

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI
FLÁVIA DE ALMEIDA CALABREZ**

**EM BUSCA DA HOSPITALIDADE NAS SUAS
TRANSFORMAÇÕES URBANAS: O BAIRRO DO TATUAPÉ -
SP**

São Paulo
2015

FLÁVIA DE ALMEIDA CALABREZ

**EM BUSCA DA HOSPITALIDADE NAS SUAS
TRANSFORMAÇÕES URBANAS: O BAIRRO DO TATUAPÉ -
SP**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial à obtenção do título de Mestre em Hospitalidade, na área de concentração Hospitalidade: Serviços e Organizações da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi.

São Paulo
2015

FLÁVIA DE ALMEIDA CALABREZ

**EM BUSCA DA HOSPITALIDADE NAS SUAS
TRANSFORMAÇÕES URBANAS: O BAIRRO DO TATUAPÉ -
SP**

Dissertação de Mestrado apresentada à Banca Examinadora, como exigência parcial à obtenção do título de Mestre em Hospitalidade, na área de concentração Hospitalidade: Serviços e Organizações, da Universidade Anhembi Morumbi, sob a orientação do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi.

Aprovado em: 1º de abril de 2015.

Prof. Dr. Airton José Cavenaghi/Orientador/UAM (SP)

Prof. Dr. Lúcio Grinover.

Prof.^a Dr.^a Maria do Rosário Rolfsen Salles

Prof.^a Dr.^a Maria Ângela de Abreu Cabianca Marques.

AGRADECIMENTOS.

À minha família, em especial à minha mãe, pelo incentivo no caminho dos estudos.

À memória de meu pai, arquiteto, professor e minha grande inspiração para a realização desse Mestrado.

Ao meu orientador, Airton José Cavenaghi, que acolheu a proposta dessa pesquisa. Meu muito obrigada pelo apoio e dedicação. Por acreditar e compartilhar cada conquista desse trabalho.

A todos os Professores Doutores do Programa de Mestrado em Hospitalidade, que me proporcionaram novas e maravilhosas descobertas.

À banca de qualificação pelas tão importantes contribuições.

Aos amigos que fiz ao longo do programa, pelas angústias e alegrias divididas em meio a esse mundo novo de aprendizado.

Aos entrevistados que me concederam informações preciosas e se dispuseram a ajudar. Meu muito obrigada pela acolhida.

À Alessandra Marota, pela hospitalidade sempre presente.

“Para finalizar, é necessário esclarecer aos prezados leitores que o Tatuapé, felizmente não perdeu sua índole de bairro provinciano, isto apesar de toda sua pujança e de seu espetacular desenvolvimento. Talvez seja a essa a razão pela qual mais e mais pessoas o procurem constantemente. Sou propenso a afirmar, me perdoem os moradores de outros bairros, que o Tatuapé, mais do que um bairro, é um estado de alma”.

ABARCA, Pedro. Tatuapé. Uma história fascinante.
São Paulo, Rumo, 1994. p. 145

RESUMO

Esta pesquisa objetivou analisar as transformações ocorridas no bairro do Tatuapé, dentro do conceito da hospitalidade em sua dimensão urbana, uma vez que, em função da crescente urbanização, propiciada pela especulação imobiliária, aliada a investimentos no setor terciário, o bairro está se modificando constantemente. Localizado na zona leste da cidade de São Paulo, o Tatuapé, de essencialmente operário passou a ser uma das regiões mais valorizadas da cidade, atraindo uma população de alto poder aquisitivo. Isso posto, uma das questões suscitadas para a elaboração desse trabalho, foi verificar se o setor de serviços é capaz de criar fronteiras imaginárias de pertencimento, uma vez que os habitantes desse bairro atendidos localmente em suas mais diversas necessidades tendem a não mais se deslocar a outros logradouros em busca desses serviços. Procurou-se, também, compreender como essa alteração urbana se insere no cotidiano dos moradores, em espaços de vivência, como as padarias. Para tanto, essa análise fundamentou-se em conceitos sobre a hospitalidade em suas mais diversas perspectivas, em especial a hospitalidade urbana e aspectos relacionados ao setor de serviços, amparada no aporte teórico de autores como Lucio Grinover (2002;2006;2007;2008;2009;2013;2014), Ana Fani Carlos (2007), Heitor Frugoli (2000), Kevin Lynch. (1999), Philip Kotler (2000) e Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002). A metodologia de pesquisa baseou-se, em levantamento bibliográfico, documental e pesquisa exploratória de caráter qualitativa, realizada por meio de entrevistas semiestruturadas com moradores que frequentam esses espaços de vivência para verificar aspectos de hospitalidade e a percepção dos mesmos relacionados às transformações do bairro. Os resultados demonstraram que o conjunto hospitalidade e serviços exerce influência no dia a dia dos moradores que procuram satisfazer suas necessidades no entorno, sem deixar de lado a convivência, os laços sociais e a experiência do serviço.

Palavras chave: Hospitalidade urbana. Serviços. Padarias. Tatuapé. São Paulo-SP.

ABSTRACT

This research analyzes the changes in the neighborhood of Tatuapé, within the urban dimension of hospitality. This changes are related to a increasing urbanization, fostered by real estate speculation, combined with investments in the service sector. Located on the east side of the city of São Paulo, Tatuape, has become one of the most valued areas of the city, attracting this way, a high purchasing population power. One of the issues of this research was to verify if the service sector is able to create imaginary belonging boundaries, since the inhabitants of this district in their needs tend to not move out, searching for these services elsewhere. It tried also to understand how this urban change fits into daily lives of residents in social spaces such as bakeries. This analysis was based on concepts of hospitality in its perspectives, especially the urban hospitality and the service sector, based on the theoretical contribution of authors such as Lucio Grinover (2002; 2006; 2007; 2008; 2009;2013;2014), Ana Fani Carlos (2007), Hector Frugoli (2000), Kevin Lynch. (1999), Philip Kotler (2000) and Fitzsimmons and Fitzsimmons (2002). The methodology was based on bibliographic, documentary survey and exploratory qualitative research, conducted through semi-structured interviews with residentes who go to these living spaces to verify the neighborhood changes perception and the aspects of hospitality. The mainly result showed that hospitality and services are influent in the daily lives of residents who seek to satisfy their needs including, social ties and the service experience.

Keywords: Urban Hospitality. Services. Bakeries. Tatuapé. São Paulo-SP.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa da cidade de São Paulo, com destaque ao bairro do Tatuapé	35
Figura 2: Lenha para os fornos da Padaria Lisboa, no Tatuapé, na década de 40.....	38
Figura 3. Carro tipo Furgão GM	38
Figura 4: Interior da padaria Lisboa na década de 60.....	39
Figura 5: O bairro do Brás no início do século XX, com casas e indústrias.	42
Figura 6. Fábrica da Philco S/A no bairro do Tatuapé na década de 50	43
Figura 7: Dimensionamento do bairro, dividido pela Radial Leste.....	45
Figura 8: Praça Silvio Romero. Os antigos moradores jogando dominó.	55
Figura 9: Padaria Lisboa vista da Praça Sílvio Romero.....	56
Figura 10: Largo Nossa Senhora do Bom Parto.....	57
Figura 11: Feira de Artesanato. Largo Nossa Senhora do Bom Parto.....	57
Figura 12: Largo Nossa Senhora do Bom Parto.....	58
Figura 13 e 14. Antiga casa em meio as novas construções.	59
Figura 15: Casas em primeiro plano com os prédios ao fundo.	59
Figura 16: Vila Operária.....	59
Figura 17: Construção da estação de metrô Tatuapé em 1981.....	62
Figura 18: Foto da Radial Leste com os shoppings no entorno da estação de metrô.	62
Figura 19 e 20. Vista do Parque em 1970 e 2014, respectivamente.....	62
Figura 21: Anuncio Pizzeria 1900	81
Figura 22. Anúncio Edifício Itapeti	82
Figura 23. Anúncio Edifício Itapeti	82

SUMÁRIO.

INTRODUÇÃO.....	9
1. HOSPITALIDADE, HOSPITALIDADE URBANA E ESPAÇO.	13
1.1 A Hospitalidade.	13
1.2 Hospitalidade Urbana.	18
1.3 Fronteiras imaginárias de pertencimento, realidades cotidianas vivenciadas.....	25
1.4 Cidade e urbano.	28
1.5 Lugar e não lugar.	31
2. O BAIRRO DO TATUAPÉ: IDENTIFICAÇÃO INICIAL E ASPECTOS DA HOSPITALIDADE.	33
2.1 Origem e desenvolvimento.....	33
2.2 A imigração portuguesa.....	46
2.3 A panificação na região.....	48
2.4 O bairro nos dias atuais	51
3. SETOR DE SERVIÇOS.	64
3.1 Setor de serviços: características.	64
3.2 A hospitalidade nos serviços.	68
3.3 Polos de serviços em um ambiente urbano: cidades.....	72
3.4 Serviços, espaço e o bairro: vivências.	77
4. EM BUSCA DA HOSPITALIDADE E O BAIRRO DO TATUAPÉ.	85
4.1 Metodologia.....	85
4.2 Análise das entrevistas.....	93
4.2.1 Identificação com o bairro: cotidiano, gostos, mudanças e desenvolvimento.....	95
4.2.2 Espaços de vivência e pontos de encontro.....	105
4.2.3 As Padarias: Serviços x Atendimento.	107
4.2.4 Serviços e Fronteiras Imaginárias.....	112
CONSIDERAÇÕES FINAIS.	118
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.	121
BIBLIOGRAFIA AMPLIADA.	134
APÊNDICE I - Roteiro de Entrevista.....	136
APÊNDICE II - Termo de consentimento livre e esclarecido.....	138
APÊNDICE III - Transcrição das entrevistas.....	149

INTRODUÇÃO.

A hospitalidade entre suas muitas vertentes, trata essencialmente de relações humanas. Relações que estabelecem troca, reciprocidade como elemento primordial de sociabilidade. (CAMARGO, 2004; GRINOVER, 2002; MONTANDON, 2003; 2011).

A convivência, as relações sociais e todo o seu conjunto de atributos é o pano de fundo que permeia a discussão dessa pesquisa e como palco dessas relações, a cidade, tem papel importante pois torna-se parte desse cenário composto por pessoas que se relacionam em um meio comum, seja um bairro ou um vilarejo, fazendo com que o lugar de vivência passe a ter identidade e significado para cada um de seus habitantes e frequentadores. (GRINOVER, 2009).

Ainda para Grinover (2009), a essência da hospitalidade passa pelo papel da cidade, pois é nela que se estabelecem relações de receptividade e integração entre moradores e visitantes, promovendo o bem-estar social. O que torna a cidade hospitaleira são seus elementos, categorias sociais, culturais, históricas, econômicas e ambientais, que permitem a interação, o acolhimento, o uso de seus serviços e estruturas nas relações sociais.

Partindo desse princípio, a proposta do presente trabalho é focar a trajetória do bairro do Tatuapé, localizado na zona leste da cidade de São Paulo, atualmente palco de transformações urbanas intensas. De um bairro essencialmente operário, passou a ser chamado de “nova centralidade” da zona leste (FRUGOLI, 2000), decorrente de modificações do espaço urbano, sobretudo impulsionadas pela explosão imobiliária, em que casas de vilas e antigos galpões de fábricas deram lugar a prédios residenciais e comerciais de alto padrão, modificando assim a estrutura do bairro, valorizando novas áreas, que passou a contar com novos perfis de moradores e passantes e com uma rede diversificada de serviços em resposta ao crescimento urbano, que atrai cada dia mais pessoas.

Assim a justificativa para a formulação dessa pesquisa se dá no contexto das modificações urbanas mais acentuadas nas quais o bairro vem passando, ocorridas mais especificamente a partir do final da década de 90.

Dentro da temática proposta, o objetivo é compreender de que maneira a hospitalidade se manifesta nos centros de vivência, no contexto do sistema de serviços e influencia o cotidiano dos moradores do bairro do Tatuapé, bem como se esse conjunto de serviços é capaz de criar fronteiras imaginárias de pertencimento, ou seja, a partir do momento em que a

tendência dos moradores de um local é a do não deslocamento a outros logradouros em busca de serviços.

As alterações urbanas, à medida em que vão sendo incorporadas acarretam modificações no cotidiano e trazem novas formas de convivência. (CARLOS, 2007). Assim é possível que o setor terciário presente seja fator significativo dessa “moldura” proporcionada pelas fronteiras imaginárias de pertencimento.

Dentro dessas características, pode-se colocar a questão central dessa pesquisa: Pode o setor de serviços na área de panificação e confeitaria, criar fronteiras imaginárias fortalecendo o pertencimento? Observa-se, aqui, a ideia de pertencimento como uma dimensão da Hospitalidade. A ideia de *pertença*, (In: MONTANDON, 2011), pode ser observada associada, por exemplo, ao acolhimento dado aos imigrantes (p.1050); a comensalidade à mesa (p.1213); à domesticação da Natureza (p.1240), etc. O “pertencer” sugere domínio, segurança, partilha de uma identidade ao, e para o território.

Tendo em vista a influência dessa alteração urbana pela qual o Tatuapé tem passado e tomando como pano de fundo duas padarias tradicionais do local, a saber: Lisboa e Marengo; já conhecidos pontos de encontro, como bases empíricas, busca-se retratar e compreender essa manifestação de acolhimento no setor de serviços, e as relações de sociabilidade e hospitalidade, observando-se, assim a questão da formação de uma identidade de pertencimento. Para a compreensão de tais mudanças, retrata-se brevemente o histórico do bairro, desde sua origem às suas características mais contemporâneas.

A escolha das padarias como espaços de convivência se deu sobretudo por serem locais tradicionais no bairro, característicos pela forte presença da imigração portuguesa e seus descendentes que ainda vivem na região, e que talvez ainda tenham nesses locais, que marcam presença no bairro desde à época de sua urbanização, a perpetuação desses antigos costumes.

Além disso, propõe-se verificar como o setor de serviços se insere no sistema de identidade e pertencimento do morador local com o bairro e à criação de ambientes favoráveis de convivialidade.

Diante desses questionamentos, algumas indagações, que serviram de base para a elaboração da pesquisa, foram levantadas, sobretudo referente ao setor de serviços no bairro, vistos aqui como espaços de interação entre pessoas. O setor de serviços exprime relações de troca entre consumidores e empresas, ou seja, há elementos implícitos na manifestação dessa hospitalidade. Essa hospitalidade pode ser traduzida na personalização dos serviços, influenciada pelos costumes do local e pelas pessoas que frequentam esses espaços.

Além disso, pode-se questionar também de que maneira os novos hábitos advindos com a modernização do setor de serviços, traduzem uma nova forma de perceber os espaços.

Essas transformações do bairro presentes na memória dos moradores podem acarretar novas formas de identidade e pertencimento, trazendo novos elementos decorrentes da nova dinâmica vivida pela região.

A metodologia se baseou em entrevistas semiestruturadas, como instrumento de coleta de dados, realizadas com moradores da região, visando examinar os aspectos da hospitalidade em maior profundidade e a sua manifestação nos centros de vivência, além de buscar, nas falas dos entrevistados, elementos de identificação dos moradores com o bairro.

Buscou-se, amparado em referencial bibliográfico, documental e em sítios eletrônicos, contextualizar aspectos da hospitalidade e em suas dimensões urbana e comercial, além de trazer conceitos sobre o setor terciário e suas características.

Desta forma, a temática da pesquisa baseada em conceitos de hospitalidade e hospitalidade urbana, que considera dimensões de acessibilidade, legibilidade e identidade da cidade, abordadas por Lúcio Grinover, (2007), na legibilidade e construção de imagens ambientais, propostas por Kevin Lynch (1999), que caracterizam determinado local por meio das concepções de seus moradores, procura compreender a hospitalidade dentro de seu contexto urbano, buscando essa “pertença” discutida também por Montandon, (2011), voltada ao setor de serviços, cuja abordagem ampara-se no aporte teórico de autores como Philip Kotler (2000), Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002), entre outros.

Ainda relacionado ao conceito de hospitalidade urbana, pretende-se mostrar brevemente que além da infraestrutura urbana e dos espaços físicos disponibilizados como praças e parques, por exemplo, as particularidades são importantes, pois personalizam o local, retratando-o como uma marca registrada. A hospitalidade é percebida em suas dimensões e uma nova relação de convivência, às novas práticas sociais, permeada por trocas humanas dentro de um local determinado. As relações de hospitalidade incorporadas aos serviços são fruto da socialização, além de fatores emocionais que moldam comportamentos coletivos.

Assim, o plano de texto configura-se em quatro capítulos. No primeiro capítulo, aborda-se a temática da hospitalidade em linhas gerais e em sua dimensão urbana, trazendo também conceitos acerca do espaço urbano e suas transformações.

O segundo capítulo descreve brevemente a formação histórica do bairro do Tatuapé, desde sua fundação aos dias atuais. Em suas subseções, retrata aspectos históricos da panificação da cidade de São Paulo, incluindo algumas padarias pioneiras na região do

Tatuapé; contextualiza o bairro nos aspectos da hospitalidade, em especial em sua dimensão urbana; e busca retratar dentro do sistema de serviços como sua presença influencia o cotidiano das pessoas em uma determinada localidade.

No terceiro capítulo, aborda-se conceitos e características do setor terciário, além de relacionar seu papel no contexto da hospitalidade. Dentro de suas subseções, descreve a cidade como polo de serviços em um ambiente urbano, frente às novas mudanças econômicas e sociais; analisa como a hospitalidade insere-se no setor terciário, uma vez que envolve aspectos sociais e culturais de interação entre as pessoas; e evidencia questões de vivência atreladas a um determinado espaço de como as alterações urbanas influenciam a imagem e o reconhecimento do lugar em que se vive.

Por fim, o quarto capítulo apresenta o referencial teórico e metodológico utilizado como base para a realização da pesquisa, algumas reflexões acerca do tema e as análises das entrevistas, relacionando suas características expostas no contexto com o referencial teórico abordado nos capítulos.

1. HOSPITALIDADE, HOSPITALIDADE URBANA E ESPAÇO.

O objetivo desse capítulo é apresentar sucintamente o tema da hospitalidade em sua visão sociológica abordando aspectos relacionados como dimensão da Dádiva, retratando também as características principais de seus domínios, privado, comercial e social.

1.1 A Hospitalidade.

O tema da hospitalidade é complexo, pois ela transita em suas várias dimensões, seja doméstica, comercial, pública, ou urbana, e em seus vários contextos seja ele social ou religioso, porém seu elo principal é o acolhimento, a relação entre pessoas. (CAMARGO, 2004). Ainda para Camargo, (2004), o acolhimento também tem papéis distintos. Como dever sagrado, social e moral, associa-se a ideia do bem receber e da obrigação.

Entendida como “[...] o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural” (CAMARGO, 2004, p.52), a hospitalidade é a prática do relacionamento, do encontro, da troca entre pessoas.

Para Baptista (2002), esse encontro é permeado pelo acolhimento, pela cortesia. Montandon (2003), afirma que a hospitalidade é uma forma de socialização, dotada de rituais e regras, uma maneira de se viver em conjunto, em que valores de solidariedade e sociabilidade se instauram formando um elo.

Para Salles (2008, p. 77):

A hospitalidade não é apenas uma metáfora para designar formas genéricas ou diferenciadas de acolhimento. É um processo que se refere a relações sociais concretas que se desenrolam e se relacionam com a história, a cultura e as sociedades.

A civilização Grega contribuiu muito ao tema da hospitalidade, valor de extrema importância arraigado em sua sociedade. O direito à hospitalidade era um dever do Estado e de todos os cidadãos. Cidades como Atenas e Corinto ficaram famosas pela boa acolhida que davam aos visitantes e como recebiam um fluxo intenso de turistas, a presença de alojamentos

para receber esses visitantes era bastante significativa (TRIGO, 1995). A figura de Hermes e Héstia representam essa dinâmica entre o forasteiro e o residente. Hermes representa o movimento, o guia dos viajantes que protege as fronteiras, enquanto que Héstia é a figura doméstica, destinada a cuidar do fogo e da casa, é a figura do anfitrião. (BUENO, SALLES e BASTOS, 2010).

Vista também como um dever sagrado, a hospitalidade se estabelece não só pelo acolher, mas também como dádiva, um presente que deve ser retribuído a partir do momento em que se transpassa o espaço do outro e se estabelece um ritual de acolhimento. Para Camargo (2004, p. 19), “toda ação de hospitalidade começa com uma dádiva”.

A definição de Dádiva segundo Marcel Mauss (*apud* GODBOUT, 1998), é referente à formação do vínculo social. Não está ligada a questões mercadológicas nem a questões de interesse pessoal. A Dádiva se faz presente não só entre familiares e amigos, mas também entre desconhecidos, por meio de gestos de doação espontânea, por exemplo.

A Dádiva é algo realizado por prazer, satisfação e que a sua retribuição nesse mecanismo vem de maneira natural, sem as imposições dos sistemas de mercado ou de regras sociais. Sua espontaneidade, segundo Godbout (1998), é fruto de aprendizagem voluntária. O homem aprende com as experiências e construções de laços sociais. Dentro dessa concepção, o sistema da Dádiva é baseado em leis não escritas.

Para Camargo (2004), baseado em um estudo de Marcel Mauss sobre sociologia e antropologia, a hospitalidade é um ritual básico que caracteriza o vínculo humano, um conjunto de leis escritas que regem e regulam um ritual social e que vem sendo praticada desde os primórdios da civilização.

