gastronomia/comer/conheca-servicos-de-jantar-compartilhado-e-em-domicilio-no-df/>>. Acesso em 23 de abr. 2018.

RAMOS, Jorge. Jantar com desconhecidos é um ótimo jeito de conhecer sua cultura. **Uol**, 2015. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/blogs-e-colunas/coluna/jorge-ramos/2015/07/09/jantar-com-desconhecidos-e-um-otimo-jeito-de-conhecer-sua-cultura.htm/>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

NUNES, Brunella. Refeições compartilhadas: uma ótima experiência para

viajantes. **Quanto Custa Viajar**, 2018. Disponível em: <<https://quantocustaviajar.com/blog/refeicoes-compartilhadas/>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

REFEIÇÕES 'gourmet' em restaurantes clandestinos. **Diário de Notícias**, 2011. Disponível em: <<https://www.dn.pt/portugal/interior/refeicoes-gourmet-em-restaurantes-clandestinos-1864226.html/>> . Acesso em 28 de abr. 2018.

RIBEIRO, Carolina. O *Airbnb* da comida: *sites* de jantares compartilhados ganham adeptos cariocas. **Jornal O Globo**, 2015. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/gastronomia/o-Airbnb-da-comida-sites-de-jantares-compartilhados-ganham-adeptos-cariocas-17531234>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

RUNNACLES, Lucila e TEIXEIRA, Regiane. *Chefs* profissionais e amadores deixam de abrir restaurantes para receber clientes em casa. **Uol comidas e bebidas**, 2012. Disponível em: <<https://comidasebebidas.uol.com.br/noticias/redacao/2012/03/29/chefs-deixam-de-apostar-em-restaurantes-para-receber-clientes-em-casa.htm?cmpid=copiaecola/>>. Acesso em 23 de abr. 2018.

SCHIOCHET, Flávia. *Chef* abre seu apartamento para pequenos jantares. **Gazeta do Povo**, 2014. Disponível em: <<https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/chef-abre-seu-apartamento-para-a-pequenos-jantares/>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

SITE incentiva jantar compartilhado na casa de 'estranhos'. **Catraca Livre**, 2015. Disponível em: <<https://catracalivre.com.br/viagem-livre/site-incentiva-jantar-compartilhado-na-casa-de-estranhos/>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

TRANSFORMAR a casa em local de trabalho é uma estratégia adotada por *chefs*. **Correio Braziliense**, 2010. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2010/09/09/interna_diversao_arte,212096/transformar-a-casa-em-local-de-trabalho-e-uma-estrategia-adotada-por-chefs.shtml>. Acesso em 23 de abr. 2018.

VOITCH, Talita Boros. *Sites* de refeições compartilhadas fazem sucesso e se popularizam no Brasil. **Gazeta do Povo**, 2015. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/tecnologia/sites-de-refeicoes-compartilhadas-fazem-sucesso-e-se-popularizam-no-brasil-5rt1s4pz3wuqqsy5cnavl3sby/>>. Acesso em 28 de abr. 2018.

1.3 Sites

A COMIDA DA VIZINHA. Disponível em: < www.acomidavizinha.pt>. Acesso em 12 set 2017.

COMA LA EM CASA. Disponível em: < <https://comalaemcasa.com.br>>. Acesso em 10 set 2017.