A origem da hospitalidade remete também à época do homem pré-histórico que, em suas caminhadas em busca de comida, passou a se organizar em grupos para ter êxito nas caçadas.

Para Franco (2001), a tendência de compartilhar alimento, embutida na ideia básica de hospitalidade, se originou a partir do momento em que o homem desenvolveu a capacidade de abater grandes presas. Desse modo, com grande quantidade de comida e desconhecendo outros modos de conservação, além da cocção, via-se obrigado a compartilhar o alimento com outros caçadores e suas respectivas famílias. Com isso, a hospitalidade à mesa teria surgido. O ato de “comer junto”, segundo o autor gerou atos de sociabilidade, que se multiplicaram em outras ações como a de organização, cooperação e obtenção de abrigo. Para Castelli, (2005.

p.16), “[...] repartir a comida, a bebida e o espaço é praticar, pois, o ato da hospitalidade, um dos fundamentos da condição humana”.

O alimento é elemento fundamental na consolidação do vínculo entre pessoas. O ato de comer junto é a manifestação da cordialidade, que aproxima as pessoas. O sentar à mesa pode ter muitos significados, entre eles o de celebração e socialização (FRANCO, 2001).

A hospitalidade, no entanto, não se restringe somente à relação de troca, reciprocidade, sua essência maior. Lashley e Morrison (2004), a define em diferentes domínios: o social, privado e o comercial, que se conectam, porém cada um, com uma peculiaridade.

No domínio social, a hospitalidade é considerada como cenário social, fruto da geração de necessidades, forças sociais, produção e consumo de alimentos, bebidas e acomodação. Assim, ao considerar uma determinada cultura, povo ou período histórico, podem-se traçar as reais necessidades, grau de importância, na reprodução e no reforço de relacionamentos sociais de diferentes *status*. Esse aspecto trata essencialmente da oferta de acomodação, alimentos e bebidas e sua relação com a sociedade nas mais diferentes culturas. (LASHLEY e MORRISON, 2004).

Sob esse aspecto é possível observar as variadas ideias do que vem a ser a hospitalidade em determinadas civilizações. Nas sociedades pré-industriais, por exemplo, a hospitalidade tem uma posição muito central a respeito de valores, ou seja, “É uma forma privada de comportamento exercida como uma questão de gosto pessoal, dentro de um limitado círculo de amizade e relação” (HEAL, 1990, *apud* LASHLEY e MORRISON, 2004 p.1). Nas sociedades pré-industriais, e em períodos históricos anteriores a sociedades ocidentais desenvolvidas, essa relação é vista como o dever do acolhimento de pessoas, uma imposição moral. A hospitalidade sob a perspectiva social relaciona-se a uma maior ou menor disposição para receber, que pode ser voluntária ou involuntária. (LASHLEY e MORRISON, 2004).

Dentro da perspectiva social, a hospitalidade ganha um *status* não só de dever, mas também de proteção e de solidariedade. Ainda segundo Heal (1990, *apud* LASHLEY e MORRISON, 2004, p.9), a distribuição de alimentos e bebidas para os vizinhos e pobres ajudava a construir a coesão social, reforçando os relacionamentos entre os diferentes grupos sociais.

O contexto sociocultural tem sua parcela de valor dentro do contexto hospitaleiro. Características e particularidades de um povo, sua cultura e componentes étnicos, são o reflexo da forma de atender e de prestar serviço a outras pessoas.

As características peculiares da hospitalidade brasileira, por exemplo, podem ser traduzidas na figura do cidadão. Segundo Holanda (1994, p. 146):

Já disse, numa expressão feliz, que a contribuição brasileira para a civilização será a cordialidade - daremos ao mundo a 'homem cordial'. A lhaneza no trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam, com efeito, um traço definido do caráter brasileiro, na medida, ao menos, em que permanece ativa e fecunda a influência ancestral dos padrões de convívio humano, informados no meio rural e patriarcal. Seria engano supor que essas virtudes possam significar boas maneiras, civilidade. São antes de tudo, expressões legítimas de um fundo emotivo extremamente rico e transbordante. (HOLANDA, 1994 p.146).

A influência do espírito hospitaleiro português, com a tradição de albergarias e hospedarias, espírito dominador e empreendedor, a presença da religião cristã, o processo de escravidão, os negros e os índios com suas danças e cultura, trouxeram costumes que hoje fazem parte da cultura do Brasil, do cotidiano de um povo, com sua riqueza de detalhes e particularidades. (HOLANDA, 1994).

A hospitalidade no domínio privado está relacionada ao “lar”, a relação entre anfitrião e hóspede. Aqui é buscada convivência familiar como forma de hospitalidade, um caminho para o aprendizado social, de interação, regras estabelecidas, satisfação de necessidades coletivas e de *status*. Dentro desse papel Godbout (1998), trabalha com a ideia que na esfera doméstica a família é a essência da manifestação da Dádiva. O ato de receber forma laços importantes ocasionando no bem-estar não só do hóspede, mas também do anfitrião. (LASHLEY e MORRISON, 2004).

Em seu caráter doméstico, as relações pessoais e sociais se mesclam. Para Bueno, Salles e Bastos (2010, p.2).

No seio da família, o acolhimento, a forma de hospitalidade estarão relacionadas com o lugar que o indivíduo ocupa no grupo familiar e as formas de acolhimento obedecerão a um complexo ritual visando a coesão do grupo, o fortalecimento dos vínculos, do compromisso e pertencimento na medida em que as relações se reforçam ao longo do tempo, no âmbito das relações familiares.

Dentro do domínio comercial, a hospitalidade liga-se essencialmente à oferta enquanto atividade econômica, englobando o setor público e privado. Nesse aspecto a hospitalidade existe para um fim comercial e não como caridade, valor. A oferta da hospitalidade comercial baseia-se na oferta e procura, tendo como pano de fundo a comercialização de serviços e produtos com base na troca monetária, onde se insere a hospitalidade profissional que, segundo Cruz (2002), volta-se fundamentalmente aos serviços criados para atender visitantes, que envolve interação, benefícios, aspectos tangíveis e intangíveis, além do conforto psicológico e fisiológico.

A hospitalidade comercial permite uma maior liberdade de ação, uma vez que, ao comprar o serviço o hóspede pode usufruí-lo sem ter a obrigação de retribuir o serviço ao hospedeiro, tratando somente das exigências que demandam o relacionamento mercadológico: o pagamento da conta (LASHLEY e MORRISON, 2004).

Ainda nessa concepção, pode-se citar a relação entre as trocas humanas e mercadológicas suscitadas na hospitalidade. Para Dencker, (2004), a relação comercial traz um caráter de eficiência, marcado pelo estabelecimento do custo benefício, porém é importante ressaltar que embora as práticas de mercado deteriorem as relações pessoais, já que a questão monetária é a base da troca, fica difícil se desvincular da Dádiva, uma vez que o ser humano é dotado de emoções e a criação de laços se estabelece, pois, há interação entre pessoas.

Godbout (1998), evidencia a complexidade desse sistema de Dádiva, ao criar analogias, como a do espetáculo comercializado. Nesse exemplo, embora a questão do comércio esteja evidente, a plateia ao se manifestar calorosamente para além do “combinado financeiramente”, traz à tona à espontaneidade, fazendo com que o artista os retribua com um “bis”. Ou seja, a relação se manifesta naturalmente, sem que haja qualquer mecanismo relacionado à troca monetária ou a regras institucionalizadas.

A hospitalidade comercial nesse cenário é uma garantia da qualidade dessas relações estabelecidas entre parceiros e clientes. A estratégia em si, não é sinônimo de sucesso sem que sua aplicabilidade seja pautada na boa convivência. Os preceitos da hospitalidade são parte desse ciclo, que fortalecem as relações sociais, por meio de trocas sejam monetárias ou não.

Para Lashley e Morrison (2004 p. 19).

[...] a oferta da hospitalidade comercial depende da reciprocidade com base na troca monetária e dos limites da concessão de satisfação dos hóspedes que, no fim, causam impacto sobre a natureza da conduta hospitaleira e da experiência da hospitalidade.

Embora o interesse monetário esteja implícito nessa relação de troca e fique difícil distinguir o que é genuíno do que pode ser “encenado”, para Elizabeth Telfer (2004), a hospitalidade no contexto comercial pode existir, pois aquele que a oferta assume e se preocupa com as reais necessidades daquele que a recebe, ao se colocar no lugar do outro passa a tratá-lo sob nova perspectiva.

[...] dizer que não se pode considerar que um hospedeiro comercial se comporta com hospitalidade só pelo fato de ele ser pago por seu trabalho é o mesmo que dizer que não se pode considerar que um médico se comporta com compaixão porque ele é pago pelo serviço que presta (TELFER, 2004, p. 59).

Para Lashley e Morrison, (2004), é no domínio social da hospitalidade, que suas atividades se inserem, por isso, compreender o contexto social e cultural em que estas ocorrem torna-se imprescindível para perceber suas particularidades.

Fato é que a hospitalidade se faz presente na vida cotidiana. Por meio de compromissos sociais ou práticas espontâneas, ela se insere e reforça laços de convivialidade, assume papéis distintos em diferentes contextos. Como uma dimensão da Dádiva, a hospitalidade relaciona-se também com o espaço voltada não só à categoria turística (hospitalidade comercial) mas também à relação com o urbano. (BUENO, SALLES e BASTOS, 2010).

Camargo (2004) reitera esse diálogo com o urbanismo ao mencionar que “A forma de inserção espacial preferida dos seres humanos é a cidade e é lá que se processam e se criam estilos de hospitalidade” (CAMARGO, 2004, p. 82).

1.2 Hospitalidade Urbana.

Essa seção acerca da hospitalidade em sua dimensão urbana tem como finalidade trazer algumas discussões em relação às transformações dos espaços urbanos, propiciados pelo desenvolvimento econômico, que instituíram novas demandas e novas formas de

relacionamento. Para tanto, a temática trabalha mais à frente como pano de fundo, o bairro do Tatuapé, objeto de estudo, que vem sofrendo transformações significativas em termos urbanísticos. Assim o principal objetivo é relatar brevemente alguns aspectos da hospitalidade e de que forma ela é exercida.

Como ponto de partida, esse texto tem como base, conceitos sobre hospitalidade em sua dimensão urbana, que trabalha a temática da hospitalidade na cidade fundamentada em três aspectos: Acessibilidade, Legibilidade e Identidade, considerados elementos básicos na estruturação da chamada hospitalidade urbana (GRINOVER, 2006).

Partindo desses conceitos, associa-se a interpretação, uma tentativa de compreender as modificações constantes do bairro citado dentro desses fundamentos e como a hospitalidade permeia essas alterações.

A hospitalidade é uma troca realizada entre pessoas. Por isso ao falar de hospitalidade nos espaços urbanos é importante compreender que o espaço só se torna hospitaleiro na medida em que há a interação social e reciprocidade para com o outro. Sendo assim, pode-se dizer que os chamados espaços urbanos “hospitaleiros” são lugares em que a prática da hospitalidade na cidade se consolida. (GRINOVER, 2002).

O fenômeno da hospitalidade pode ser entendido de diversas maneiras, seja referente à “indústria da hospitalidade”, com seus serviços e produtos, seja relacionado à interação entre pessoas, a criação de laços sociais. Porém, sua essência consiste na troca e demanda um estudo de um complexo contexto sociocultural, a partir do momento que se criam ou implementam relações já estabelecidas (GRINOVER, 2002).

Fato é que as práticas de acolhimento e civilidade estão também fortemente ligadas ao lugar. As cidades são estruturas que têm por objetivo acolher pessoas. A hospitalidade é o conjunto não só de serviços, voltados ao segmento do turismo e hotelaria na cidade. É um sistema maior de estruturas, com o objetivo de acolher pessoas e deixar que essas usufruam a composição da cidade, assim como seus moradores. (GRINOVER, 2009).

Segundo Godbout, (1998) “[...] a hospitalidade é um dom do espaço” e por esse motivo, as cidades que oferecem informações e que procuram se identificar, que têm seus espaços públicos organizados, como praças, parques, ruas, avenidas etc., estão inseridas dentro de um mecanismo de hospitalidade. Nas cidades adequadamente identificadas, o visitante sente-se acolhido, bem recebido.

Toda cidade é dotada de igrejas, edifícios, praças, teatros com estilos particulares cuja representatividade é o reflexo daqueles que a habitam. Essas particularidades são tão importantes quanto o idioma falado, são a identidade de um local, uma marca registrada. (GRINOVER, 2007).

Para Grinover (2007), os serviços e espaços públicos utilizados adequadamente contribuem amplamente para a criação de uma imagem hospitaleira da cidade, favorecendo assim, práticas sociais e culturais. A cidade deve ser um espaço voltado à vivência e convivência e para isso mudanças nos setores habitacionais, ambientais, de transporte, recuperação de estruturas degradadas, entre outros são condições primordiais para estabelecer a hospitalidade, que não se restringe somente à chamada “indústria da hospitalidade”, mas sim às relações e aos benefícios gerados de uso, acesso e identidade para com seus habitantes e visitantes. Dessa forma, os espaços da cidade devem ser uma extensão desse acolhimento, ou seja, aquele que o habita ou a visita deve se “sentir em casa”. (GRINOVER, 2007)

O bairro Parisiense de Belleville, é um exemplo visível de como o espaço se insere no contexto hospitaleiro, ao permitir a convivência pacífica entre inúmeras etnias em um mesmo local, tendo como fio condutor da hospitalidade o comércio étnico, que retrata a região como um lugar não só de memória, já que é símbolo da resistência operária de Paris, mas de convivência. (GOMES, 2002).

O espaço físico seja ele natural, artificial, rural ou urbano é um componente de grande importância para a consolidação da hospitalidade. Os espaços físicos disponibilizados por uma cidade, como parques, praças, jardins, tratamento paisagístico, além dos atributos de infraestrutura, por exemplo, a faz mais ou menos hospitaleira (CASTELLI, 2005). Pode-se dizer que a qualidade do espaço é fator importante nesse processo.

As cidades, principalmente de grande porte, são organismos vivos porque incorporam a cultura e a história de uma civilização, e se modificam com as transformações sociais, culturais e históricas.

No processo de consolidação do sistema capitalista, as cidades passaram por significativas transformações cujas principais causas, segundo o geógrafo francês Jean Gottmann (GOTTMANN e HARPER, 1990), associam-se a dois fatores: as mudanças socioeconômicas, representadas pela divisão do trabalho e as transformações tecnológicas, que contribuem para melhoria da produtividade e do gerenciamento de atividades.

Lúcio Grinover, em seu artigo denominado “A Hospitalidade e as Transformações Urbanas” apresentado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação no ano de 2008, e no artigo “A Hospitalidade na Perspectiva do Espaço Urbano”, publicado na Revista Hospitalidade no ano de 2009, reformula tais conceitos buscando óticas mais complexas de compreensão do espaço da cidade e das interações vinculadas a esses lugares.

O autor refere-se ao tema como dinâmico, como de fato é, e aborda as transformações urbanas, analisadas sob um prisma mais atual, baseado nas intensas modificações da sociedade. Ao citar Alain Montandon, Grinover (2008), retoma o fundamento que de a cidade deve ser um lugar onde se pratica a hospitalidade, que permite o encontro com o outro, o acolhe e mostra sua cultura e história, por meio da infraestrutura e dos símbolos que a urbe oferece sejam eles públicos ou privados. De La Haba; Santamaría (2004, *apud*, GRINOVER, 2008), passa a colocar a hospitalidade urbana sob novo prisma: de que não há espaços hospitaleiros, mas locais em que há usos e ocupações hospitaleiras dos espaços.

Parte importante nesse conjunto é também a questão dos símbolos urbanos que, se envoltos na perspectiva da identidade e legibilidade, trazem como essência os códigos da prática social, que englobam hábitos cotidianos, culturais, históricos e lugares de convivência, que formam espaços de pertencimento e memória. As diferentes identidades são moldadas em diversas culturas e realidades, permitindo assim distintas leituras da cidade.

Para Grinover (2008, p. 5 e 6):

A pessoa escolhe lugares, estilos, imagens, códigos e os combina devido à própria experiência pessoal. Transferido esse conceito à hospitalidade, verifica-se que ela segue os comportamentos urbanos e fragmenta-se em tantas hospitalidades quantos são os códigos, as imagens e as experiências urbanas. Essa constatação fragmenta o conceito de hospitalidade clássica e subverte o sistema já consolidado. Novas hospitalidades vêm preencher os espaços urbanos, e tornar mais difícil ainda, a apreensão da totalidade da cidade. Há inúmeras ilhas de hospitalidade construindo o mosaico urbano. O lugar da cidade que se conseguiu fazer “próprio”, habitando-o, exprime uma combinação de poder de compra, um capital cultural com suas competências e gostos, um capital social, consideradas as relações interpessoais, grupos de pertencimento etc.

Tomando ainda essa revisão conceitual, Grinover (2008), discute as ferramentas de acessibilidade de forma mais incisiva. Para ele, a mobilidade, não se refere somente ao deslocamento, mas sim a um conjunto de elementos, formados por pessoas, bens e

informações, sendo atualmente parte de um processo de modificação geográfica que se dissemina pela cidade.

A acessibilidade está ligada diretamente às possibilidades de acesso dos cidadãos. Para Grinover (2007), esse aspecto deve proporcionar não só o acesso a serviços e atividades que estão presentes na cidade, mas também, estabelecer a igualdade de oportunidades aos usuários urbanos. A chamada acessibilidade física tangível é um dos aspectos mais significativos, pois engloba não só o sistema de transportes e infraestrutura viária, (que compreendem conceitos de distância, tempo e velocidade), como também a localização de espaços, serviços urbanos, como por exemplo, instalação de rede de água, esgoto, acesso à educação, saúde, segurança, trabalho e lazer. Grinover (2007), menciona também a acessibilidade virtual, intangível, relacionada à cultura, informação e lazer. Aqui o papel da cidadania torna-se peça principal de aproximação e interação social entre os habitantes.

Grinover (2008, p 8.) ainda destaca que:

Hoje, deslocar-se tornou-se indispensável para ter acesso à maioria dos bens, dos serviços e das relações sociais. A possibilidade de se movimentar, condiciona o acesso à habitação, ao trabalho, à educação, à cultura, etc. Dessa forma as mobilidades tomam uma importância e uma significação nova e dão ao direito de movimento um papel maior, pois não é um simples direito em se deslocar de um ponto para outro, mas é também um direito às qualidades dos lugares e aos tempos dos transportes, pois esses ocupam um lugar importante na vida cotidiana.

A legibilidade refere-se à leitura seja visualmente ou significativamente da cidade feita por seus habitantes. É pela legibilidade que a cidade é conhecida, seja por seus aspectos modernistas, históricos, geográficos, ambientais, arquitetônicos, culturais entre outros. A cidade de Barcelona, na Espanha, por exemplo, é conhecida por sua modernidade, já a cidade de Baltimore, nos Estados Unidos da América, por sua diversidade étnica etc. (MORENO, 2002).

Neste complexo emaranhado urbano, a escala da cidade passa a ser vista sob diferentes perspectivas, em seus conglomerados que modificam espaços e acarretam novas experiências. Considerando a questão da legibilidade, tomada como a organização de lugares públicos e ordenamento da paisagem, podem-se observar as constantes intervenções no cenário urbano, que classifica a cidade nas chamadas “leis de zoneamento”, em uma tentativa de coordenar e

planejar regiões em favor de melhorias. Porém o que se verifica, muitas vezes é o não cumprimento desse planejamento, acarretando assim, desordens no conjunto urbano.

Ao mesmo tempo em que a urbanização intensa propicia o surgimento de conurbações, que para Grinover, (2008, p. 7) “[...] são tecidos urbanos soltos”, implementa também a diversidade cultural e experiências distintas, que permitem interações entre pessoas, permeadas pela figura da hospitalidade. Para o autor, lugares que promovem experiências positivas, passam a ter significado. Os espaços públicos, por sua vez, devem ser espaços de pertencimento e interação social, não somente elementos funcionais existentes, ou seja, para Godbout, (1998), a hospitalidade relaciona-se diretamente ao espaço, seja voltado à estética, à historicidade, ou até mesmo à superfície.

As identidades culturais são retalhos, mesclas de componentes tradicionais e globais, gerando “culturas híbridas”. Em contrapartida, esse sistema passa a trilhar outro caminho fazendo com que a retomada de singularidades, do “local”, da personalidade e da tradição sejam valorizadas (GRINOVER, 2007 pp.148-150).

A cidade vista como uma construção do espaço traz em seus elementos de identidade atributos associados à sua história. As pessoas que nela habitam por sua vez são integrantes desse cenário em contínua modificação. A legibilidade então, é um componente segundo Lynch, (1999), não só atribuído à qualidade visual, mas atrelado também à percepção que seus habitantes possuem desse local. A imagem do ambiente tem significados que podem ser positivos ou não, desenvolvidos em virtude do elo criado com cada cidadão. Dessa forma, dependendo do local e do contexto em que se está inserido, as influências são distintas. Embora a constituição espacial de uma praça, por exemplo, seja semelhante em todas as cidades, com árvores, bancos e jardins, adquire significados distintos a cada contexto em que está inserida.