- DINNER. Disponível em: <<http://dinneer.com>>. Acesso em: 15 mar 2018.
- FEASTLY. Disponível em: <<https://eatfeastly.com>>. Acesso em: 20 ago 2018.
- EATWITH. Disponível em: <<https://www.eatwith.com>>. Acesso em: 28 jan 2018.
- GNAMMO. Disponível em: <<https://gnammo.com>>. Acesso em: 30 ago 2017.
- JANTAR SECRETO. Disponível em: <www.jantarsecreto.com>. Acesso em: 02 mar 2018.
- LA EM CASA PRA JANTAR. Disponível em: <laemcasaprajantar.blogspot.com>. Acesso em 02 mar 2018.
- MEAL SHARING. Disponível em: <<https://www.mealsharing.com>>. Acesso em 18 mar 2018.
- MENUTRIP. Disponível em: <<https://menutrip.com.br>>. Acesso em 18 mar 2018.
- MEU BISTRO. Disponível em: <<https://meubistro.com>>. Acesso em 19 mar 2018.
- TRAVELLINGSPOON. Disponível em: <<https://www.travelingspoon.com>>. Acesso em 30 ago 2017.
- VIZEAT. Disponível em <<https://www.vizeat.com>>. Acesso em 30 maio 2017.
- VOULEZVOUSDINER. Disponível em <<https://www.voulezvousdiner.com/en>>. Acesso em 30 maio 2017.

2. Artigos, Livros, Dissertações e Teses

- ALVES, T. R.; DUARTE, J. C. A utilização do modelo de negócios e plano de negócios pelas startups. **Caderno PAIC FAE**, v. 17, n. 1, p. 117–130, 2016.
- AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicacao digital. **Cadernos da Escola de Comunicação**, v. 6, p. 1–12, 2008.
- BAPTISTA, I. Hospitalidade e Eleição Intersubjectiva: Sobre o Espírito que guarda os lugares. **Revista Hospitalidade**, v. 2, p. 5–14, 2008.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa Qualitativa com Texto, Imagem e Som**. 2a. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2003.
- BENVENISTE, É. **O vocabulário das instituições indo-europeias**. 2v. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 1995.
- BOUDOU, B. Elementos para uma antropologia política da hospitalidade. In:

BRUSADIN, L. B. (Ed.). . **Hospitalidade e Dádiva - A Alma dos Lugares e a Cultura do Acolhimento**. Curitiba: Editora Prismas, 2017.

BOURDIEU, P. Textos de Pierre Bourdieu. In: ORTIZ, R. (ORGANIZAÇÃO); FERNANDES, F. (COORDENAÇÃO) (Eds.). . **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Editora Ática, 1983. p. 38–183.

BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil S.A., 1989.

BOURDIEU, P. **A Distinção**. Porto Alegre: Editora Zouk, 2007.

BOUTAUD, J. J. Comensalidade. In: MONTANDON, A. (Ed.). . **O Livro da Hospitalidade - Acolhida do Estrangeiro na História e nas Culturas**. São Paulo: Editora Senac, 2011. p. 1213–1230.

CAMARGO, L. O. DE L. **Hospitalidade**. 3. ed. São Paulo: Editora Aleph, 2005.

CAMARGO, L. O. DE L. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, v. especial, p. 42–69, 2015.

CARNEIRO, H. Apresentação à edição brasileira. In: MONTANARI, M. (Ed.). . **Comida como Cultura**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2013. p. 9–14.

CASSIRER, E. **Linguagem, Mito e Religião**. Porto, Portugal: Edições RÉ S Limitada, 1976.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica: para uso de estudantes universitários**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983.

CHIZOTTI, A. **Pesquisa Qualitativa em Ciências Humanas e Sociais**. 4a. ed. São Paulo: Editora Vozes, 2011.

DA MATTA, R. Apresentação. In: VAN GENNEP, A. (Ed.). . **Os Ritos de Passagem**. 3. ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2011. p. 9–20.

ELIADE, M. **Mitos, sonhos e mistérios**. Lisboa: Edições 70, 2000.

FISCHLER, C. **L’Honnivore**. Paris: Poche Odile Jacob, 2001.

FISCHLER, C. Commensality, society and culture. **Social Science Information**, 2011.

FLAVIO ESTEVAM. **Never eat alone again! The Dinneer has arrived**. Disponível em: <<https://dinneer.com/blog/never-eat-alone-again-the-dinneer-has-arrived/>>. Acesso em: 20 jan. 2019.