Esses espaços, segundo Lynch (1999), são parte de um mecanismo associado à imagem da cidade e que se relaciona diretamente às experiências vividas e às sensações, criando vínculos emocionais. “Conhecer seu lugar é se sentir seguro em relação a ele”. (LYNCH, 1999, p.5). Esse vínculo emocional está ligado à imagem ambiental composta pelo indivíduo, formada pela identidade, estrutura e significado que aquele local tem para o sujeito que nele habita. O espaço físico seja ele natural, artificial, rural ou urbano é um componente de grande importância para a consolidação da hospitalidade. Para o geógrafo Guy Di Méo

(1996, *apud* GRINOVER, 2006), o espaço é aquele que reúne não só as relações sociais, mas também os valores psicológicos percebidos, afinal o espaço deve ser vivenciado.

Essa projeção incorpora valores emocionais, que segundo Bastos (2012), são desenvolvidos em cenários em que as práticas de hospitalidade são exercidas. Na relação visitante-hóspede, o anfitrião compartilha suas experiências que ganham sentido para o visitante, ao enxergar sob nova perspectiva nuances que antes não haviam sido vivenciadas. Ao ativar esses espaços o morador se sente à vontade, pois conhece seu lugar e interage com os mais diversos elementos presentes no contexto. Assim, ainda para Bastos, (2012), o território é parte das experiências de seus moradores no qual são atribuídos sensações e significados, trazendo a identidade àquele local. Por conseguinte, a hospitalidade no âmbito urbano consolida-se como um retrato de pertencimento, identificação e materialização das relações sociais.

Para Dias (2002), a cidade em sua construção passa por modificações que se voltam a funções distintas. O homem modifica e adapta espaços em subconjuntos que se conectam, formando sistemas. A autora ainda constata que a cidade é fonte de enraizamento espacial, ou seja, os indivíduos criam vínculos com os espaços em que vivem.

Esses vínculos são também parte do mecanismo de percepção do entorno. Kevin Lynch (1999), evidencia como a cidade é percebida pelos seus moradores baseado em um estudo empregado em três cidades norte-americanas. Para Lynch, (1999), a principal conclusão é que a imagem estruturada da cidade pode ser agrupada em cinco tipos: bairros, caminhos, limites, pontos nodais e marcos. Essas categorias são classificadas de acordo com a vivência de cada um, portanto parte de experiências, recordações e da relação que fazem com o entorno, proporcionando associações específicas com cada elemento da cidade.

Outro papel exercido pela hospitalidade no âmbito urbano refere-se segundo Lugosi, (2011), ao bem-estar em grupo. Ambientes públicos compartilhados, como parques, praças, jardins, e estabelecimentos comerciais (restaurantes e padarias, por exemplo), oferecem em seu contexto formas de reforçar amizades e laços familiares, trazendo o senso de identidade coletiva.

Muito da identidade coletiva manifestada é exercida pela noção de localidade, que qualifica as relações sociais. Para Carneiro (1997), o sentido de localidade está fortemente associado à consolidação da identidade de um grupo. Quanto mais forte essa identidade, mais forte o sentimento de pertencimento de um determinado local.

Carneiro (1997, p. 63), ainda cita:

Para tal, supõe-se que a lógica de existência do grupo se sustente em um conjunto de valores tidos como identitários e que serve para distingui-los dos demais. É na possibilidade de se estabelecerem relações de alteridade como os “de fora” que reside a capacidade do grupo de definir a sua identidade sustentada no pertencimento a uma localidade.

Pertencer significa fazer parte dessa estrutura urbana local, na qual a identidade é representada por um conjunto de fatores tais como história, costumes, aspectos arquitetônicos, que remetem a algo familiar, conhecido. (YÁZIGI, 2001). Essa estrutura local conhecida, torna-se um espaço de trocas, um espaço socializado. (GRINOVER, 2009).

Observa-se, também aqui, a ideia de pertencimento como uma dimensão da Hospitalidade. A ideia de *pertença*, (In: MONTANDON, 2011), pode ser observada associada, por exemplo, ao acolhimento dado aos imigrantes (p.1050); a comensalidade à mesa (p.1213); à domesticação da Natureza (p. 1240), etc. O “pertencer” sugere domínio, segurança, partilha de uma identidade ao território.

1.3 Fronteiras imaginárias de pertencimento, realidades cotidianas vivenciadas.

O objetivo nessa seção é trazer conceitos e discussões acerca do espaço urbano, suas características e seus diferentes contextos resultantes das transformações que esses espaços vêm sofrendo em virtude de mudanças sociais, econômicas e urbanas.

O espaço urbano, ou observado nessa pesquisa como o espaço de “pertença”, atualmente passa por modificações constantes. Com o aumento populacional, desenvolvimento econômico, as cidades se tornaram pontos de convergência entre economias. Nessa infraestrutura se observa novas formas de utilização desse espaço permeadas por interações entre pessoas, lugares e objetos.

Esse espaço, fruto de interações particulares entre objetos e relações, para Lefebvre (1992, *apud* GIRARDI, 2006, p.26), é denominado espaço social, ou seja, “o espaço (social) é um produto (social)”. Este espaço social compreende as relações sociais que agrupa coisas produzidas e permite ações de produção e consumo.

Ao considerar frações de espaços pode-se chegar ao conceito de fronteira, que se refere ao encerramento de um espaço, delimitação de um território, fixação de uma superfície. “Em suma é um marco que limita, separa e que aponta sentidos socializados de reconhecimento”. (PESAVENTO, 2002, p. 36).

Essas ações de produção, consumo e reconhecimento em locais determinados podem delimitar mesmo que de maneira involuntária, a criação de “fronteiras imaginárias de pertencimento”. Não sair de “seu território” para satisfazer suas mais diversas necessidades, é parte desse mecanismo de delimitação inconsciente. No espaço urbano, grupos semelhantes se agregam e se organizam tomando posse do lugar, personalizando-o.

A transformação urbanística influencia as relações. As atividades instaladas e a formas de ocupação de um determinado local muitas vezes determinam o tipo de relação com sua vizinhança, ou seja, residências atraem residências, comércio atrai comércio e indústria atrai indústria em seu perímetro, trazendo benefícios mútuos. (CASTELLS, 2007).

As fronteiras simbólicas, são reflexo desse pertencimento local e a cidade por sua vez, em constante mudança, reconstrói seu espaço urbano formando novas centralidades, (FRUGOLI, 2000), isto é, novos nichos de desenvolvimento econômico, que alteram perfis de regiões e ocasionam novas necessidades. A região da Avenida Luiz Carlos Berrini, na zona sul da cidade de São Paulo, por exemplo, é uma demonstração dessa transformação urbana e também social, uma vez que, trouxe modificações intensas no entorno. Essas novas formas urbanas, em meio a nova demanda socioeconômica, surgem atreladas ao desenvolvimento do setor terciário, propiciando assim novos polos, novas centralidades (FRUGOLI, 2000). O bairro do Brás, por exemplo, foi na década de 1940 um centro polarizado da zona leste, que já contava com uma extensa gama de serviços e comércio. Tinha seu próprio teatro, cinemas, grandes lojas, restaurantes e cantinas. (VILLAÇA, 2001).

O bairro do Tatuapé atualmente vive transformação semelhante, com o loteamento das antigas chácaras para a construção de condomínios residenciais de médio e alto padrão e o consequente aparecimento de serviços ligados, sobretudo ao comércio, lazer e entretenimento, o bairro passa a ser uma nova “centralidade” da zona leste da capital.

Essas novas centralidades produzidas pela reestruturação urbana, decorrente da reestruturação produtiva, criam novas dinâmicas tanto econômicas quanto espaciais, pois modificam o entorno, redefinindo funções. A reestruturação comercial por exemplo,

acentuou-se após a Segunda Guerra Mundial, com o estabelecimento de novas áreas comerciais ligada ao crescimento das cidades. (ALVES, 2011).

Para Villaça (2001, p. 327), a reestruturação urbana consiste, “[...] enquanto um todo articulado de partes que se relacionam, no qual alterações em uma parte, ou em uma relação, acarretam alterações nas demais partes e relações”.

Em virtude desse mecanismo, a concentração de funções passou de um só lugar, a padrões policêntricos, com núcleos disseminados, que se instalam em áreas não centrais e condiciona-se a uma série de fatores, tais como a acessibilidade, à convergência de comércio e serviços e à condição socioeconômica da população. (ALVES, 2011). Além disso, esses núcleos se caracterizam pelo alto grau de verticalização e convergência de atividades. (VILLAÇA, 2001).

Por outro lado, essas modificações ao mesmo tempo em que incrementam atividades econômicas, para Yázigi, (2001), fazem do lugar um padrão, isto é, apresentam semelhanças provenientes da globalização que tendem a uniformizar grandes cidades, dotadas de construções semelhantes, com grandes arranha-céus espelhados e amplo setor de serviços, por exemplo. A busca pela alma do lugar, citada pelo autor é o resgate da valorização das características próprias de cada local, com suas peculiaridades e necessidades.

Nesse contexto, a questão da hospitalidade passa por transformações relacionadas a novas realidades geradas ao processo de urbanização. Com a expansão do território, a capital paulista produziu uma diversidade entre regiões gerando o desenvolvimento de centros de serviços e comércio. (LENCIONI, 2004).

Ainda dentro desse conjunto urbano, considerando as transformações pelas quais o bairro vem passando, o aumento populacional é evidente e se dá principalmente em consequência da transformação do espaço urbano, em que casas de vilas e antigos galpões de fábricas dão lugar a prédios residenciais e comerciais de alto padrão, modificando assim a estrutura do bairro, que passa a contar com novos perfis de moradores e passantes.

Esse novo perfil passa a reorganizar novos espaços de socialização agregando grupos semelhantes. A diversidade propiciada com as mudanças gera também novas relações com o espaço construído. Para Pellegrino, (1989, *apud* MOREIRA, 1999), o homem constrói relações de apropriação, fruição e percepção visual desse espaço urbano atribuindo significado a essa paisagem.

Para Grinover (2002), o espaço que possui significado, torna-se lugar. Na cidade contemporânea, com a velocidade das modificações urbanas, o espaço passa a ser interpretado de acordo com a cultura de cada um. Dessa forma, surgem núcleos distintos de hospitalidade relacionados aos mais diversos aspectos de convivência. Assim, os espaços caracterizam-se pela identidade e pela memória do relacionamento.

1.4 Cidade e urbano.

Na discussão acerca da hospitalidade urbana, há distinções entre o conceito de cidade e urbano. Para tanto, cabe aqui uma breve distinção desses termos que apesar de diferentes estão interligados.

Para Lencioni (2008, p.115), a cidade é “um produto social que se insere no âmbito da “relação do homem com o meio””, independentemente de sua dimensão, a cidade é o local em que se estabelecem aglomerações duráveis, ou seja, onde observa-se o fenômeno da sedentarização. Limonad, (1991, p.113), trabalha a cidade como “a manifestação material da urbanização, do processo de tornar urbano, por meio da ação dos homens, o que não era urbano”. Ainda para a autora, a cidade implica na existência de relações sociais, culturais, equipamentos, fluxos e de instituições político administrativas. Rolnik, (1988), define a cidade como um espaço marcado pela aglomeração humana, organizada em ruas e com a presença de atividades não agrícolas.

As cidades foram importantes núcleos de atividades políticas e comerciais, que serviram de sede às trocas comerciais de mercadorias vindas do campo, que posteriormente originaram relações socioespaciais, em que a economia, a política e aspectos culturais passaram a ser destaques. Com o fim do feudalismo, por exemplo, as cidades (burgos), foram importantes elementos de transição para o sistema capitalista, que voltadas às atividades comerciais, passaram a se expandir. No capitalismo marcado pela fase industrial, as cidades consolidaram seu domínio sobre o campo e passaram a comandar a nova fase da economia em escala mundial. (NASCIMENTO, 2011).

Carlos, (2003), associa o nascimento das cidades à necessidade humana de romper o isolamento. Ao se organizarem em grupos, passaram a construir relações de trabalho de cooperação. Essa organização social, para Lefebvre (1999), é a essência desses espaços em constante transformação.

O urbano, nasce de um processo iniciado na cidade que transforma áreas adjacentes. Lefebvre (1999), aborda o urbano como uma ramificação da sociedade, relacionado ao processo de industrialização, de transformação da cidade. Para ele, esse modelo de produção capitalista é o grande responsável pelas modificações do espaço social. Castells (2000), também compartilha dessa visão, vinculando seu surgimento ao advento da sociedade capitalista e do capital industrial.

Santos (2012), ainda tomando como base os conceitos de Lefebvre, (1999), explicita o urbano, como um processo que não se limita à cidade, mas de uma relação socioespacial, em que a cidade passou a concentrar atividades comerciais e de trabalho.

É bom desde já esclarecer que essa inflexão nunca significou o total enfraquecimento do campo diante de sua situação de subordinação à cidade. Essa relação subordinação-dominação, como se sabe, sempre foi muito mais uma relação de interdependência do que de anulação um do outro, pois a cidade sempre necessitou do campo para além de manter sua dominação, manter também sua própria reprodução. O campo, por sua vez, sempre abasteceu a cidade e ao mesmo tempo teve naquele lugar o meio de escoamento dos excedentes de sua produção e provimento dos bens e serviços muitas vezes necessários à sua reprodução. Mas o que há de mais importante a se destacar nesse primeiro momento, de desenvolvimento das relações mercantis, é que a cidade passa a se direcionar à formação do urbano, pois é nos burgos, nas praças de mercado, nos entrecruzamentos das rotas comerciais que começam a se propagar um novo modelo de relações socioespaciais, relações essas que tinham a economia como motor, mas se desdobravam e se influenciavam mutuamente a aspectos culturais e políticos específicos. (SANTOS, 2012, p.63).

Corrêa, (1995), refere-se ao espaço urbano, como o espaço da cidade, que condiciona, fragmenta e reflete as relações sociais e de produção. Souza (1993), menciona os chamados lugares da urbanização, e revela que ser urbano não implica fundamentalmente viver no espaço físico da cidade, uma vez que, o fenômeno de urbanização vai muito além das fronteiras. Há uma transcendência local, já que inúmeros recursos e serviços, como a telefonia e internet, por exemplo ultrapassam as aglomerações urbanas. O urbano, então passa a ser um processo ligado não só ao crescimento das cidades, mas também um processo que exerce influência em áreas adjacentes.

Essa transformação propiciada pelo urbano, incorpora o conceito de urbanidade, termo que surgiu no campo da arquitetura ao longo da metade do século XX, na busca de incorporar

elementos integradores entre os espaços e as pessoas. A urbanidade tem também em seus elementos a mescla de traços da vida cotidiana, com a interação entre pessoas. (AGUIAR e NETTO, 2012).

Havendo urbanidade, há naturalmente pessoas. No entanto, a urbanidade, essa condição, essa característica, é própria da cidade, da forma– e não das pessoas. A urbanidade é um tipo de espacialidade. Entenda-se espacialidade como uma relação entre espaço e pessoas. (AGUIAR e NETTO 2012, p. 77).

A urbanidade, para Scheliga e Whitaker (2012, p.3) é:

O urbano e as formas arquitetônicas se relacionam com as pessoas e formam a qualidade urbana de um lugar, a urbanidade. As relações entre urbano, edificações e pessoas resultam na apropriação do espaço público e suas qualidades.

Pode-se dizer que a urbanidade tem relação direta com as pessoas que habitam determinado local;

Por seu poder evocativo quanto a qualidades e dimensões do urbano por se tratar de um dos aspectos mais abrangentes da condição da vida urbana, ou pela multidimensionalidade do urbano em si, tal propriedade parece convidar à construção de conceitos que correspondam ao que reconhecemos na cidade [...]. (AGUIAR e NETTO, 2012, p. 13).

A urbanidade é inicialmente proposta como uma relação reconhecidamente virtuosa entre pessoas, no meio urbano [...] (AGUIAR e NETTO, 2012, p.24).

A urbanidade associa-se também aos locais de hospitalidade, que para Baptista (2002), são lugares que possibilitam a interação com o outro e com o próprio espaço, em que há o compartilhamento de “uma cultura urbana, fundada em valores coletivos” (GRINOVER, 2013, p.20). Essa partilha, refere-se também à civilidade, cortesia, hospitalidade. A urbanidade então passa a ser mais um parâmetro na avaliação e na apropriação desses espaços nas cidades.

O conceito de urbanidade aqui focalizado se refere ao modo como espaços da cidade *acolhem* as pessoas. Espaços com urbanidade são espaços hospitaleiros. O oposto são os espaços inóspitos ou, se quisermos, de baixa

urbanidade. Vivemos em cidades onde o espaço público é cada vez mais inóspito, marcado por grades nas fachadas de prédios, extensos muros contornando introvertidos condomínios, *mega shopping centers* e estacionamentos e, a pior parte, as áridas *freeways* urbanas. Essa parece ser cada vez mais, nas mais diversas culturas, a urbanidade da classe média. (AGUIAR e NETTO, 2012, p. 61).

Kevin Lynch, (1999) trabalha aspectos da urbanidade com o seu olhar da cidade. Para ele o urbano é visto como um conjunto de partes móveis (pessoas e atividades) e as partes físicas (construções, espaços públicos), que formam a cena urbana. A clareza própria dos espaços da cidade, ganha uma escala de gradação de legibilidade. Quanto mais o habitante conhece seus espaços, mais legível é a cidade, mais familiar.

Atualmente com o crescimento desordenado das cidades, o aumento da violência entre outros fatores, faz com que muitos se “enclausurem” em espaços fechados, como condomínios e shoppings centers, por exemplo, (AGUIAR e NETTO, 2012). Esses novos espaços de circulação, proporcionam novas formas de convivência nas cidades fazendo com que as relações sociais se modifiquem e passem a ser cada vez menos vivenciadas em espaços públicos tradicionais, como praças e parques, que passam a se tornar elementos mais distantes no dia a dia dos habitantes. (GRINOVER, 2013).

Hoje muitos elementos de não urbanidade estão presentes no cotidiano. Uma das questões diretamente ligadas à qualidade de vida nas grandes cidades é o trânsito. Com a promoção e inúmeros incentivos ao transporte individual, as cidades, incluindo as de menor porte, lotam-se de automóveis, que por sua vez, poluem. A mobilidade urbana, ou melhor sua ausência incrementam o quadro de “não urbanidade”. (FRANCO, 2009).

Esse conjunto de não-urbanidade alia-se não só ao sistema de transportes, mas a uma série de fatores, como a violência, a especulação imobiliária, a verticalização intensa de espaços, os “inchaços” proporcionados pelo desenvolvimento sem planejamento, que geram impactos ambientais, estruturais, sociais e econômicos, interferindo na dinâmica do cotidiano citadino.

1.5. Lugar e não lugar.

Tomando o fenômeno da industrialização, como marco no processo da urbanização, os espaços, passaram e ainda passam por intensas transformações que interferem na dinâmica

das cidades. Esses locais modificados se moldam de acordo com as necessidades da sociedade. O uso desses espaços para seus mais diversos fins, que propiciam pontos de encontro, fazem desses locais, lugares. O lugar é dotado de identidade. Para Limonad (1996, p. 59-60), “Os lugares poderiam ser considerados a manifestação da apropriação do espaço e da natureza pelo homem e pela sociedade, que é inseparável de um dado contexto histórico territorial”. Para a autora, o lugar tem caráter simbólico, construído por meio de representações. Assim sendo, a legibilidade da cidade é parte desse mecanismo de identificação. Quanto mais fácil essa leitura, em suas ruas, construções, monumentos, mais familiar se torna. (LIMONAD, 1996).

No contraponto dessa discussão, Marc Augé, (1994), menciona o conceito de não lugares. Para ele, os não lugares estão associados diretamente a espaços criados pela sociedade que facilitam a circulação, o consumo e a comunicação, permitindo uma grande circulação de pessoas em um único espaço. Aeroportos, centros comerciais, autoestradas, são alguns dos muitos exemplos citados pelo autor. O não lugar surge na sociedade moderna que se organiza em torno da otimização do espaço/tempo, resultado de um processo global, diferente do lugar antropológico, de interação social. (SÁ, 2012).

Augé (1994), demonstra que o processo de globalização implica na transformação desses lugares e conseqüentemente nas cidades, que incorporam novas estruturas para atender as novas necessidades do cotidiano. Os não lugares são espaços codificados (repletos de informações) e multifuncionais (pode-se fazer muitas coisas em um só espaço), portanto não criam identidades.

Castells (2002), por sua vez, retrata a questão do espaço de fluxos e espaço dos lugares. Para ele, espaço de fluxos, é caracterizado por concentrar funções distintas, relacionadas sobretudo ao setor de serviços e tecnologia. Nesses espaços, comuns às grandes cidades, (cidades globais), (SASSEN, 2010), há uma uniformização do espaço. O espaço dos lugares, possui raízes históricas muito evidentes em sua constituição, independentes da fronteira física, em que há identidade e memória criadas a partir das experiências do cotidiano. O bairro de Belleville, como já mencionado anteriormente é também um exemplo de espaço de lugar. (SÁ, 2014).

O próximo capítulo, apresenta o bairro do Tatuapé, passando pelos momentos mais significativos de seu desenvolvimento, suas características e aspectos da hospitalidade que permeiam a região.

2. O BAIRRO DO TATUAPÉ: IDENTIFICAÇÃO INICIAL E ASPECTOS DA HOSPITALIDADE.

Neste capítulo pretende-se descrever a formação histórica do bairro do Tatuapé. Desde sua fundação, passando pelos anos mais significativos que culminaram com o desenvolvimento da região, o texto destaca também algumas personalidades importantes na contextualização histórica do bairro e apresenta um panorama do Tatuapé nos dias de hoje. Busca-se, nesta descrição, localizar o objeto de estudo e contextualizá-lo nos aspectos da hospitalidade, sobretudo em sua dimensão urbana. Além de trabalhar como pano de fundo trechos históricos da cidade de São Paulo.

2.1 Origem e desenvolvimento.

A origem da palavra Tatuapé, deriva de duas concepções distintas: segundo a definição etimológica, em Tupi-Guarani, “Tatu”, é o nome geral das várias espécies de mamíferos de casco encorpado e encouraçado, como os tatus. “Ape” significa caminho, estrada. Portanto, Tatuapé, significa o “caminho do tatu”. (ABARCA, 1997).

Partindo do folclore que cerca a região, segundo os ditos populares, Tatuapé originou-se de uma conversa entre caçadores que discutiam acerca da caça do tatu, espécie abundante na região, a pé, uma vez que, a captura desses animais na mata mais densa só seria possível dessa maneira. (ABARCA, 1997).

Assim, o bairro localizado na zona leste da cidade de São Paulo foi fundado por Brás Cubas que em busca de ouro e pedras preciosas, subiu a serra do mar e se estabeleceu próximo a um pequeno riacho (ribeirão Tatuapé), que desembocava em um caudaloso rio, chamado de Rio Grande, hoje Rio Tietê. Nessa área, Brás Cubas, com sua família e escravos indígenas se estabeleceram à margem direita do ribeirão, construíram um rancho, criaram gado, cultivaram cana de açúcar e uva. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

Com a convocação de Brás Cubas e seu filho, Pedro de Cubas para lutar contra os invasores franceses no Rio de Janeiro, a posse da região passou por diversas pessoas influentes ligadas aos reis de Portugal, até o ano de 1655, quando o padre licenciado Matheus

Nunes de Siqueira passou a se interessar pela aquisição das terras, com o objetivo de desenvolver lavouras e ampliar o espaço ao redor de sua capela. (ABARCA, 1997).

A fundação do bairro só se consolidou em 05 de setembro de 1668 cuja data é uma referência à anexação das terras ao padre, já ouvidor geral da Vara. Desse modo o pároco com grande influência na Província, daria início à transformação das terras que ficaram por muitos anos praticamente improdutivas. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

O padre transformou a região por meio de uma intensa atividade agrícola utilizando como mão-de-obra, índios escravos. Nessa época, um marco histórico do bairro foi construído. A Casa do Tatuapé, feita de taipa de pilão e telhado em duas águas, abrigou o administrador da fazenda, Mathias Rodrigues da Silva, e sua família. (ABARCA, 1997).

Em 1765, a área contava com 34 homens e 34 mulheres e no ano seguinte, com a divisão do município paulista em três freguesias, da Sé, da Nossa Senhora da Penha e Nossa Senhora do Ó, o futuro bairro passou a pertencer a Freguesia de Nossa Senhora da Penha (ZONA LESTE SP, 2012).

Para se ter uma ideia do panorama da cidade, São Paulo foi elevada à categoria de vila em 1711, com uma economia de subsistência e apresentava construções simples como pontes, igrejas e mosteiros. Com a independência do Brasil em 1822, a cidade desenvolveu-se vagarosamente, ainda com a concentração urbana no núcleo central, formado pelas ruas São Bento, Direita e XV de Novembro, mas ganhou em 1825 o Jardim da Luz, em 1848 a retificação do rio Tamanduateí e em 1828 a Academia de Direito do Largo São Francisco. (SOUZA, 2003).

Em 1829, a região do Tatuapé após inúmeros desmembramentos da grande porção de terra adquirida pelo padre Matheus Nunes de Siqueira, o então padre Antônio Diogo Feijó, que mais tarde assumiria o cargo de Regente do Império, (o Regente Feijó), compra o então chamado Sítio Capão Grande, na região da Água Rasa, cuja denominação fazia referência a pouca profundidade do ribeirão Tatuapé nesse trecho. Esse sítio mais tarde passou a abrigar a Associação Beneficente e Instrutiva Lar Anália Franco, cuja casa sede ainda permanece. (ABARCA, 1994).

Anália Franco Bastos, foi uma professora nascida em Resende (RJ), que aos oito anos de idade mudou-se para São Paulo. Em sua trajetória pela educação fundou mais de cem instituições educacionais na capital e no interior de São Paulo. No ano de 1911, comprou a Chácara Paraíso e fundou a Associação Beneficente e Instrutiva Lar Anália Franco. Nessa

escola-fazenda, na sede construída pelo engenheiro Ramos de Azevedo, em substituição ao velho casarão pertencente ao Regente Feijó, vários cursos foram ministrados, desde oficinas para fabricar flores artificiais, costura e bordados, até uma escola de enfermagem. Todo o lucro obtido era destinado ao estudo de crianças órfãs. Anália Franco morreu aos 62 anos de gripe espanhola. O grande terreno, tempo depois acabou sendo vendido em lotes menores e toda a área do entorno ficou conhecida como Jardim Anália Franco. (ABARCA, 1994).



Figura 1: Mapa da cidade de São Paulo, com destaque ao bairro do Tatuapé, zona leste da cidade. Disponível em < <http://www.prefeitura.sp.gov.br>>. Acesso em 09/09/2014.

Nesse panorama, São Paulo, nas últimas décadas do século XIX, passou por uma fase de grande desenvolvimento. A produção de café foi o grande momento desse salto. No ano de 1836 a exportação somava cerca de 100 mil sacas de café para a Europa. Em 1898, foram 5,5 milhões de sacas, fazendo do café o principal produto exportador do Brasil e o Estado de São Paulo líder de produção. (SOUZA, 2003).

A construção da estrada de ferro Santos–Jundiaí em 1867 foi um marco histórico paulista, pois facilitou e muito o transporte do café até o porto de Santos. Em 1872, foi inaugurada a Estrada de Ferro São Paulo-Rio de Janeiro, que mais tarde formaria a Estrada de Ferro Central do Brasil, e em 1875, com a chegada da Estrada de Ferro Sorocabana e Mogiana, que percorriam os cafezais levando a produção do interior paulista ao porto de Santos, a cidade de São Paulo ponto de entroncamento dessas ferrovias passou a ser área estratégica o que criou condições favoráveis de desenvolvimento. (SOUZA, 2003).

Com o desenvolvimento propiciado pela economia cafeeira, muitos imigrantes vieram trabalhar nas fazendas de café do interior paulista. Com a imigração em massa a partir de 1880, a cidade de São Paulo passou a ser o primeiro ponto de acolhida desses estrangeiros. A Hospedaria do Imigrante, era o principal complexo de atendimento. (SOUZA, 2003).

No Tatuapé, já no final do século XIX, com a chegada dos primeiros imigrantes entre eles, portugueses, italianos e espanhóis e o fracionamento das terras, surgiram as chácaras com o cultivo de frutas, verduras e as olarias na região. A variedade da produção de verduras e frutas era volumosa, principalmente pêssegos, peras, caquis e uvas. Muitos produtos eram comercializados na região central da capital, como a rua 25 de Março. Nessa época, Benedetto Marengo, italiano natural da cidade de Turim, no ano de 1887, adquiriu terras junto à rua Antônio de Barros com cerca de 24 mil metros quadrados e deu início ao cultivo de vinhedos para a produção do vinho. Suas uvas podiam ser degustadas no quiosque localizado na avenida Celso Garcia. (GAZETA VIRTUAL, 2013).

As olarias também tiveram destaque. Formadas às margens do rio Tietê, cujas várzeas eram ricas em argila, possibilitaram assim a fabricação em grande escala de tijolos e telhas, que ajudaram na construção da cidade de São Paulo. (GAZETA VIRTUAL, 2013).

Nessa época a convivência entre seus habitantes era bastante estreita. Embora vivendo na cidade de São Paulo, a região do Tatuapé, essencialmente agrícola, trazia ares de uma cidade do interior, assim como em muitos outros bairros da cidade. Os vizinhos se conheciam. “[...] davam assistência não só material, mas principalmente moral e espiritual. Dividiam o pouco que possuíam, mesmo sendo difíceis os tempos e pobre a maioria dos seus moradores”. (ABARCA, 1997, p.42).

A cidade de São Paulo no final do século XIX, ainda era um pequeno vilarejo. A iluminação pública a gás chegou a cidade em 1842, com os acendedores de lâmpões. O enorme gasômetro instalado às margens do rio Tamanduateí, hoje bairro do Brás foi o responsável por iluminar parte da cidade até a chegada da luz elétrica, em 1911. (SOUZA, 2003).

Em 1870 a cidade passou a ter melhorias na infraestrutura. A colocação de paralelepípedos nas ruas principais, o aterramento da Várzea do Carmo, (hoje Parque Dom Pedro), a construção de pontes, o desenvolvimento do comércio, foram algumas das melhorias, responsáveis não só pelo estabelecimento na capital dos grandes fazendeiros em áreas nobres, como também de imigrantes que tentavam a sorte na cidade alojados em bairros

populares como o Bixiga, Brás, Mooca e Belém nos cortiços, principalmente. Nas primeiras décadas do século XX, as indústrias passam a fazer parte da paisagem urbana, junto à população que passou a crescer (SOUZA, 2003).

A cidade também a passou a incorporar novas funções de trabalho, já que muitos não eram absorvidos pela indústria, gerando assim oportunidades nas atividades comerciais e de abastecimento. Muitas famílias passaram a ter pequenos estabelecimentos, como armazéns, açougues, quitandas e botequins, vendedores ambulantes também comercializavam pães, verduras, peixes, leite, frutas e até lenha. (MATOS, 2004).

A partir do início do século XX com a chegada da luz elétrica e com o funcionamento da estrada de ferro, as indústrias têxteis foram se estabelecendo sobretudo na região leste da capital. (ZONA LESTE SP, 2012). Em 1876, é fundada a Cadeira de Instrução Pública, a primeira escola oficial. No ano de 1886, o ramal ferroviário da região da Penha é inaugurado, com seis estações de trem, nas quais duas, estavam no Tatuapé: a 5ª parada, na rua Tuiuti e a 6ª parada na rua Antônio de Barros, o que propiciou o desenvolvimento da região. (ABARCA, 1994).

O bairro nesta época era essencialmente rural. Embora as indústrias iniciassem suas atividades na região, o Tatuapé era um local de residência desses operários que utilizavam o trem como principal meio de transporte. A expansão dos trilhos da estrada de ferro, melhorou o desenvolvimento local, principalmente com a inauguração do trecho Brás-Mogi das Cruzes, em 1875, além da construção da nova estrada da Penha hoje Rangel Pestana e Celso Garcia. (ABARCA, 1994).

Langenbuch (1971, p. 82) evidencia o panorama dessa região à época:

A antiga freguesia da Penha de França, servida por um pequeno ramal da estrada de Ferro Central do Brasil, percorrido por trens de subúrbio, figura com um arruamento bastante amplo, o que denota que também já fora afetada pela expansão da cidade.

Na metade do século XX, o bairro possuía em sua porção norte, as fábricas e vilas operárias, e ao sul, chácaras. Segundo o memorialista e morador do bairro Pedro Abarca, o Tatuapé em 1940, possuía uma infraestrutura precária com um pequeno comércio ao redor da linha do bonde, único transporte que havia na região. O abastecimento se dava por meio das chamadas vendas ou armazéns, que comercializavam grãos, tubérculos, fumo de corda,

animais vivos, como porcos e galinhas, café, vassouras, cordas para poço entre outros. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

O leite era proveniente das chamadas vacarias, cuja distribuição se dava em carroças com o leite armazenado em grandes latões. A venda de legumes e frutas era realizada na porteira das próprias chácaras. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

O pão era produzido nas poucas padarias existentes no bairro, entre elas a Padaria Lisboa, localizada no antigo largo da Conceição, hoje Praça Sílvio Romero, fundada em 1913, e ainda em funcionamento no mesmo local, foi uma das primeiras do bairro, que além de comercializar o pão, abrigava em seu interior o único telefone público instalado na região, o que gerava grandes filas em frente ao estabelecimento. Em função do grande fluxo de pessoas, a padaria recebia também cartas, sobretudo do exterior e interior de São Paulo, endereçadas aos familiares que aqui estavam. Segundo Abarca, (1997), durante duas décadas, um funcionário dos Correios entregava e retirava malotes diários na padaria. Nota-se, assim, que a sociabilidade existente era identificada com um local de aglutinação de interesses cotidianos no período.



Figura 2.



Figura 3.

Figura 2. Lenha para os fornos da Padaria Lisboa, no Tatuapé, na década de 40. Publicada por Sra. Eli Mendes. Disponível em < <http://saudadesampa.nafoto.net/photo20130822161629.html>> Acesso 01/08/2014.

Figura 3. Carro tipo Furgão GM (Chevrolet ou GMC-seria necessário ver a frente para diferenciar) curto. Fabricado entre 48 e 55. O ano também se percebe pela grade. Publicada por Sra. Eli Mendes. Disponível em: <<http://saudadesampa.nafoto.net/photo20130822161629.html>>. Acesso 01/08/2014.



Figura 4: Interior da padaria Lisboa na década de 60. Publicada por Sra. Eli Mendes. Disponível em: <<http://saudadesampa.nafoto.net/photo20130822161629.html>>. Acesso 01/08/2014.

Nas figuras 2, 3, e 4, nota-se a evolução da infraestrutura no comércio do bairro. Na primeira foto, as construções simples que circundavam a padaria Lisboa, até a inovação do serviço de entrega e distribuição de pães com o uso do automóvel e a modernização do interior da padaria na década de 60. Nota-se, na imagem 4 a tentativa de se mostrar aspectos de um negócio familiar no qual crianças e possíveis mães, compõem o imaginário fotográfico.

A partir da década de 20, com o início da migração de fábricas para a região, começaram a se constituir as vilas de operários. Com a população crescente, serviços como comércio, por exemplo, passaram a se concentrar na avenida Celso Garcia, que atingiu seu apogeu nas décadas de 60 e 70, com cinemas e galerias. (SANCHEZ, 2010).

O Tatuapé com grandes terrenos e uma topografia privilegiada, propiciou a inserção de uma atividade já bastante difundida no Brasil, o futebol. Com a convivência intensa e sem muitas atividades de lazer nesse período, surgiram os primeiros times de futebol de várzea. Esses times se originaram por meio de convocações informais que se estabeleciam no bate-

papo dos botequins e barbearias, principalmente. A rivalidade entre as equipes do chamado baixo e alto Tatuapé¹ era bastante intensa. (ABARCA, 1994).

O destaque eram os times de futebol Sampaio Moreira (ainda existente) e o Vila Primavera. Esses clubes em sua maioria eram a representação de moradores de uma rua, de uma empresa ou uma reunião de amigos. O Esporte Clube Corinthians Paulista, fundado em 1910 no bairro do Bom Retiro, mudou-se para a região do Tatuapé em 1926, em uma área junto às margens do rio Tietê e em 1940, com a compra de um novo terreno se estabeleceu definitivamente no bairro. (ABARCA, 1997).

Além do futebol, as quermesses e as missas nas manhãs de domingo, também eram ocasiões especiais para o encontro fora do ambiente fabril. No final da década de 20, o cinema chegou ao bairro. O cine São Luiz, localizado na Avenida Celso Garcia, passou a ser mais uma atividade de lazer no entorno. Depois dele surgiram o cine São Jorge, Cine CASP (Centro de Assistência Social Paroquial) e o Cine Leste, na Praça Sílvio Romero para a alegria dos moradores. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

Ainda para Abarca (GAZETA VIRTUAL, 2012):

Na fase agrícola, a sociedade era muito rústica. Eram muito católicos. Iam muito à missa. As mulheres iam quase que diariamente ou pelo menos todos os domingos. Os homens só iam assistir uma partidinha de futebol da várzea e havia uma porção de campos. A diversão dos homens era essa, além do carteadado e da bocha. Também havia as quermesses, organizadas pelas igrejas.

Abarca (1997), conta ainda que até 1950, o bairro era essencialmente agrícola na porção sul, com inúmeras chácaras que forneciam hortaliças, legumes e também flores para os demais bairros da cidade. Muitos chacareiros saíam com suas carroças para comercializar seus produtos no Mercado Municipal ou então faziam uso dos bondes de serviços, chamados “Caras-Duras”. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

A expansão do plantio nessa região se deu pelo fato de que bairros vizinhos como Brás, Belém e Mooca eram essencialmente industriais e não havia espaço suficiente para o

¹ A designação “baixo e alto” Tatuapé, refere-se à divisão do bairro tendo como referência a Avenida Celso Garcia. Entre a referida avenida e a Marginal do Rio Tietê, denomina-se baixo ou “velho” Tatuapé. A região chamada de “altos do Tatuapé”, compreende a região entre a Avenida Radial Leste e o Jardim Anália Franco.

cultivo de alimentos. Com uma topografia privilegiada, o bairro se tornou um grande “cinturão verde”.

Nesse período, a cidade de São Paulo, vivia um intenso momento de industrialização que se consolidou graças à economia cafeeira, responsável pela acumulação de capital. Esse crescimento industrial marcado sobretudo pela presença de indústrias têxteis e alimentícias, concentrou-se em um primeiro momento da região do Brás, nas margens da ferrovia, principal meio de transporte e escoamento da produção. (MARICATO, 2013).

A linha do trem marcou a divisão de territórios dentro da cidade. As várzeas ao leste às margens da ferrovia concentraram os bairros operários, repletos de imigrantes, em sua maioria pobres, em busca de oportunidades. A parte alta, concentrava-se os bairros da elite, como Campos Elísios, Higienópolis e Avenida Paulista. (ROLNIK, 2000).

Souza (2002, p 53), retrata essa nova estruturação urbana:

Como a orla ferroviária determina o desenho da cidade. Sua presença na “fábrica urbana”. Elemento estruturador da paisagem urbana, assim como os rios, determinou a expansão da cidade no final do século, definiu os bairros-estação e os subúrbios. Foi fundamental no desenvolvimento da economia paulista, inicialmente no ciclo do café, posteriormente com o surgimento da indústria.

Mais tarde, com a saturação de indústrias na região do Brás e Mooca ², em decorrência da ocupação do entorno, já constituído de residências, como mostra a figura 5, a porção norte do Tatuapé passou a concentrar fábricas, que em busca de crescimento, procuravam grandes glebas de terra para construir suas unidades, (havia muitos terrenos, que chegavam a até 10 mil m²), e que ainda assim ficassem próximas a região central. As indústrias se instalaram no entorno entre 1915 e 1929. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

² Os bairros do Brás e da Mooca, foram os pioneiros da região leste a receber as fábricas, pois possuíam topografia privilegiada, estavam às margens do Rio Tietê e Tamanduateí e havia uma relativa infraestrutura para seus trabalhadores, que em sua maioria eram imigrantes. O bairro do Brás, contava com a Estação do Norte, principal ponto de chegada de imigrantes à capital, oriundos de Santos, e o bairro da Mooca, com a hospedaria do Imigrante, responsável pela acolhida aos estrangeiros que aqui chegavam. (GAZETA VIRTUAL, 2014).



Figura 5: O bairro do Brás no início do século XX, com casas e indústrias. Disponível em < http://www.jurassicos.com.br/leao_XIII/bairros_operarios.html>. Acesso em 20/10/14.

A Companhia Química Industrial e Santista foram as pioneiras, além da Tabacow, Tecelagem Textília e o Cotonifício Guilherme Giorgi. Entre 1930 e 1960, o bairro consolidou-se como complexo industrial, com grande diversidade de produtos. Fábricas como a Philco, Lanifício Santa Branca, Tecelagem Guelfi, Tecelagem Abdalla, Motores Elétricos Brasil, Forest, Rosensveig, Mecânica Gráfica, Tecelagem Brasil, Fábrica de Cofres Padrão, Tinturaria Brasileira, Fábrica de Cofres Amaral, Fábrica de Móveis Magistral, York, Tecelagem Olímpico, Estamparia Mantovani, Lanifício Nave Morbin, entre outras foram algumas das indústrias que se estabeleceram no bairro. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

O cotonifício Guilherme Giorgi, foi uma das mais importantes indústrias da região. Na década de 30, instalou-se em uma área de 570 mil metros quadrados na região da Vila Carrão, bairro vizinho ao Tatuapé, que deu origem a um grande complexo de empresas, como Brasil Viscose S/A, Refinaria Nacional de Sal S/A- (Sal Cisne), União Industrial e Mercantil Brasileira S/A, entre outras. A chegada do cotonifício na região ajudou a desenvolver o entorno, com a construção de casas de vilas para operários, trazendo melhorias, inclusive de saneamento básico, como tratamento de água e esgotos. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

Com a chegada do complexo fabril, a infraestrutura do bairro como um todo começou a melhorar. Ruas asfaltadas, rede de água e esgoto, luz elétrica e mais linhas de bonde e ônibus passaram a fazer parte da nova realidade. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

O Tatuapé entre as décadas de 30 a 70 foi um bairro operário, cuja população era constituída de trabalhadores braçais. Nesse período, a infraestrutura do bairro foi sendo implantada em virtude do movimento fabril. As famílias moravam em casas modestas constituídas de sala, quarto, cozinha e banheiro, que se multiplicavam dia a dia. A rotina da intensa jornada de trabalho era quebrada com a missa de domingo, os passeios ao final da tarde e pelas quermesses. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

As indústrias permanecerem no bairro até meados da década de 70. Com o desenvolvimento e a adoção do sistema rodoviário no país em detrimento ao transporte ferroviário, (VILLAÇA, 2001), muitas dessas indústrias deixaram não só o Tatuapé, mas outros bairros da capital, como Barra Funda e Lapa, para se instalar em cidades do interior paulista, ao longo das rodovias, facilitando o escoamento da produção. (GAZETA VIRTUAL, 2014).