GOTMAN, A. O comércio da hospitalidade é possível? **Revista Hospitalidade**, v. 6, p. 3–27, 2009.

GRASSI, M.C. Transpor a soleira. In: **O livro da Hospitalidade - Acolhida do Estrangeiro na História das Culturas**. São Paulo: Editora Senac, 2011. p. 45–

53.

LAPLANTINE, F. **A Descrição Etnográfica**. São Paulo: Terceira Margem, 2004.

LASHLEY, C. Para um Entendimento Teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Eds.). **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado**. São Paulo: Manole, 2004. p. 1–24.

LASHLEY, C. Hospitalidade e Hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**, v. XII, n. especial, p. 70–92, 2015.

LÉVI-STRAUSS, C. **O Cru e o Cozido**. 1. ed. São Paulo: Brasiliense, 1991.

LUGOSI, P. Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective experiences in commercial settings. **Journal of Foodservice**, v. 19, n. 2, p. 139–149, 19 mar. 2008.

LYNCH, P. et al. Theorizing Hospitality. **Hospitality & Society**, v. 1, n. 1, p. 3–24, 2011.

MAUSS, M. Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: **Sociologia e Antropologia**. Volume II ed. São Paulo: E.P.U e Edusp, 1974. p. 37–231.

MELLO, M. A. DA S.; VOGEL, A. Apresentação da Edição Brasileira. In: SEGALEN, M. (Ed.). **Ritos e Rituais Contemporâneos**. 1. ed. Rio de Janeiro: FGV Editora, 2002.

MOLZ, J. G. Appropriation, aspiration and the aporia of absolute hospitality. **Hospitality & Society**, v. 5 Numbers, p. 109–116, 2015.

MÓNICO, L. S. et al. A observação participante enquanto metodologia de investigação qualitativa. **Congresso Ibero-Americano em Investigação Qualitativa**, v. 3, n. July, p. 724–733, 2017.

MONTANARI, M. **Comida como Cultura**. 2. ed. São Paulo: Editora Senac, 2013.

MONTANDON, A. Espelhos da Hospitalidade. In: **O Livro da Hospitalidade - Acolhida do Estrangeiro na História e nas Culturas**. São Paulo: Editora Senac, 2011. p. 21–37.

NASSAR, P. R.; FARIAS, L. A. DE B. **Aulas do Curso Memórias, rituais e narrativas da experiência** São Paulo, 2017.

ORTIZ, R. A procura de uma sociologia na prática. In: ORTIZ, R. (ORGANIZADOR); FERNANDES, F. (COORDENADOR) (Eds.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Editoria Ática, 1983.

PAPPAS, N. The complexity of purchasing intentions in peer-to-peer. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**., v. 29, n. 9, p. 2302–2321, 2017.

- PITT-RIVERS, J. The law of hospitality. **Hau. Journal of Ethnographic Theory**, v. 2, n. 1, p. 501–517, 2012.
- POULSTON, J. Expressive labour and the gift of hospitality. **Hospitality & Society**, v. 5, n. 2/3, p. 145–165, 2015.
- RAFFESTIN, C. Réinventer l'hospitalité. **Communications**, v. 65, p. 165–177, 1997.
- ROUSSEL, C. O Caminho e o Peregrino. In: **O livro da Hospitalidade: Acolhida do Estrangeiro na História das Culturas**. São Paulo: Editora Senac, 2011. p. 379–416.
- SEGALEN, M. **Ritos e Rituais Contemporâneos**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2002.
- SELWYN, T. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISSON, A. (Eds.). . **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado**. São Paulo: [s.n.]. p. 25–52.
- SEYMOUR, D. A construção social do gosto. In: SLOAN, D. (Ed.). . **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. Barueri: Manole, 2005.
- SILVA, J. M.; SILVEIRA, E. S. DA. **Apresentação de Trabalhos Acadêmicos - Normas e Técnicas**. 3. ed. Juiz de Fora: Templo Gráfica e Editora, 2004.
- SIMMEL, G. Sociologia da Refeição. **Estudos Históricos**, v. 33, p. 1–8, 2004.
- SINTJAGO, E. A. M. Ritos de comensalidad y espacialidad. Un análisis antropológico de la alimentación. **A Gazeta de Antropología**, v. 26 (2), p. 1–12, 2010.
- SLOAN, D. **Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor**. Barueri: Manole, 2005.
- TELFER, E. **Food for Thought: Philosophy and food**. [s.l.] Taylor & Francis e-Library, 2002.
- TELFER, E. A filosofia da “hospitalidade”. In: LASHLEY, C.; MORRISSON, A. (Eds.). . **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado**. São Paulo: Manole, 2004. p. 53–78.
- VAN GENNEP, A. **Os Ritos de Passagem**. 3. ed. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2011.
- VERGARA, S. C. **Métodos de Pesquisa em Administração**. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2010.
- WISE, A. Moving Food: Gustatory Commensality and Disjuncture in Every Multiculturalism. **New Formation**, p. 82–108, 2011.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA ANFITRIÃO