Figura 6. Fábrica da Philco S/A no bairro do Tatuapé na década de 50. Disponível em <<http://gazetavirtual.com.br>>. Acesso em 12/10/14.

Na figura 6, com a fábrica da Philco em primeiro plano dá para se ter uma ideia da estrutura do bairro, ainda horizontalizado, com o Parque do Piqueri ao fundo. A instalação

dessa grande estrutura na rua Santa Virgínia, no Tatuapé, foi a sede central de produção para todo o país. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

Esse fenômeno de “esvaziamento” das indústrias foi decorrente do fenômeno de reconversão industrial, que incentivou a implantação de indústrias na região metropolitana, como o ABC paulista, que posteriormente migraram para cidades do interior do Estado de São Paulo, deixando espaços abandonados na cidade. (ROLNIK, 2000). O Tatuapé, voltado essencialmente às indústrias tornou-se um local repleto de galpões vazios e degradados.

O processo de desconcentração industrial, decorrente da reestruturação produtiva a partir dos anos 70, transformou a região, que passou a buscar nas atividades terciárias novas formas de trabalho. (ENDRIGUE, 2008).

Pouco a pouco as velhas estruturas existentes no bairro foram sendo demolidas, os terrenos valorizados e os prédios começaram a aparecer, mudando novamente o perfil da região. (GAZETA VIRTUAL, 2014).

Segundo Abarca (1997, p.144).

A fase terciária da economia fazia desaparecer as moradias simples de operários, geralmente constituídas de sala, um ou dois quartos, cozinha e pequenos banheiros. As áreas ocupadas por elas, pelas fábricas que se retiraram e ainda alguns terrenos baldios iam sendo tragadas pelas companhias construtoras. Sua excessiva valorização impunha a edificação de prédios de padrão verticalizado.

Enquanto o Tatuapé ganhava novos ares com a explosão imobiliária, criando um “novo bairro”, regiões próximas ao centro, como os bairros do Brás, Pari, Luz, Bom Retiro, Santa Cecília e Vila Buarque, passaram a perder investimentos e se estagnaram. Essa desvalorização se deu em também virtude da ocupação por habitações precárias. “É um cinturão de áreas degradadas com espaços inóspitos, decorrentes de intervenções de construção de viadutos e equipamentos sem o tratamento urbanístico de áreas remanescentes [...]”. (PIVA e SCHICCHI, 2011, p.2).

Nas duas últimas décadas do século XX, o bairro dividia-se em dois perfis distintos: as antigas chácaras na parte sul da região começaram a ser loteadas para a construção de condomínios, sobretudo os de alto padrão, enquanto que a porção norte, sofreu com o processo de esvaziamento das indústrias. A figura 7 ilustra o dimensionamento do bairro em

loteamento das chácaras, passaram a se estabelecer principalmente na porção sul do bairro. O comércio antes localizado no perímetro da Avenida Celso Garcia e rua Tuiuti migrou para a parte sul do Tatuapé, em busca dos novos moradores. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

2.2 A imigração portuguesa.

Nesta análise descrevem-se sucintamente alguns aspectos históricos da imigração portuguesa na cidade de São Paulo, sua trajetória e influência na constituição de alguns bairros, como o Tatuapé e Carrão.

A imigração no Brasil teve grande impacto nos séculos XIX e XX, sobretudo no Estado de São Paulo. Muitos estrangeiros desembarcaram em solo brasileiro para trabalhar na cafeicultura do Oeste paulista. O crescimento da economia cafeeira e a consequente expansão da rede ferroviária foram responsáveis por subsidiar a imigração estrangeira, já que com a abolição da escravatura, havia uma carência de mão-de-obra para o trabalho nos cafezais. (BASSANEZI, 1996).

A evolução da entrada de imigrantes no Brasil de maneira geral, pode ser classificada em três grandes fases: A expansão da cafeicultura Paulista, com a predominância de imigrantes italianos; A assinatura do Convênio de Taubaté³, que estimulou a valorização do café e a imigração de portugueses e espanhóis; O pós-Primeira Guerra Mundial, com a entrada de poloneses, russos, romenos e judeus. (BASSANEZI, 1996).

A vinda dos portugueses para o Brasil especificamente, se deu de maneira contínua, com fluxo constante desde a metade do século XX. Os portugueses aqui trabalhavam sobretudo no setor terciário, como o comércio (pequeno comércio) e atividades artesanais, além de constituírem mão-de-obra na construção de ferrovias e obras urbanas. (BASSANEZI, 1996).

³ O Convênio de Taubaté foi um acordo firmado em 1906, entre os governadores dos estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro com a finalidade de promover a elevação do preço da produção brasileira de café. Essa política de valorização do café, consistia em realizar empréstimos no exterior, com o objetivo de comprar os excedentes da produção cafeeira e mantê-los nos portos brasileiros, evitando desta forma a baixa de preço no mercado internacional. (TODA MATÉRIA, 2014).

Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2014), nos primeiros dois séculos de colonização chegaram ao Brasil cerca de 100 mil portugueses, com uma média de 500 imigrantes por ano. O ápice do fluxo ocorreu no século XX entre os anos de 1901 e 1930, com 25 mil imigrantes ano. (IBGE, 2014).

O perfil do imigrante português se modificou com o passar dos anos. A elite portuguesa imigrou sobretudo na época da colonização, com pessoas ligadas à corte de D. João VI. Já em meados do século XIX, o perfil era de imigrantes pobres, muitos proprietários rurais, vindos da região do Minho em busca de oportunidades, uma vez que Portugal vivia um período de crescimento populacional atrelado à mecanização de atividades agrícolas, gerando excedentes de trabalhadores rurais. (IBGE, 2014).

Com o conseqüente empobrecimento desses proprietários, muitos em busca de trabalho, resolveram emigrar não só ao Brasil, mas para a África e Estados Unidos. Dentre os que emigravam ao Brasil, muitas mulheres, crianças menores de 14 anos, (órfãs ou abandonadas), chegaram a constituir cerca de 20% do total de emigrados. (IBGE, 2014).

Os imigrantes portugueses, assim como muitas outras etnias que vieram ao Brasil, foram elementos importantes na constituição da identidade cultural do país. Na cidade de São Paulo, em especial que recebeu grande número de estrangeiros durante os séculos XIX e XX, como dito anteriormente, tem como característica a diversidade étnica, propiciada pela aculturação de inúmeras nacionalidades que ajudaram a transformar a cidade, não só por meio de sua força de trabalho, como na incorporação de valores, cultura, crenças e comportamentos. (FRUTUOSO, 2008).

As atividades comerciais foram a grande área de atuação dos portugueses. Com o incremento das cidades e a urbanização crescente, as oportunidades do mercado consumidor foram essenciais para o sucesso. Os armazéns de secos e molhados assim como as padarias e confeitarias eram o comércio mais comum entre os portugueses que normalmente possuíam uma vasta freguesia, já que muitas vezes os pães eram vendidos de porta em porta. (FRUTUOSO, 2008).

Cafés, bares, restaurantes, sapatarias, comércio de ferragens, armarinhos, farmácias, salões de barbeiro, alfaiates, costureiras e em setores da construção civil, também foram ramos em que se dedicaram os imigrantes portugueses, aproveitando a expansão urbana das cidades e o desenvolvimento econômico. (FRUTUOSO, 2008).

Entre as décadas de 1950 e 1960 na zona leste, em especial na Vila Carrão (bairro vizinho ao Tatuapé), muitos Açorianos se estabeleceram em busca das oportunidades de trabalho oferecidas nas grandes fábricas, como o Cotonifício Guilherme Giorgi, Fábrica Minerva e em pequenos estabelecimentos como padarias, feiras livres e açougues (MATOS e ANGELO, 2008). Muitos deles já vinham com uma carta de recomendação trabalhista, o que facilitava a indicação de emprego. (ARRUDA, 2011).

O bairro atualmente possui a Casa dos Açores de Vila Carrão, que além de um centro de integração sedia a Festa do Divino Espírito Santo, comemorada pela comunidade há mais de 30 anos (REVISTA IN, 2011). O bairro do Tatuapé, também foi a escolha de muitos portugueses, ainda presentes. Muitas famílias se instalaram e atuaram no comércio da região, sobretudo nos armazéns e padarias, como a Lisboa e Marengo, que perpetuam sua tradição no bairro.

2.3 A panificação na região.

Nessa seção aborda-se brevemente aspectos históricos mais relevantes da panificação tendo como pano de fundo algumas padarias pioneiras na região do Tatuapé.

A partir da segunda metade do século XIX, as chamadas padarias começaram a surgir pela cidade de São Paulo por influência dos imigrantes. A arte de fazer pães, uma atividade essencialmente feminina e caseira de início, foi substituída pelo trabalho masculino. Com a difusão e ampliação do setor de panificação, a expansão das padarias se consolidou atrelada ao desenvolvimento comercial da cidade. A partir de 1860, a procura por padeiros era bastante grande, que implicava em uma jornada de trabalho intensa. Além de todo o preparo do pão, os padeiros atendiam a clientela tanto no balcão do estabelecimento como nas entregas em domicílios, armazéns e bares (MATOS, 2009).

As mercearias e os armazéns de secos e molhados também exerciam papel importante na comercialização de pães. Esses pequenos estabelecimentos eram fundamentais pois auxiliavam logisticamente na distribuição de pães aos locais em que não haviam padarias. (ALMEIDA NETO, 2008).

Uma mudança bastante significativa no setor da panificação, foi o uso do fermento biológico. Com ele o preparo do pão se tornou mais rápido e mais frequente, possibilitando a produção de fornadas ao longo do dia. Assim, surgiram as padarias do tipo “francesas”, que se disseminaram no final da década de 20 administradas por imigrantes portugueses, que inovaram a forma de trabalhar criando turnos para os funcionários e funcionamento do estabelecimento nos sete dias da semana (MATOS, 2009).

Com a fundação da União Cooperativa dos Proprietários de Padarias de São Paulo no ano de 1915 e mais tarde, do Sindicato da Indústria de Panificação e Confeitaria em 1935, a classe dos panificadores (patrões e empregados) se organizou em prol de regulamentações e melhorias para o setor. (MATOS, 2009).

Pão de água, pão suíço e pão sovado, todos feitos em forno à lenha. Esses eram os itens comercializados nas poucas padarias existentes no bairro do Tatuapé dentre elas a Padaria Lisboa, fundada em 1913, em funcionamento no mesmo local, a Praça Sílvio Romero. A padaria foi durante muitos anos, além de um local de venda de pães, posto dos Correios e um dos poucos estabelecimentos que possuíam telefone público, por isso era e ainda é ponto de encontro entre moradores. (ABARCA, 1997).

Outros estabelecimentos como a Padaria da Dona Mariana, a Padaria Sampson, a Montenegro, a Jasmim e muitas outras, eram dotadas de instalações simples, basicamente com um balcão para o atendimento. Padarias como a Vera Cruz, ainda no bairro e a Marengo, fundada em 1965, por Alfredo Campos, cujo pai era padeiro em Portugal, é referência na região. (ABARCA, 1997).

As padarias ao se consolidarem, passaram a comercializar além dos pães e derivados, outras mercadorias, como frios e queijos. Atualmente na cidade de São Paulo, as padarias em especial, são geralmente estabelecimentos que comercializam uma grande variedade de produtos, incluindo refeições que englobam o típico café-da-manhã, almoço e jantar.

Porém nem sempre foi assim. As padarias nas décadas de 30 a 60 possuíam grandes espaços para o acondicionamento do maquinário e do forno. Os espaços para a exposição dos produtos e do atendimento era restrito. Na década de 70 com a implantação de novos equipamentos o espaço destinado à produção diminuiu e a área destinada à comercialização passou a ganhar destaque. (ALMEIDA NETO, 2008).

A partir de então vários segmentos surgiram. As padarias autosserviço com produtos ao alcance do cliente, as *boulangeries* de visual mais requintado e produtos diferenciados se tornaram frequentes na cidade.

Segundo Almeida Neto, (2008, p. 245).

[...] a padaria evoluiu desde pequenos estabelecimentos onde se fazia o pão para pequenas comunidades, passando por grandes áreas, principalmente, ocupadas pela produção e pela área comercial com pouca importância. Mais adiante, no início do século XX, começaram a tomar forma mais parecida com os nossos dias, os produtos cada vez mais à vista do cliente. [...] algumas passam a ocupar espaço bem menor, e a área de vendas passa a ter cada vez mais importância. A copa e a lanchonete ganham a função de agregar mais conforto, diversificar e satisfazer os clientes. A sofisticação das padarias vem junto ao conceito de *food service* com refeições fora do lar.

No bairro do Tatuapé, as padarias tradicionais e os novos estabelecimentos que surgiram com o desenvolvimento da região também aderiram à tendência das chamadas “super padarias”. Segundo o site Viva Tatuapé, atualmente esses locais possuem fachadas imponentes de arquitetura moderna, com um ou mais andares. Em seu interior, mesas e cadeiras confortáveis para refeições mais demoradas. Além disso, o pão passou a ser o coadjuvante diante de tantas opções oferecidas. Café-da-manhã, almoço, jantar, *happy hour* e pizza estão na gama de produtos e serviços desses locais. (VIVA TATUAPÉ, 2013).

O perfil das desses estabelecimentos se modernizou e seu sucesso serviu de modelo aos estabelecimentos das cidades do interior do Estado, que passaram a “importar” o padrão das “padocas” paulistanas. São José do Rio Preto, Ribeirão Preto e Franca, por exemplo, possuem as chamadas padarias multisserviço, que oferecem café-da-manhã, almoço, jantar e lanchonete. Segundo o presidente da Associação Estadual das Padarias (AIPESP), Cássio Luciano Borges Barbosa, esse tipo de padaria cresce entre 5% a 10% por ano, já com cerca de um terço das padarias existentes no Estado (13 mil estabelecimentos), dentro desse conceito. (CASTILHO, 2012).

Essa tendência do dimensionamento das padarias, se dá sobretudo a partir das mudanças nos hábitos alimentares das famílias, especialmente com entrada da mulher no mercado de trabalho. Fazer as refeições fora de casa passou a fazer parte do cotidiano. Para o presidente do Sindicato e Associação das Indústrias de Panificação e Confeitarias de São Paulo (SINDIPAN), Antero José Pereira, a modernização das padarias é fundamental para atender

esse novo público, que não tem mais tempo para se alimentar em casa e com isso as padarias estão adotando novos formatos. Grandes balcões com grande variedade de pães e doces, buffets de café da manhã, almoço e sopas no jantar, são comuns para atender o novo perfil que frequenta esses espaços. (FERREIRA, 2012).

Ferreira (2012) ainda destaca as principais características dessas padarias: Atendimento ágil e cordial; conhecer sua clientela e preferências é imprescindível, sobretudo quando os consumidores têm pouco tempo para tomar o café da manhã, na correria diária; Ampliação de espaço para refeições mais demoradas, com mesas e cadeiras confortáveis uma vez que, espaços aconchegantes deixam os clientes mais à vontade.

No Tatuapé, muitas padarias fazem uso dessa estratégia, adaptadas às novas demandas, já que o bairro tem em sua história, uma tradição com esse tipo de estabelecimento. Muitas padarias foram pioneiras na região e marcaram épocas importantes no desenvolvimento local. Talvez o fato de ter muitos imigrantes portugueses na região tenha contribuído com a perpetuação dessa tradição.

2.4 O bairro nos dias atuais

O Tatuapé, que em meados das décadas de 50 a 70 viveu grandes mudanças estruturais com a consolidação de seu complexo fabril, nos anos 80 sofreu com a degradação dessas áreas em seus numerosos galpões abandonados.

Com a chegada do metrô, (o bairro é atendido por duas estações, Carrão e Tatuapé) principalmente, pequenos investidores locais passaram a construir os primeiros prédios, dando início a uma nova fase. A valorização da região com a implantação da linha Leste-Oeste do metrô propiciou o desenvolvimento do bairro e reforçou a “divisão” entre baixo e alto Tatuapé, ou seja, a região denominada “baixa” entre a Marginal Tietê e a Avenida Celso Garcia, que em décadas anteriores concentrava a área urbana, com indústrias, e a parte “alta”, localizada entre a Radial Leste e Vila Formosa, tomada pelas chácaras e grandes descampados (ENDRIGUE, 2008).

O Tatuapé se fortaleceu com a presença de comerciantes e industriais, em sua maioria imigrantes que tiveram sucesso financeiro e continuavam a residir no bairro. A atuação de dessas pequenas construtoras locais iniciou o processo de investimentos, atraindo não só moradores, mas comércio e serviços. A área do Jardim Anália Franco, com grandes áreas

disponíveis, foi a primeira a se verticalizar, enquanto a parte baixa, passou por um processo de degradação. (ENDRIGUE, 2008).

A especulação imobiliária no final da década de 90, passou a atuar mais fortemente, uma vez que o bairro já possuía, em relação aos demais bairros da região, uma boa infraestrutura com comércio, transporte e localização privilegiada, por estar próximo ao centro da cidade e das grandes vias de acesso como Marginal Tietê e Radial Leste. Atualmente, de acordo com Barone, (2013) o bairro ainda tende a crescer, mas com um padrão de vida mais elevado. Segundo o diretor da Empresa Brasileira de Estudos de Patrimônio, (Embraesp), Luiz Paulo Pompéia, a média do metro quadrado de área útil residencial ficou em cerca de R\$ 6 mil no bairro, em referência aos anos de 2010 e 2011. A média nesse mesmo período no município foi de R\$ 4,9 mil. (BONADIO, 2011).

A procura elevou o preço do metro quadrado que hoje está entre os mais caros da região metropolitana de São Paulo e para os corretores de imóveis é o alto padrão que deve dominar o segmento imobiliário, em regiões “expandidas” no perímetro do bairro, como o Jardim Têxtil e Jardim Anália Franco, e na ocupação de áreas do chamado “baixo Tatuapé”, que vem recebendo estímulos, com a construção de prédios residenciais e comerciais próximos ao Parque do Piqueri, antiga chácara do conde Francisco Matarazzo, cujo nome é uma homenagem à tribo que habitava o local e Shopping *Boulevard* Tatuapé, além da extensão para bairros vizinhos como Vila Carrão e Vila Formosa. (BONADIO, 2011).

Matéria publicada no ano de 2006, no jornal O Estado de São Paulo, mostra que a procura de novos moradores se dava especialmente pela infraestrutura já oferecida pela região. Esse processo foi desencadeado como dito anteriormente no final da década de 90, mas fato é que a pioneira região do Jardim Anália Franco, recebeu suas primeiras casas de alto padrão já no ano de 1968. (MARQUES, 2006)

O crescimento da população e desenvolvimento do bairro permitiu o incremento do setor de serviços. Com a construção de *shoppings centers*, (o primeiro do bairro foi construído em 1995, o Shopping Chic) a região consolidou-se como centro de compras para os moradores locais. Além disso, a infraestrutura passou por transformações aliadas às necessidades dos novos moradores. A presença de parques, como o Piqueri e o Parque Esportivo do Trabalhador (PET), restaurantes, bares, casas noturnas e linhas de metrô atraiu um grande contingente de pessoas que elegeram o Tatuapé como nova moradia. (MARQUES, 2006).

Essas mudanças aliadas ao perfil dos moradores e ao potencial de crescimento que ainda há no bairro, fizeram com que muitas construtoras, entre elas a construtora Porte, empresa atuante na região, investissem não só em edifícios residenciais, mas em prédios corporativos.

Para Marco Antônio Melro, presidente da Porte, (MASSON, 2013).

Contamos com três estações de metrô: Belém, Tatuapé e Carrão. Até 2017, ficará pronta a Anália Franco. Ter um polo corporativo é fundamental para desenvolver a região e manter por aqui parte da mão de obra que hoje se desloca para outras áreas da cidade. [...] Edifícios não são tudo. É preciso oferecer serviços, lazer, consumo.

Outra peculiaridade refere-se ao perfil do morador, que conta não só com moradores mais antigos, descendentes de imigrantes, mas com os filhos desses moradores que decidiram permanecer no bairro, além de atrair moradores e comerciantes de bairros vizinhos como Penha, Vila Formosa e até mesmo áreas mais distantes como Itaquera, São Miguel Paulista e São Mateus, que estão migrando para o Tatuapé. (OLIVEIRA e LAVIGNE, 2008).

Para Frugoli e Rolnik, (2001), o Tatuapé, apresenta um polo diversificado de ocupação na zona leste da cidade de São Paulo. Após a implantação do Parque Estadual do Trabalhador (PET), com a valorização da região, as construções de prédios residenciais começaram a surgir nos primórdios da década de oitenta. Além disso, o bairro deixou de ser ponto final do metrô com a expansão da linha vermelha e com o consequente redirecionamento do comércio de camelôs que circundavam o entorno, a área passou por uma explosão imobiliária, inicialmente por meio de construtoras locais, que constituiu um mercado imobiliário bastante expressivo, consolidando a valorização de áreas com uma grande elevação dos preços dos terrenos.

Ainda para Frugoli e Rolnik, (2001), a dinâmica referente à reestruturação urbana da zona leste é bastante diversa, pois além do fenômeno da reconversão econômica, propiciado pela inserção do comércio em detrimento à indústria, deve-se considerar com bastante relevância o mercado imobiliário, que ainda tem papel fundamental na mudança do perfil do bairro, propiciando novas dinâmicas urbanas significativas.

As mudanças no entorno decorrentes do intenso processo de urbanização, segundo Abarca, modificaram as relações entre moradores. O convívio familiar intenso se perdeu.

“Mesmo que fossem apenas conhecidos, eram como se fossem da família. Todos se conheciam e se encontravam nas pracinhas, quermesses”. (In: GAZETA VIRTUAL, 2012).

Mas praças ainda são tradicionais pontos de encontro de moradores. Como símbolos hospitaleiros de um local, na região ainda trazem sua essência, como um espaço de convergência, de convívio (GRINOVER, 2002). O Largo Nossa Senhora do Bom Parto é palco de partidas de dominó e baralho dos habitantes mais antigos, enquanto a Praça Sílvio Romero, é, sobretudo, ponto de encontro de jovens e adultos.

A Praça Sílvio Romero ⁴, nas décadas de 50 e 60 era como uma cidade do interior. José Camargo Beira, ex-morador do bairro retrata bem essa atmosfera:

[...] o início dos passeios foi quando o prefeito Jânio Quadros instalou duas fontes luminosas. O Cine Leste das suas matinês aos domingos ou a seção das moças nas quartas-feiras onde enchia de rapazes para arrumar uma namorada. Impossível alguém daquela época que não teve algo a ver com a praça, nem que fosse só para embarcar no ônibus 34 que fazia o itinerário até o Anhangabaú, passando por Belém e Brás a caminho do trabalho ou a passeio, era o que a rapaziada fazia aos domingos à tarde quando nos encontrávamos para as domingueiras nos salões do Independência, no Brás, ou em outro salão qualquer da cidade. [...] quantos namoros começaram e terminaram na praça, mas ela continua na lembrança de quem viveu aqueles tempos dourados. (BEIRA, 2013).

O bairro do Tatuapé, como parte desse emaranhado, transita sob modificações constantes no que se refere ao espaço urbano. Com a vinda de prédios residenciais e comerciais, a rede de serviços, como comércio em geral, restaurantes, bares, hospitais, *shoppings centers*, linhas de metrô, (Estação Carrão e Tatuapé, como citado anteriormente), e trens metropolitanos (Estação Tatuapé) foram fatores de grande estímulo para a vinda de novos moradores, com isso, as adjacências vêm sofrendo modificações urbanas intensas que

⁴ A origem da Praça se deu no final do século XIX, com a construção da segunda capela do Tatuapé (a primeira foi dedicada a São José do Maranhão, construída próximo ao rio Tietê), com a doação de terras do Tenente Luís Americano à Irmandade de Nossa Senhora da Conceição. (ALÔ TATUAPÉ, 2014).

propiciaram novas formas de convivência. Com o aumento de pessoas circulantes e moradores é cada vez mais incomum, pontos de encontro ao ar livre, como nas praças, por exemplo.



Figura 8: Praça Silvio Romero. Os antigos moradores jogando dominó. Acervo pessoal. Março de 2014.

Nota-se na imagem da figura 8, que o espaço escolhido, torna-se local de sociabilidade necessária a identificação cotidiana. Na imagem o espaço público, adquire o sentimento de pertencimento ao propor uma proximidade entre os diversos moradores. O jogo de dominó diário é parte do conjunto da Praça que cria uma conexão entre os moradores e o espaço. O jogo tem que ser jogado ali, naquele contexto, ao ar livre em meio aos passantes, propiciando a sociabilidade, a identificação dos frequentadores com o espaço e as pessoas que o frequentam.

Porém, observam-se espaços como esses cada vez mais reduzidos, pois o grande número de edifícios se sobrepõe a esses ambientes, assim como às pequenas vilas ainda existentes. O trânsito se intensifica, na medida em que, mais moradores e passantes passam a fazer parte da nova paisagem. Ainda dentro desse contexto urbano, considerando as transformações pelas quais o bairro vem passando, com o incremento de edifícios residenciais e comerciais, uma rede de serviços diversificada, o adensamento é evidente e se dá principalmente em consequência da transformação do espaço urbano, em que casas de vilas e antigos galpões de fábricas dão lugar a prédios residenciais e comerciais de alto padrão,

modificando assim a estrutura do bairro, que passa a contar com novos perfis de moradores e passantes.

O ex-morador José Camargo Beira, retrata bem a transformação frenética do bairro e seu progresso:

Os campos de futebol da várzea da Rua Melo Peixoto, o campo do Paulistinha, onde disputei vários festivais, virou a Radial Leste e outros vários campos de futebol viraram bairro chique Anália Franco. A capelinha onde eu tocava o sino sumiu da praça, o cine Leste das matinês aos domingos e seção das moças às quartas, virou um enorme espigão, o Grupo Escolar Visconde de Congonhas do Campo, onde aprendi a ler e escrever, ainda está lá, mas escondido atrás de muros tão altos que mais parece uma prisão. Passei na Rua Tuiuti para ver o casarão onde cheguei com um mês de vida. Outro espigão. Prédios, prédios e mais prédios foi o que virou meu Tatuapé querido. A caixa d'água com o galo da empresa de Maio e Gallo sumiu junto com a empresa. Sumiu a famosa porteira e o sinal “din din din” da passagem de nível dos trens da Central do Brasil. Virou shopping e estações. (BEIRA, 2013).

Embora a paisagem tenha mudado bastante, alguns locais como as Praças e a Padaria Lisboa, por exemplo, que propiciaram tantos encontros, ainda são parte do cotidiano no bairro.



Figura 9: Padaria Lisboa vista da Praça Sílvio Romero. Acervo Pessoal. Março de 2014.

A Padaria Lisboa, retratada na imagem da figura 9, localizada em frente à Praça Sílvio Romero, tornou-se um marco, por se tratar de um local que está no cotidiano do bairro há mais de cem anos. A padaria, sob administração familiar (quarta geração), está no mesmo

prédio desde 1913, ano de sua fundação, criando, assim como a Praça, um local de referência, tradição, convivência e pertencimento.



Figura 10: Largo Nossa Senhora do Bom Parto. Ponto de encontro de moradores. Acervo Pessoal. Março de 2014.



Figura 11: Feira de Artesanato. Largo Nossa Senhora do Bom Parto. Acervo Pessoal. Março de 2014.



Figura 12: Largo Nossa Senhora do Bom Parto. Acervo Pessoal. Março de 2014.

O Largo Nossa Senhora do Bom Parto, como mostram as figuras 10,11 e 12, é também um exemplo onde a sociabilidade se consolida. O jogo de dominó diário no final da tarde, envolvendo moradores e a feira de artesanato que ocorre todas as quintas-feiras, estimula a convivência entre as pessoas, perpetuando tradições. O “ar interiorano” proporcionado nesse espaço social é refletido entre os frequentadores, que interagem com a comunidade e o entorno. Nesse contexto a praça passa a ser, além de um ponto de encontro, uma “extensão do quintal de casa”, em que todos se sentem familiarizados com as pessoas e com o espaço.

Partindo desse princípio, organizada por um grupo de amigos, o evento denominado “Pracinha Fest”, que ocorre mensalmente na Praça José Luiz, conhecida pelos moradores como “Pracinha Tabacow”, em referência à fábrica que existia no entorno, tem como objetivo resgatar a convivência entre moradores, comunidade e vizinhança, como antigamente (GAZETA VIRTUAL, 2012). O evento tem trazido antigos e novos moradores à praça. A retomada da hospitalidade, permeada nesses espaços urbanos é uma tentativa de trazer significado e trocas sociais.

Talvez associado a esse desenvolvimento, as formas de convivência também se modificam já que, são moldadas à medida que novos polos de serviços surgem para atender às novas exigências proporcionadas pelo crescimento urbano. A transformação de logradouros se intensifica e altera as peculiaridades, histórias e significados de um determinado local.



Figura 13 e 14. Antiga casa em meio as novas construções. Acervo pessoal. Março de 2014.



Figura 15: Casas em primeiro plano com os prédios ao fundo. Acervo pessoal. Março/Junho 2014.



Figura 16: Vila Operária, hoje formada por pontos comerciais e moradia cercada por edifícios. Acervo pessoal. Março/Junho 2014.

Nas imagens das figuras 13, 14, 15 e 16, nota-se a substituição de uma identidade original local com a introdução de outros modelos de moradias. As antigas residências perdem-se em meio a verticalização dos grandes edifícios que passam a ocupar espaços anteriormente pertencentes aos modelos habitacionais originais. Cria-se, assim, uma separação simbólica entre o “velho” e o “novo”, produzindo espaços de não sociabilidade cotidiana. O “velho”, já reconhecido e aceito, legitima “o novo” que passa a ser aceito como elemento dessa nova centralidade proposta.

Na figura 16, especificamente, nota-se ainda resquícios do passado do bairro. Algumas vilas operárias são encontradas tanto na porção norte como na porção sul do bairro (como na foto). Na zona leste, nos bairros do Brás, Belenzinho, Mooca e Tatuapé, esse tipo de construção era característica, em decorrência da concentração fabril. (VIANNA, 2004).

Considerando os aspectos conceituais de acessibilidade, legibilidade e identidade adotados por Lúcio Grinover (2006), a discussão que permeia esse trabalho se dá nas formas de compreensão desse novo bairro, pois vinculado ao processo de urbanização, outras formas de convivência se revelam e se adaptam aos novos espaços urbanos, seja de uma cidade, bairro ou vilarejo. A hospitalidade que se manifesta nesses locais se reformula, pois, a “vida moderna” produz novas situações, mas sua essência se fundamenta no estabelecer no vínculo, na acolhida e na reciprocidade para com o outro. Para Flávio Roveri Martins, neto do fundador da padaria Lisboa, mesmo com as mudanças, o bairro é como uma cidade do interior. Para ele aqui ainda é possível andar nas ruas e cumprimentar as pessoas que por aqui passam. (SANCHEZ, 2010).

Essa “ruralidade” ainda bastante presente no bairro, segundo Carneiro, (1997), pode ser vista como um processo bastante dinâmico em que elementos da cultura local incorporam novos valores e hábitos no decorrer de seu desenvolvimento. Para a autora, a ruralidade é vista como uma nova leitura de antigos hábitos culturais somados às novas realidades propiciadas pela urbanização.

Desta forma, observa-se que:

Tal processo implica um movimento em dupla direção no qual identificamos, de um lado, a reapropriação de elementos da cultura local a partir de uma releitura possibilitada pela emergência de novos códigos e, no sentido inverso, a apropriação pela cultura urbana de bens culturais e naturais do mundo rural, produzindo uma situação que não se traduz necessariamente pela destruição da cultura local mas que, ao contrário, pode

vir a contribuir para alimentar a sociabilidade e reforçar os vínculos com a localidade. (CARNEIRO,1997, p.61).

O Tatuapé assim como a Mooca, são bairros atualmente dotados de uma variedade de serviços, estão próximos a estradas, contam com uma estrutura grande de transporte e atraem principalmente moradores nascidos na zona leste. (FONSECA, 2014). Porém mantem traços de vizinhança interiorana. Para a moradora Carol Doher, nascida no Tatuapé, ex-proprietária de uma loja no Morumbi, hoje de volta ao bairro de origem e proprietária de um bistrô na região, afirma:

Percebo uma diferença entre o público do Morumbi e do Tatuapé. Acho o cliente da zona sul mais conservador e mais fechado. Aqui no Tatuapé, parece uma cidade do interior. As pessoas são conhecidas. [...] são muito bairristas e isso para mim é positivo, porque são clientes fiéis [...] elas se gostam e se abraçam. Gosto do Tatuapé e hoje mais do que nunca tem vida aqui. Antes não tinha. Eu tinha que cruzar a Radial Leste para comprar roupa. Hoje não saio mais do bairro, resolvo tudo por aqui. (JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO, 2014, p.2).

Para Geoffrey Hamilton-Jones, consultor de estratégia de marketing da empresa Porte Construtora, que atua especificamente na região, o bairro:

Para mim, o que mais define essa região são as pessoas que aqui moram, porque eu tenho a sensação de que, por aqui as pessoas têm mais respeito umas com as outras. É quase como um estilo de vida de uma cidade do interior. Além disso é uma região com muitas vantagens, como ser servida por estações de metrô, estar perto do aeroporto internacional e ter fácil acesso para as rodovias que levam ao interior e ao litoral. (REVISTA PAISAGEM URBANA, 2014, p. 38).

O bairro do Tatuapé vive essa mistura de elementos. Originalmente uma região denominada suburbana, por concentrar fábricas e chácaras, (MARTINS, 2002), o Tatuapé, assim como outras regiões da capital, é palco de alterações urbanas decorrentes da formação da cidade de São Paulo. Ainda com a identidade bastante presente dos “ares de interior” nas vilas, onde os moradores, muitos deles filhos de imigrantes portugueses e italianos, principalmente, se conhecem e convivem intensamente, nas praças, que isoladas em meio aos edifícios e ao trânsito frenético mantêm um pouco da tranquilidade e do verde remanescentes e na rapidez do desenvolvimento, com uma rede de serviços crescente, nos chamados espaços de conveniência, centros de compras, alimentação e entretenimento.



Figura 17



Figura 18

Figura 17: Construção da estação de metrô Tatuapé em 1981. Disponível em <<http://www.gazetavirtual.com.br>>. Acesso em 03/04/14.

Figura 18: Foto do local, no ano de 2010 com os shoppings Metro Tatuapé e *Boulevard* Tatuapé no entorno da estação de metrô. Um na porção norte e outro na porção sul do bairro. Disponível em <<http://www.gazetavirtual.com.br>>. Acesso em 03/04/14.



Figura 19



Figura 20

Figura 19 e 20. Vista do Parque (PET – Parque Esportivo do Trabalhador), em 1970, ainda um imenso descampado e 2014, respectivamente. Nota-se na figura 20, a intensa verticalização no entorno com prédios de alto padrão. Disponível em: <https://ssl.panoramio.com/photo_explorer#user=1910439&with_photo_id=102842828&order=date_desc>. Acesso em 01/11/14.

Essas alterações urbanas podem ser percebidas com mais clareza nas figuras 17, 18, 19 e 20, que evidenciam o fenômeno da verticalização do Tatuapé, próximo a dois pontos importantes do bairro. A Radial Leste, principal eixo de ligação com o centro da cidade e os demais bairros da zona leste da capital e o Parque Esportivo do Trabalhador, (PET), antigo CERET, na região nobre do Jardim Anália Franco.

As modificações propiciadas por esse processo, não só modificam as relações sociais, como também o espaço urbano, que se adapta às novas formas de uso, trazendo não só características novas àquele determinado local, mas também atraindo novos contingentes ao ambiente.

Dessa forma, diante de tais mudanças, é importante compreender como a hospitalidade se insere nos novos cenários do bairro e como as relações entre o antigo e o novo se fundamentam, criando novas identidades dentro de um ambiente de serviços.

No próximo capítulo observa-se esta caracterização ao demonstrar que o setor de serviços é parte integrante dessa mudança nos grandes centros. Com a criação de polos de serviços na cidade, como a figura da hospitalidade se incorpora aos novos hábitos urbanos.

3. SETOR DE SERVIÇOS.

Para o encadeamento entre a relação permeada pela hospitalidade, setor de serviços e as consequentes transformações advindas no espaço urbano, sobretudo no bairro do Tatuapé, é importante compreender as mudanças ocorridas nesse complexo sistema. Dentro desse conceito, no capítulo anterior, tomou-se como base aspectos históricos, econômicos, urbanos e também culturais da região em questão, além de conceitos sobre hospitalidade urbana a fim de traçar um breve panorama.

Nesse capítulo, objetiva-se, além de trazer definições e características do setor terciário, relacionar seu papel no contexto da hospitalidade. Como as transformações provenientes do processo de globalização propiciaram a intensificação de processos econômicos, políticos e sociais que vêm contribuindo para o desenvolvimento de grandes centros urbanos, sobretudo relacionados às tendências de terciarização ⁵.

3.1 Setor de serviços: características.

O setor de serviços é atualmente destaque nas economias mundiais. Dentro desse panorama, as cidades vêm sofrendo modificações nesse campo, principalmente os relacionados à hospitalidade. A relação entre esses temas, parte da premissa de que o setor de serviços é uma manifestação de acolhimento e que esses espaços de vivência e pertencimento são fundamentais para que a o mecanismo da hospitalidade se consolide.

Com o processo de interdependência proporcionado pela globalização, as cidades tornaram-se terminais de conexão entre economias fazendo com que a concentração de serviços se situe nos grandes polos urbanos.

O serviço em sua essência implica no desempenho. Embora elementos tangíveis sejam parte desse conjunto, sua realização é totalmente intangível. Para Lovelock, (2002, p.5). “Serviço é um ato ou desempenho oferecido por uma parte a outra cujo desempenho é intangível e suas atividades econômicas criam valor e fornecem benefícios para os clientes”.

⁵ O termo terciarização refere-se ao processo de alteração da estrutura econômica caracterizado pelo aumento da participação do setor terciário na produção nacional e no emprego. (VASCONCELLOS, 2014).

Além de sua natureza intangível, o serviço não pode ser estocado, é altamente variável e perecível, portanto sua complexidade volta-se mais uma vez, à interação entre partes. (KOTLER, 2000). Sendo assim, a criação de experiências por meio dos serviços são percepções de valor que variam de acordo com contextos que podem ou não satisfazer seus consumidores.

Meirelles (2006), definem o setor terciário em três grandes focos: uso de fluxo, variedade e uso intensivo de recursos humanos. O fluxo só acontece mediante a solicitação do serviço pelo usuário, por isso suas características de inestocabilidade (não pode ser estocado) e da incomensurabilidade (não pode ser medido). A variedade refere-se à diversidade de possibilidades que o serviço pode proporcionar, com diferentes técnicas e, a interatividade, o relacionamento gerado no ato de sua realização, refere-se por fim, ao uso de recursos humanos, foco principal de seu processo. Por esse motivo, serviços não são produzidos, são prestados e remetem a uma ação, à realização de um trabalho, atividade.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002, p.51), “serviços são ideias e conceitos; produtos são objetos”. Considerando essa afirmação, a subjetividade é uma característica implícita, ou seja, o que pode ser bom para uma pessoa, pode não ser à outra. É a experiência vivenciada que varia de acordo com a percepção de cada um, ou seja, Rathmell (*apud*, LAS CASAS, 2010) compreende o serviço como uma ação, um desempenho.

Essas ações, dada sua variabilidade, podem ser agrupadas de acordo com critérios de classificação que trabalham características comuns. Entre as inúmeras categorizações, Las Casas (2010), aborda duas grandes esferas, os serviços prestados a organizações industriais, comerciais e institucionais, e os serviços de consumo, prestados diretamente ao consumidor.

A evolução do setor terciário se dá em virtude dessa internacionalização, atrelada a inovação tecnológica, sobretudo pautada na integração entre computação e telecomunicações, que possibilita operações em vários continentes. (LOVELOCK, 2002).

O setor de serviços é atualmente a parcela mais dinâmica da economia, pois concentra grande parte do número de empregos gerados. Além disso, essa revolução se deve a mudanças ocorridas na sociedade, que se tornou mais urbanizada e tecnológica, acarretando mudanças socioeconômicas que implicam necessidades distintas. (CORREA, 2002).

O dinamismo do setor é o grande responsável por impulsionar grandes economias mundiais, que têm grande parte do Produto Interno Bruto (PIB) gerado atrelado ao setor terciário. No Brasil, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE,

2014) são 68,5% do PIB e 75% dos empregos formais na prestação de serviços, que geraram em 2012 mais de 1,2 milhões de vagas no mercado de trabalho. Essa concentração está localizada em grandes áreas urbanas. (IBGE, 2014).

A cidade de São Paulo, no ano de 2012, por exemplo, registrou a abertura de 72 mil vagas formais só no setor de serviços (TUON, 2012). Esse número é reflexo do aquecimento da economia e do crescimento do poder de compra do brasileiro, que passou a consumir e utilizar serviços das mais diversas naturezas.

O incremento do setor de serviços deve-se sobretudo ao fenômeno de terciarização da economia de mercado. A mecanização das atividades do campo, a própria mecanização da indústria, com a evolução de maquinários e novas técnicas de produção, e o avanço da tecnologia, associados ao processo de globalização, propiciou a migração em escala mundial, regional e local, das atividades econômicas ao comércio e serviços. Essa terciarização econômica liga-se diretamente à dependência das pessoas em relação a inúmeros serviços, à inserção de novas formas de comercialização entre consumidores e produtores, à especialização do mercado e às mudanças no espaço geográfico advindos com o processo de urbanização de grandes centros, com o consequente direcionamento de emprego e renda para o setor de serviços. (PENA, 2014).

O setor terciário, por sua vez, encontra-se inserido em um mecanismo de reestruturação produtiva. Essa reestruturação se estabeleceu em meados da década de 80, em que o capital financeiro, a inovação tecnológica e a descentralização organizacional ganharam espaço, além da intensificação do comércio com uma diversidade de produtos e serviços. Na era pós industrial, o setor de serviços passou a ser a vertente principal da economia, associado também a urbanização das cidades e ao maior poder aquisitivo das pessoas. (PENA, 2014).