- Nome, idade, profissão e local do evento
- O que o motivou a abrir as portas da sua casa para receber pessoas para jantar?
 - Com que frequência você faz esse tipo de evento?
 - Qual é o seu público alvo?
 - Quanto é a média do seu faturamento?
 - Em que *sites* você oferece o serviço?
 - Qual ou quais as suas principais formas de divulgação? Por quê?
 - Como é montado o menu? (essa é uma curiosidade pessoal, mas pode significar várias coisas como a questão financeira, a busca pela celebridade, o prazer da cozinha etc.)
 - Fale um pouco sobre a relação entre você e seus convidados/clientes/comensais?
 - Tem alguma coisa a mais que gostaria de comentar que eu não perguntei e acha importante mencionar?

APÊNDICE B – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA PARTICIPANTE

- Nome, idade, profissão
- Por que motivo você se inscreveu para um evento na casa de um *chef* de cozinha?
 - Com que frequência você vai a esse tipo de evento?
 - Quais os que vc já foi?
 - Tem algum em vista que pretende ir? Por quê?
 - Quais os valores pagos pelo evento?
 - Poderia descrever o tipo de evento que foi?
 - Qual é o papel do cozinheiro no evento que você esteve?
 - Como você obteve informação sobre esse tipo de evento?
 - Quais os *sites* que vc conhece que oferecem esse tipo de experiência gastronômica?
 - Como você definiria a hospitalidade de quem recebe pessoas em casa para comer?
 - Como se deu a integração entre as pessoas à mesa? Era uma mesa só ou várias? Como as pessoas se distribuíram?
 - Quantos pratos foram servidos?
 - Descreva o ritual à mesa
 - Tem alguma coisa a mais que gostaria de comentar que eu não perguntei e acha importante mencionar?

APÊNDICE C – ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA EMPREENDEDOR

- Nome, idade, profissão e local do evento
- Por que esse negócio foi criado?
- Qual o investimento realizado?
- Qual é o potencial de crescimento?
- Quantas pessoas estão envolvidas no back stage?
- Quantos são os *chefs* cadastrados?

- Quais os critérios para aceitar um *chef* anfitrião?
- Quem é o público alvo?
- Com que frequência as pessoas vão a esse tipo de evento? Há reincidentes?
- Quanto é a média do faturamento do *site*?
- Quem são os principais concorrentes?
- Qual ou quais as suas principais formas de divulgação? Por quê?
- Fale um pouco sobre a relação entre a empresa e o clientes/comensais e entre os *chefs* ?
- Quais são os principais riscos do negócio?
- Como se dá o comprometimento dos *chefs* ?
- O que significa a Gastronomia para esse negócio? E a hospitalidade?
- Tem alguma coisa a mais que gostaria de comentar que eu não perguntei e acha importante mencionar?