A flexibilização do trabalho, ocasionada em decorrência da crise dos sistemas fordista e taylorista de produção passou a agregar em suas atividades a produção voltada à chamada demanda de mercado, em que o ritmo de produção se regula, de acordo com as necessidades dos consumidores. (PENA, 2014)

A reestruturação compete às mudanças ocorridas na sociedade, que segundo Dall'Aqua (2003), geram diferentes efeitos multiplicadores dentro de uma região, associadas a uma estrutura de distribuição de renda e de padrões de consumo baseados no individualismo, principalmente serviços e bens voltados à comunicação e a tecnologia.

Diante dessas características, para Dall'Aqua (2003), a reestruturação produtiva traz além de modificações na estrutura de produção, mudanças na demanda, novos padrões de consumo e distribuição. Ainda segundo a autora, o consumidor nesse novo panorama está no centro das atenções, uma vez que em busca da satisfação de suas necessidades, passa a ter grande poder de escolha diante da grande variedade de produtos e serviços a sua disposição. A cadeia produtiva diante dessa nova característica de consumidor, é alimentada por meio de empresas de grande, médio e pequeno porte que buscam a eficiência no mercado e a fidelização de seu público.

O setor de serviços, também se enquadra nessa reestruturação, já que a interdependência entre produção de bens e serviços se torna cada vez maior. E esta prestação de serviços por ser bastante heterogênea, com atividades distintas entre si, cresce na complexidade de produtos que demandam serviços, trazendo novos padrões de comportamento e exigências. (DALL'AQUA, 2003)

A importância do setor terciário é também evidenciada no papel que exerce no desempenho de outros setores da economia, como o industrial, que se utiliza dos serviços como suporte às atividades de manufatura, (área de Recursos Humanos, Manutenção etc), que atuam como fatores de diferenciação competitiva, atuando no valor percebido pelo consumidor. (GIANESI e CORRÊA, 1996).

O gerenciamento de serviços, por ser intangível se fundamenta na operação, que necessita da presença do executor (prestador de serviço) e o cliente. A experiência vivenciada pode ser positiva ou não. Cabe ao funcionário adequar o serviço às necessidades específicas de cada cliente, personalizando-o. (GIANESI e CORRÊA, 1996).

Esse incremento somado a novos hábitos faz com que o setor terciário se torne cada vez mais influente no dia a dia das pessoas. Sua variabilidade se expande à medida em que novas necessidades são buscadas. (GIANESI e CORRÊA, 1996), atrelada ao avanço econômico que insere novas formas de comercialização.

3.2 A hospitalidade nos serviços.

Ao considerar a hospitalidade em sua dimensão comercial, é possível compreender que embora haja a troca monetária, a finalidade é a interação entre pessoas e a qualidade desse relacionamento é que cria e estreita laços sociais. (TELFER, 2004).

Serviços oferecidos em preceitos da hospitalidade muitas vezes fidelizam o consumidor. Assim sendo, entender que a hospitalidade comercial envolve processos de prestação de serviços, efetuados por pessoas, permite estabelecer trocas e interações que se perpetuam em um determinado tempo e espaço e que compreendem a um objetivo comum: o cliente em ver suas necessidades e desejos atendidos e o prestador de serviço, que vê seu objetivo cumprido. (LASHLEY e MORRISON, 2004)

A hospitalidade se coloca como elemento natural dentro do processo. É ela que traz legitimidade ao relacionamento, que dentro de um contexto capitalista, pode muitas vezes ser visto como uma mera encenação, o que a longo prazo não se sustenta. Por isso a busca da eficiência deve ser fundamentada em princípios, sem deixar de lado os laços sociais e traços de acolhimento (TELFER, 2004).

Desse modo, diante de tantas opções, a figura da hospitalidade deve exercer seu papel na busca da interação entre as partes, consolidando relacionamentos e resgatando coletividades. (TELFER, 2004).

A hospitalidade hoje é parte de um complexo multidisciplinar que envolve não somente os setores turístico-hoteleiros, mas também aspectos sociais e culturais de interação entre aqueles que habitam determinado território e os que usufruem serviços e produtos desse mesmo local. (GRINOVER, 2009). Desse modo, os polos de serviços têm papel fundamental na criação desse fenômeno.

Os serviços, são bens intangíveis, ou seja, não constituem um bem material (KOTLER, 2000). Portanto, para que o serviço faça o seu diferencial, embora se adotem inúmeras estratégias relacionadas a preços, instalações e equipamentos, o contato humano é a grande ferramenta para que a essência do serviço se concretize. E nesse contexto a hospitalidade passa a ser fundamental. A hospitalidade está intrinsecamente relacionada à prestação do serviço, pois sua natureza é baseada nas relações humanas. Por mais que essa relação seja comercializada, havendo certo impacto na conduta hospitaleira, é implícito o fato do acolhimento de alguma maneira (LASHLEY e MORRISON, 2004)

Fitzsimmons e Fitsimmons, (2005) abordam a questão da experiência. Para eles, os serviços se transformam em experiências, por meio das relações estabelecidas entre partes. Assim, o consumidor em busca da satisfação de suas necessidades e desejos, passa a ter grande poder de escolha diante da grande variedade de produtos e serviços a sua disposição.

O conceito de experiência, é o fato de algo trazer referências. Para Grinover, (2009), um restaurante, uma padaria, a banca de jornal, um café, a praça da cidade são além de lugares, para muitos, espaços importantes, pois há um vínculo criado ali. O que se vende são as experiências e não somente o lugar propriamente dito. Para o autor:

A prática da hospitalidade na cidade está condicionada pelas infraestruturas presentes e suas normas de utilização. O entorno vivido é lugar de trocas, enquanto matriz de um processo de hospitalidade. O que é necessário assinalar é que a hospitalidade não é mais um negócio de fronteiras ou de limites de um lugar, como na hospitalidade clássica. Hoje a hospitalidade de ou na cidade, definida como um sistema de atividades, se coloca ao longo de uma cadeia que vai do construído aos espaços públicos e às redes de infraestruturas, compartilhando a noção de atividade com a de experiência. (GRINOVER, 2009. p. 6)

Transformações urbanas intensas propiciam o surgimento de novos polos de serviços, que modificam logradouros, trazem novas formas de convivência e para atender a demanda gerada, acarreta o aparecimento de redes de conveniência que permeiam e moldam a hospitalidade local.

A hospitalidade é o conjunto não só de serviços, voltados ao segmento do turismo e hotelaria na cidade. É um sistema maior de estruturas, com o objetivo de acolher pessoas e deixar que essas usufruam a composição da cidade, assim como seus moradores. (GRINOVER, 2009). Bastos, (2012), aponta ainda que a hospitalidade traz diferentes concepções de acordo com sua contextualização histórica. Seja por meio da incondicionalidade, de elementos sociais ou da identificação social, mas sua essência se fundamenta na interação entre partes.

O conjunto desses elementos é parte do sistema inserido no conjunto da hospitalidade, que implica na interação entre os componentes gerando um fluxo. Para Beni (2006), esses componentes são formados pelas relações, atributos, entradas e saídas além de outros fatores de influência como o meio ambiente. Ou seja, as relações de hospitalidade estão

intrinsecamente relacionadas à prestação desses serviços em espaços de vivência e para que seja positiva é fundamental a troca entre as pessoas que nele interagem.

Talvez associado a essa troca, fundamentam-se também as formas de convivência, que são moldadas à medida que novos polos de serviços surgem para atender às novas exigências proporcionadas pelo crescimento urbano e pela própria transformação dos logradouros, que acarreta maior número de pessoas circulando pelas adjacências e por essa razão, se faz necessária a presença de uma rede de conveniências das mais diversas naturezas para atender a ampla demanda gerada.

A hospitalidade associada aos serviços está vinculada segundo Lashley e Morrison (2004) ao domínio comercial. Aqui a oferta da hospitalidade é trabalhada enquanto atividade econômica, que existe para um fim comercial baseada na lei da oferta e procura, cuja troca é essencialmente monetária. De qualquer modo, a intangibilidade do serviço é pautada pela reciprocidade e acolhimento que deve ser exercido por aquele que se relaciona diretamente com o consumidor. Muitas vezes o relacionamento faz o diferencial no poder de escolha, seja de um produto ou serviço e a hospitalidade implícita nesse mecanismo passa a ser fator decisivo. Assim, pode-se considerar que os serviços criam ambientes favoráveis de hospitalidade, mas para que seu uso seja pleno, os participantes desse processo necessitam estabelecer laços sociais para que a excelência seja percebida positivamente.

Dentro desse conjunto de serviços complementares, a hospitalidade tem o papel de buscar em todas as suas etapas de serviços o bom atendimento, a satisfação do cliente para que a experiência desse momento seja hospitaleira, ou seja, que as expectativas e necessidades do cliente tenham sido atendidas, deixando-o satisfeito, mesmo em se tratando de hospitalidade comercial, uma vez que, embora haja a relação de mercado (compra e venda), é importante que se busque sempre a eficiência dos serviços sem deixar de lado os laços sociais e traços de acolhimento.

Ainda de acordo com Lashley e Morrison, (2004), o desenvolvimento de laços sociais são elementos dos chamados atos de hospitalidade, que acabam por consolidar a relação entre pessoas. Dentro desse contexto, a hospitalidade comercial, mesmo inserida no âmbito de troca financeira, tem sua capacidade de atrair e manter clientes, pautada na qualidade do serviço, que, como dito anteriormente, se faz por meio das relações interpessoais estabelecidas em um tempo e espaço, que variam de acordo com as experiências, objetivos e expectativas de cada um. Thompson, (1998), menciona que as pessoas se relacionam de acordo com um conjunto

de circunstâncias que propiciam diferentes contextos, ou seja, cada um possui seu “campo de interação”, em que ocorrem inclinações e oportunidades dentro da chamada vida social.

Camargo (2004), aponta que a hospitalidade sempre foi pautada entre pessoas e espaços, porém com o “comércio da hospitalidade”, deve-se ter em mente que a troca hospitaleira se dá além do valor monetário. “[...] na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato, sendo que esse após deve ser entendido como “para além do” ou “tudo que se faz além do contrato”. (CAMARGO, 2004, p. 46).

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons, (2000, p. 224), a hospitalidade é também:

Um conceito conhecido por fazer parte de um grupo de atividades chamadas de suplementares, agregando valor ao tratamento dispensado aos clientes, que devem ser recebidos como hóspede em qualquer empresa. A principal vantagem reside no fornecimento de algo captado com antecipação, entendido como necessidades e desejos dos clientes, nas interações com o fornecedor de serviços. A hospitalidade é um fator que toda a organização prestadora de serviços deveria cultivar como parte de atividade complementar e que, em resumo, trata do prazer de atender novos clientes e em saudar os antigos, quando eles retornam.

A hospitalidade dentro do contexto comercial pode ser vista como um atrativo, pois a empresa que conhece seus consumidores é capaz de atingir e superar as expectativas estabelece vínculos duradouros. Porém, fato é que a imposição de um comportamento como uma obrigação, não sobrevive no longo prazo, pois o cliente hoje não quer ser bem tratado somente porque paga pelo serviço ou produto ele quer qualidade e sinceridade nesse sistema. Assim deve-se buscar em todas as etapas do serviço, o bom atendimento e a eficiência sem deixar de lado os laços sociais e traços do acolhimento. A eficiência profissional não elimina os laços.

Para Grinover, (2002, p. 25), “[...] o estudo da hospitalidade implica em amplo e complexo contexto sociocultural, a partir do momento em que se criam ou implementam relações já estabelecidas”. Portanto, realizam-se trocas de bens e serviços materiais ou simbólicos, entre receptor e acolhido, anfitrião e hóspede, sendo que a noção de hospitalidade se emprega em diferentes contextos.

O que se observa atualmente nas grandes cidades são os chamados espaços comerciais, como parte importante de um sistema de hospitalidade. Essa oferta de produtos e serviços dentro de uma determinada localidade é dotada de particularidades nas quais devem

se estabelecer laços de hospitalidade, mesmo dentro de uma região tão povoada e dotada de uma complexa rede de serviços. É esse acolhimento que faz o diferencial no poder de escolha do consumidor. O cliente irá considerar um conjunto de fatores para que sua decisão seja tomada, seja ela referente à compra de um produto ou serviço e a hospitalidade será parcela significativa nessa escolha.

Inserida nesse conjunto, a figura da hospitalidade torna-se uma vertente associada diretamente à operacionalização desses serviços, voltando-se também às questões de necessidade social e às manifestações de acolhimento.

Por isso, o grande desafio é se adequar aos diferentes perfis de consumidor que surgem na medida em que a cidade se modifica e se reinventa sem perder os laços do bem receber.

3.3 Polos de serviços em um ambiente urbano: cidades.

O termo cidade-global, muito difundido, foi utilizado por Saskia Sassen, (2010) socióloga holandesa, no início dos anos 90 em uma pesquisa que consistia em estudos profundos e detalhados sobre as cidades de Nova Iorque, Londres e Tóquio, por meio de análise das mudanças sofridas por essas metrópoles, para a adaptação às novas dinâmicas da economia globalizada.

Assim, as cidades-globais se constituem de organismos que se voltam a uma economia essencialmente de serviços, agregando atributos como número significativo de empresas transnacionais, vasta rede hoteleira, modernos aeroportos e bolsas de valores de importância internacional, constituindo uma ampla rede de serviços que se interconectam. (GASPAR, 2012)

Com isso, verifica-se que a cidade multifuncional se volta aos centros de coordenação, controle e prestação de serviços, concentrando funções de comando e locais de produção pós-industrial. Por esse motivo, o capitalismo globalizado é gerador de vertentes significativas para a produção do espaço urbano. Fundamentadas nessa nova tendência, as cidades vêm se adaptando às novas necessidades geradas no processo econômico. (GASPAR, 2012)

A terciarização constante subsidia grandes transformações nas cidades. Para Sassen, (2010) a urbe se altera, cada vez mais em espaço produtivo e nas mais variadas dimensões às

quais a questão capitalista exerce influência, seja no âmbito financeiro, econômico e cultural. A individualização nas relações sociais é dominante às coletividades e o setor de serviços nesse panorama, é parte central nessa nova dinâmica urbana.

As cidades no decorrer da história desempenharam papéis importantes na vida da sociedade. Com o desenvolvimento do sistema capitalista e a globalização, as cidades ganharam destaque por concentrar pessoas e serviços, cada qual com suas particularidades.

Para Dias (2002), a cidade em sua construção passa por modificações que se voltam a funções distintas. O homem modifica e adapta espaços em subconjuntos que se conectam, formando sistemas. A autora ainda constata que a cidade é fonte de enraizamento espacial, ou seja, os indivíduos criam vínculos com os espaços em que vivem.

Com o processo de globalização, inovação tecnológica e adensamento urbano, as metrópoles passaram a concentrar cada vez mais atividades no setor de serviços. Com a economia globalizada voltada atualmente ao gerenciamento de atividades interligadas geradas a partir de centros, a cidade passa a ser responsável pela ligação entre novas tendências, exercendo papel influenciador sobre as demais regiões. (DIAS, 2002).

Fato é que as cidades em sua origem apresentam no setor de serviços, o comércio como atividade precursora. Para Vargas (2012), a palavra comércio se relaciona ao conceito de troca, que decorre das relações humanas, em que há a interação entre vendedor e comprador. Esse intercâmbio estimula o convívio, ou seja:

O caráter social da atividade de troca e, conseqüentemente do comércio aparece imediatamente quando para a troca se realizar, existe a necessidade do encontro, envolvendo além das mercadorias, a troca de ideias, palavras, experiências e sensações que fazem parte do encanto do consumo[...]. (VARGAS, 2012, p. 74).

O comércio para Vargas (2012), está diretamente relacionado ao cotidiano das pessoas, pois reflete comportamentos, na medida em que evidencia hábitos de consumo atrelados à cultura local. O comércio passa a ser o elo final entre a rede de abastecimento e o consumidor.

Assim como o comércio, o turismo é também um elemento em que o serviço e hospitalidade interage trazendo novos hábitos a uma determinada localidade. A diminuição das distancias ocasionadas pelo fenômeno global, aliado ao aumento de renda, urbanização,

melhorias na infraestrutura e transportes (aéreo e rodoviário, principalmente), faz com que a esfera de serviços que permeiam a categoria turística, não só influencie o viajante, como também o habitante local, interferindo no espaço comum que se modifica. (DIAS, 2002).

Pearce (1988, *apud*, PINHO, 2010), verifica-se que essa esfera de serviços não só influencia o turista, como também o morador local, pois normalmente após a implantação de um serviço seja de hospedagem ou alimentação, ao considerar a cadeia turística, por exemplo, o entorno se desenvolve com serviços complementares e infraestruturas associadas, como aeroportos, rodovias, transportes entre outros, que não só beneficiam o hóspede-visitante como também o morador local.

Grandes investimentos realizados em cidades que foram sede de eventos mundiais como Copa do Mundo e Olimpíadas, ganharam não só em infraestrutura turística, (hospedagem e alimentação, principalmente), como em serviços complementares participantes dessa cadeia produtiva como, por exemplo, investimentos em malha viária, (estradas, aeroportos, meios de transporte em geral), que hoje estão incorporados para o uso dos habitantes dessas regiões, (PINHO, 2010). Portanto o que se observa é o funcionamento entre os elos gerando a interdependência e a complementaridade entre setores com foco no consumidor final.

Com a urbanização, as cidades deixaram de concentrar indústrias e passaram a buscar nos serviços seu desempenho na economia e, com a expansão da atividade turística em todo o mundo, a diversificação de opções voltadas para o atendimento não só do turista, mas do habitante passou a ser característico nos grandes centros urbanos e as novas formas de comércio se alteraram em decorrência dessas transformações. (GASPAR, 2012).

Para Dias (2002), as cidades, ocupam um lugar de destaque na atividade turística devido a alguns fatores como a centralidade em relação às redes de transporte e à diversidade de recursos além da concentração de pessoas. Além disso, os elementos formadores desse conjunto, incluindo o poder público, serviços de infraestrutura urbana, como água, energia elétrica, limpeza urbana, rede de coleta de esgoto, também são imprescindíveis para que a atividade hoteleira se concretize. A cidade precisa ser acolhedora para seus habitantes e turistas e para isso é imprescindível que a organização pública aconteça. Coleta de lixo, iluminação e limpeza nas ruas, segurança, entre outros, fazem parte do contexto hoteleiro no qual todos devem se beneficiar.

Dentro dessa concepção, setores voltados a atividades turísticas, entretenimento, lazer, cultura, comércio e alimentação em geral se estabelecem como eixos da atividade econômica

local e impulsionam mudanças no comportamento da população que, na medida em que adquire mais conhecimento, passa a exigir e a definir novas necessidades, novos patamares de atendimento e qualidade nos serviços prestados. (DIAS, 2002)

Os novos polos de serviços precisam atender às novas exigências proporcionadas por esse mecanismo e para isso se faz necessária a presença de uma rede de conveniências das mais diversas naturezas para atender a ampla demanda gerada pelos turistas e pelos residentes nas cidades. A busca por novos patamares de serviços, associa-se à padrões mais complexos de atendimento e acesso a um amplo leque de opções que os circundam dentro dos grandes centros urbanos. (DIAS, 2002)

A cadeia de serviços que se interconecta está concentrada nos grandes centros urbanos devido a grandes investimentos nas metrópoles que movimenta a economia e influencia novos perfis de comportamento e consumo de habitantes locais, que fazem parte dessa nova tendência e cabe a esse conjunto de elementos formadores da hospitalidade, buscar subsídios em prol do bom atendimento e criação de laços sociais. (DIAS, 2002).

Essa cadeia de serviços é bastante ampla, com um desempenho significativo na economia, em relação à geração de divisas e empregabilidade, além de outras características. A parceria é parte do processo de reestruturação produtiva, mencionado anteriormente, no qual vários são os participantes desse elo que depende de investimentos, parcerias com o poder público e atualização constante frente às mudanças.

Polos de serviços são cada vez mais frequentes nas cidades, com destaque às atividades de lazer e entretenimento que representam novos hábitos urbanos. Os espaços terciários passam a se concentrar em determinados locais, criando interfaces entre território, economia, imagem, aspectos socioculturais e de arquitetura e design de cada localidade em que se encontra. (VARGAS, 2012).

Considerando a questão território-comércio pode-se evidenciar que a localização desses polos se relaciona diretamente com a revitalização de logradouros, propiciada muitas vezes pela especulação imobiliária que insere novos perfis urbanos, seja voltado às residências ou a áreas empresariais, alterando o fluxo de passantes. As transformações regionais passam a estabelecer novas redes urbanas, criando diferentes relações com esse território modificado. (VARGAS, 2012).

Essas transformações são cada vez mais discutidas nos grandes centros urbanos. A cidade de São Paulo, por exemplo, após um grande processo de expansão, inclusive de sua

área periférica já a partir dos anos 50, busca em seu novo Plano Diretor, estabelecer novos padrões de uso e ocupação do território. O que se pretende é equalizar o avanço de grandes edifícios e inserir “cidades compactas” dentro desse imenso conglomerado (CORREA, 2014). A cidade compacta é aquela em que se encontra uma diversidade de serviços, possibilitando o uso misto do espaço, com comércio, empresas, lazer, moradia e áreas verdes, ou seja: “Quanto mais denso de pessoas e serviços é um local, menor é o consumo de petróleo por habitante” (CORREA, p. 34, 2014), pois o deslocamento se dá muitas vezes a pé, melhorando o movimento pendular vivido atualmente.

Ao pensar em pequenos “nichos”, a cidade se transforma, pois, com a intensificação das áreas urbanas, o centro da cidade passa a se “diluir” com o aparecimento de “subcentros” que trazem novas conversões de serviços e negócios. (VARGAS e CASTILHO, 2009).

O centro das cidades, antes vistos como locais de concentração de serviços, negócios, empregos, lazer, religião e comércio, passa a diluir suas atividades com os demais núcleos que surgem em decorrência do processo de urbanização. (VARGAS e CASTILHO, 2009).

Para Junior e Santos (2012, p. 2).

A formação de novas centralidades está vinculada à importante questão centro-periferia decorrente da alteração na configuração espacial urbana, como na dinâmica da cidade. Considerando-se a dinâmica do desenvolvimento da cidade, existem os elementos que configuram a produção do espaço urbano e a sua reestruturação num processo que evidencia as áreas de concentração do espaço urbano, a centralidade. Essa se torna explícita, através das mudanças espaciais da cidade relacionadas às áreas de atividades comerciais e de serviços que apresentam a descontinuidade assim como novos espaços fragmentados e sustentados na relação centro-periferia.

Os novos núcleos, interferem na estrutura urbana alterando as relações com o entorno. Ao modificar o espaço novas configurações são vivenciadas no cotidiano da região. Nesse contexto, a questão da hospitalidade passa por transformações relacionadas a novas realidades geradas ao processo de urbanização.

A cidade de São Paulo de maneira geral passou por um intenso processo de metropolização e de reestruturação produtiva, na qual as indústrias migraram ao interior do Estado e a cidade passou a concentrar cada vez mais empresas voltadas ao setor de serviços,

coordenação, gestão e informação do capital assim como vários centros comerciais (LENCIONI, 2004).

Esse processo que se intensifica, subsidia o surgimento de novos espaços, voltados essencialmente aos serviços, com grandes edifícios em detrimento de bairros residenciais. Para Carlos (2007), os novos modelos, se consolidam a partir da destruição de bairros e da migração de antigos moradores para as adjacências, modificando não só a estrutura de uma região, como também alterando o cotidiano dos moradores, com novos modelos culturais e comportamentais, ou seja:

[...] as novas condições de existência se realizam desigualmente através da criação de uma rotina organizada (no espaço e no tempo) da vida cotidiana, transformando radicalmente a sociabilidade uma vez que produz transformações nos usos do espaço. O empobrecimento da vida acontece à medida que as relações entre as pessoas passam a ser substituídas por relações profissionais ou institucionais. O tempo, por sua vez, se acelera em função do desenvolvimento da técnica modificando, as relações dos habitantes com o lugar e também no lugar. (CARLOS, 2007, p. 26).

Essa nova realidade urbana, configura lugares que se moldam com o desenvolver da cidade. Ainda para Carlos (2007), o espaço vai sendo usado na medida em que readaptações de usos e funções são fomentadas, atraindo capitais.

Essas transformações não são características exclusivas do bairro do Tatuapé, porém é possível observar em meio à intensa urbanização, centros de convivência como praças e parques que se tornam ponto de encontro, sobretudo de moradores mais antigos. Nesse panorama o bairro está em intenso processo de modificação. Com a especulação imobiliária e a verticalização constante, é atualmente palco de grandes construções residenciais e comerciais e desfruta de uma ampla rede de serviços das mais variadas naturezas, inserindo uma nova dinâmica no cotidiano da região.

3.4 Serviços, espaço e o bairro: vivências.

Decorrente do fenômeno de globalização e reestruturação econômica, as alterações urbanas, trazem impactos em uma determinada localidade, modificando o cotidiano de moradores. Muitas vezes, essas transformações urbanas influenciam a imagem que os

moradores constroem sobre a cidade, sobretudo os moradores mais antigos, que passam a ter dificuldade em reconhecer o espaço. (LYNCH, 1999).

Essas interferências acarretam mudanças na dinâmica de um local, principalmente ao sofrer transformações intensas. No bairro do Tatuapé, essas intervenções são parte integrante da paisagem urbana. Antigas casas, vilas e terrenos vão dando espaço a edifícios residenciais e comerciais que não param de crescer. (GAZETA VIRTUAL, 2012).

Segundo dados do SEBRAE- SP (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SP), a economia da região leste do município de São Paulo, de maneira geral, ainda é fundamentada no pequeno comércio. São mais de 4 milhões de habitantes que representam 38,4% da população do município, vivendo em 326, 8 km². (SEBRAE-SP, 2014).

O bairro do Tatuapé e Mooca, são exceções. Possuem crescimento no setor terciário e o comércio na Mooca divide o primeiro lugar na atividade econômica, com os serviços. No Tatuapé além da expansão do setor terciário, o comércio é a atividade central dos pequenos empresários. (SEBRAE-SP, 2014). São 8,2 km², com cerca de 85.000 habitantes, que usufruem de 3 shoppings centers, 28 supermercados, 85 restaurantes, 51 escolas de idiomas, 26 colégios particulares, 6 faculdades, 53 pets shops, 35 academias, 21 laboratórios, 3 hospitais e 117 clínicas de estética entre outros serviços, que o bairro possui. (LANDI, 2011).

Com uma estrutura bastante diversificada de serviços, os moradores do bairro passam a sentir as mudanças. O trânsito intenso, o movimento de passantes, o comércio frenético nas ruas e nos *shoppings centers*, que passam também a ser o grande centro de lazer do morador, e até mesmo o movimento aos finais de semana nos parques da região, repletos de pessoas e bicicletas, são consequências desse novo perfil, cujas características também se encontram em muitos bairros da cidade São Paulo.

Para Carlos, (2007), a modificação intensa do espaço é fruto do desenvolvimento econômico que acarreta novas formas de relação social, novos modos de apropriação desse local à medida em que novas leituras vão sendo incorporadas ao cotidiano de uma população. Essa nova relação com o espaço modificado muitas vezes empobrece a sociabilidade, pois os usos e os sentidos desses lugares passam a ter novas concepções.

Carlos (2007, p. 44), ainda destaca:

É através de seu corpo, de seus sentidos que o homem constrói e usa os lugares – um espaço usado em um tempo definido pela ação cotidiana. Isto é, o lugar é a porção do espaço apropriável para a vida - daí a importância do corpo e dos sentidos que comandam as ações, que envolvem e definem o ato de morar que tem a casa como centro, mas que a partir dela vai ganhando os significados dados pela articulação desta com o bairro, com a praça, com a rua através do movimento da vida. Nesse processo vão se identificando os lugares da vida, marcando/apoiando a relação com o outro. [...]. Assim, vai ganhando significado o espaço imediato da vida das relações cotidianas mais finas - as relações de vizinhança, o ato de ir às compras, o ato de caminhar, a ação que marca o encontro com os conhecidos, permite os jogos, as brincadeiras, dando sentido ao ato de habitar. Trata-se de lugares que o homem habita dentro da cidade e que dizem respeito a seu cotidiano e a seu modo de vida: lugares por onde se locomove, onde trabalha, flana, o espaço da casa e dos circuitos de compras, dos passeios, isto é, formas através das quais o homem se apropria de seu mundo imediato que vai ganhando o significado dado pelo uso e suas possibilidades.

Para Pellegrino (1989, *apud*, MOREIRA, 1999), as relações dos homens com suas atividades e com o espaço construído se conectam às percepções visuais da paisagem e do significado atribuído a elas. Assim, dependendo do grau de relação estabelecido com o lugar, o gostar, o valorizar, ou até mesmo sentir-se indiferente às modificações do espaço são manifestações oriundas desse grau de envolvimento.

O bairro do Tatuapé embora palco de mudanças, ainda preserva lugares de convivência intensa em meio ao emaranhado urbano. Os parques e as praças, em especial preservam a tradição do encontro do antigo com o novo e propicia a interação.

Porém com a gama de serviços existente no bairro, observa-se também que as padarias, muito tradicionais na região, tornaram-se pontos de encontro de diferentes gerações, com diferentes propósitos, seja para tomar um café, almoçar, encontrar os amigos, assistir ao futebol; em época de copa do mundo, por exemplo; ou simplesmente um bate-papo rápido com o atendente do balcão enquanto se compra os pães. Essa apropriação dos lugares se deve aos novos usos provocados no contexto urbano.

Há uma aceleração do tempo no mundo moderno, o que implica em mudanças muito rápidas que invade a vida, modificando-a, impondo novos padrões e formas de adaptação / apropriação dos lugares da vida. Como o espaço é caracterizado pela coexistência de diacronias, descompassos, distorções entre ruínas antigas e produtos da técnica moderna, estamos diante de novas tensões e ao mesmo tempo nos deparamos com novas

formas espaciais e novos usos interferindo no modo de vida. (CARLOS 2007, p 45).

Nessa perspectiva, os bairros, vistos como nichos da cidade têm em suas vizinhanças, mesmo sob as novas perspectivas e intervenções urbanas, lugares de identidade, que se modificam com o avançar do progresso, em contrapartida, os trajetos rotineiros passam a ser lugares articulados. (CARLOS, 2007).

Nos longos e rotineiros trajetos de transportes coletivos motoristas de ônibus, bilheteiros, são conhecidos/reconhecidos como parte de uma “comunidade”, cumprimentados e tratados como tal. As pequenas lojas comerciais existentes nos bairros – o sapateiro, o açougueiro, o tintureiro a loja de armarinho, a farmácia são mais do que pontos de troca de mercadorias, lugares de serviços; são também pontos de encontro, lugares da “prosa diária”, do reconhecimento – que vão revelando a importância do nível do lugar como plano do vivido. (CARLOS, 2007, pp: 44-45).

Esses locais de reconhecimento, trazem a figura da hospitalidade inserida nesse mecanismo de vivência cotidiana e ao analisar o setor de serviços, mais especificamente, os estabelecimentos destinados à alimentação como bares, restaurantes e padarias pode-se observar que estes acabam criando espaços de pertencimento. Essa identidade estabelecida é também explorada em anúncios como os a seguir:

Próxima parada: Tatuapé.



Nossa história começou em um casarão na Vila Mariana onde funcionava uma oficina de bondes, no início do século passado. Justamente nesta época, a vida do Tatuapé se transformou com o vaivém dos bondes que cortavam o bairro. É até possível que alguns deles tenham passado pelo casarão que deu origem à primeira 1900 Pizzeria, e que nos inspirou a valorizar a cordialidade e o sabor daqueles bons tempos.

Hoje, muitas pizzas depois, podemos anunciar com muito prazer que nossa próxima parada será no Tatuapé. E como fazemos há mais de 30 anos, queremos proporcionar também a você noites muito agradáveis, com boa pizza e um ótimo atendimento. Aguarde!



Vila Mariana · Moema · Jardins · Chácara Flora · Perdizes · Morumbi · Tatuapé

Figura 21: Anúncio Pizzeria 1900 ⁶. Fonte: Revista In 2014, ano 26 nº 267. Contracapa.

⁶ Texto do anúncio. Figura 21. “Nossa história começou em um casarão na Vila Mariana onde funcionava uma oficina de bondes, no início do século passado. Justamente nesta época, a vida do Tatuapé se transformou com o vaivém dos bondes que cortavam o bairro. É até possível que alguns deles tenham passado pelo casarão que deu origem à primeira 1900 Pizzeria, e que nos inspirou a valorizar a cordialidade e o sabor daqueles bons tempos. Hoje, muitas pizzas depois, podemos anunciar com muito prazer que nossa próxima parada será no Tatuapé. E como fazemos, há mais de 30 anos, queremos proporcionar também a você noites muito agradáveis, com boa pizza e um ótimo atendimento. Aguarde!”

LANÇAMENTO NO TATUAPÉ

Dora fez do Tatuapé o seu lar.
Fez dos vizinhos seus amigos.
Mãe dedicada, focada no trabalho e na família.

"Eu não sairia do Tatuapé por nada neste mundo."

Dora Soares Moutinho Pacheco
52 anos, casada, mãe de 3 filhos e empresária

ROSSI
ITAPETI 792

MUITO CONFORTO, ESPAÇO E DUAS VARANDAS
NA MELHOR LOCALIZAÇÃO DO TATUAPÉ.

209m²
4 dorms.
(ou 5 suítes)
4 vagas

Terreço social e terraço gourmet.
Terraço útil.

Persepolis do Botic

Kit Fernanda Marques para os clientes do Rossi Itapeti.
• Bônus para compra dos objetos de decoração do apartamento decorado
desta no site www.abodire.com.br
• Projeto de decoração assinado
por Fernanda Marques (em um preço exclusivo).
*O valor de administração de R\$ 1.200,00, inclui condomínio e taxa de administração.

VISITE O APARTAMENTO
DECORADO POR
FERNANDA MARQUES.

Rua Itapeti, 792 - Tatuapé
4003-0980 • rossiresidencial.com.br/itapeti792

Informação: **LOPES**
www.lopes.com.br

Realização e intermediação: **ROSSI**
Compartilhamos o prazer de viver.

A incorporação imobiliária do empreendimento Rossi Itapeti 792 encontra-se registrada sob o nº 02, no matrícula nº 740.232, do 1º Registro de Imóveis de São Paulo-SP em 6/17/2012. LPS Brasil
Condições de venda S.A. CREC/SP-116.000. Rossi Construtora de Imóveis Ltda. CREC/SP-20.000-6. Material impresso em agosto/2012.

Figura 22. Anúncio Edifício Itapeti ⁷. Fonte: Revista do Tatuapé 2013, ano 8 n° 84. p.13.

Roberto Siqueira começou a vida como ajudante na padaria do tio.
Menino aplicado, aprendeu tudo rápido e em alguns anos
já era o gerente não de uma, mas das duas padarias do bairro.
Hoje, Roberto tem padarias até na zona sul. Apesar de seus
negócios terem chegado ao outro canto da cidade.

"Não saio do Tatuapé por nada neste mundo."

Vem aí o lançamento
para você que escolheu
viver no Tatuapé.

ROSSI
Compartilhamos o prazer de viver.

Figura 23. Anúncio Edifício Itapeti ⁸. Fonte: Collares, 2014. Disponível em <http://cargocollective.com>. Acesso em 23/05/14.

⁷ Texto do anúncio Figura.22: Dora fez do Tatuapé o seu lar. Fez dos vizinhos seus amigos. Mãe dedicada focada no trabalho e na família. “Eu não sairia do Tatuapé por nada neste mundo”.

⁸ Texto do anúncio Figura.23: Roberto Siqueira começou a vida como ajudante na padaria do tio. Menino aplicado, aprendeu tudo rápido e em alguns anos já era o gerente não de uma, mas das duas padarias do bairro. Hoje Roberto tem padarias até na zona sul. Apesar de seus negócios terem chegado ao outro canto da cidade: “Não saio do Tatuapé por nada nesse mundo”.

Os anúncios são exemplos ao apelo hospitaleiro vivenciado na região para a divulgação dos seus produtos. A Pizzeria 1900, retratada na figura 21, utiliza-se do ambiente histórico para descrever a vinda do estabelecimento ao bairro e traz na sua contextualização fatores de inserção do morador do bairro à marca 1900 ao mencionar a figura do bonde, comuns ao bairro de origem da Pizzeria (Vila Mariana) e ao bairro destino da nova unidade, evidenciando um apelo também ao morador mais antigo da região do Tatuapé.

A construtora Rossi, por sua vez, no primeiro anúncio, identifica na figura da mulher, esposa, mãe e empresária, como mostra a figura 22, portanto uma mulher bem-sucedida, às fortes relações que essa personagem tem com o bairro e com as pessoas. A tradição está mesclada à modernidade ao atribuir uma construção contemporânea ao lugar de afetividade, como o Tatuapé.

No segundo anúncio, o empresário que começou sua vida profissional no bairro, tornou-se bem-sucedido e mesmo com negócios na “zona sul”, (figura 23) onde se concentram os bairros mais nobres da cidade de São Paulo, afirma que não deixaria o bairro de origem.

Essa estratégia de marketing, deixa evidente que fatores afetivos são muito importantes para as pessoas do bairro e os traços de hospitalidade inseridos nesses anúncios recorrem também como atrativo àqueles que frequentam ou pretendem morar na região. A tradição, a boa convivência, a identidade, atrelados à modernidade e a diversidade de serviços são atributos de destaque, refletindo características do bairro, que cresce mais ainda mantém seus ares de “cidade de interior”, ou seja:

O lugar concretiza as relações, e nesse patamar, se vislumbram as articulações contraditórias entre tempos diferenciados. O uso liga-se à ideia de identidade, que se constrói, no lugar, através das relações que permitem o desenrolar da vida cotidiana. [...] O que marca e determina as relações entre as pessoas e entre elas e a cidade é o uso, e é por isso que no espaço se lê a continuidade da história enquanto duração, bem como as mudanças que se exprimem em distintas funções (que duram ou se modificam). A morfologia, que serve para a realização da função na prática social, revela uma história em que o tempo que se concretiza no uso produz a identidade, materializando-se na memória. (CARLOS, 2007, pp. 60-61.).

Esse apelo mercadológico reflete os novos usos do espaço, que se adapta nas configurações do bairro, sem deixar de lado a hospitalidade presente, manifestada na convivência. A memória afetiva está presente nos anúncios e gera um impacto emocional, ao

mesmo tempo em que traduz a versatilidade do bairro que conta com grandes construções de empreendimentos modernos e serviços ligados também ao lazer e entretenimento.

O setor de serviços é o grande “anuncio” do bairro. Ao mostrar a infraestrutura que o bairro oferece, atrelada a regiões arborizadas e qualidade de vida, porque ainda há uma certa tranquilidade interiorana, evidencia-se que o morador quer a comodidade de bairros maiores sem abrir mão dessa identidade da região, esse “clima de interior”, em que todos se cumprimentam e se conhecem.

Exemplo disso foi a publicação veiculada na Revista Veja SP (edição virtual de 29 de julho de 2014) seção meu Bairro, 25 motivos para amar o Tatuapé. Entre eles, referência a restaurantes, padarias, bares, *shoppings centers*, e o variado comércio estavam na categoria de maior destaque, evidenciando os serviços, mas sem deixar de mencionar o jeito familiar do local, como segue:

No bairro familiar, não faltam opções de comidinhas com jeito de doce da avó. O Tradicional Bolos Caseiros serve aos clientes formas inteiras, como a versão de mandioca com goiabada. Outro endereço que faz sucesso é a Casa de Bolos, que, entre as iguarias, oferece cuca de goiabada. (VEJA SP, 2014).

Esses polos de atração, formados por estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços, atraem um contingente grande de pessoas que buscam ter suas necessidades atendidas, ampliando uma demanda, que é cada vez mais específica. Na zona leste de maneira geral, a carência de polos de atração e a concentração destes no Tatuapé, fez com que a região se destacasse. (WATANABE, 2012).

No próximo capítulo apresenta-se a metodologia empregada para o desenvolvimento da pesquisa, além das análises das entrevistas realizadas, buscando enfocar as reflexões dos aspectos tratados nos capítulos 1, 2 e 3 os referenciais teóricos, objetivos e justificativas para a escolha do tema.

4. EM BUSCA DA HOSPITALIDADE E O BAIRRO DO TATUAPÉ.

O objetivo desse capítulo é apresentar o referencial teórico e metodológico utilizado como base para a realização da pesquisa e os resultados encontrados.

O bairro do Tatuapé como mencionado anteriormente, até o final do século XIX, foi uma região de pouco desenvolvimento econômico e somente em meados da década de 1970 com o adensamento do bairro, loteamento das chácaras e especulação imobiliária a verticalização do entorno se consolidou. (PMSP, 2013). Desse modo a pesquisa procurou analisar as transformações ocorridas no bairro que, de essencialmente operário passou a ser uma das regiões mais valorizadas da cidade de São Paulo, atraindo uma população de alto poder aquisitivo.

4.1 Metodologia.

A pesquisa também buscou verificar aspectos da hospitalidade dentro do setor de serviços, partindo do pressuposto que o setor de serviços é uma manifestação de acolhimento, além de identificar e analisar as transformações urbanas ocorridas no bairro do Tatuapé dentro do conceito da hospitalidade urbana. Foram escolhidas como base para essa verificação duas padarias de maior relevância na região como espaços de vivência, dentro de um perímetro estabelecido, com o objetivo de compreender como essas alterações urbanas se inserem no cotidiano dos moradores.

A verticalização e o adensamento urbano propiciaram a vinda de uma ampla rede de serviços voltados às mais diversas necessidades. Assim, uma das questões suscitadas para a elaboração da pesquisa é se o setor de serviços é capaz de criar fronteiras imaginárias, uma vez que os habitantes desse bairro atendidos localmente em suas mais diversas necessidades e pela facilidade que o bairro oferece, tendem a não se deslocar a outros logradouros em busca desses serviços. Outro ponto, é buscar compreender até que ponto as transformações urbanas localizadas em um bairro influenciam a imagem que os moradores constroem sobre a cidade.

O alto investimento no setor de serviços, na região do Tatuapé em estudo, se dá em decorrência do intenso processo de urbanização do bairro, centrado, sobretudo na verticalização e no adensamento urbano, trazendo assim um conjunto de serviços das mais

diversas naturezas para a região, atraindo investimentos, maior número de moradores e emprego. O Tatuapé, hoje concentra uma rede diversificada de serviços relacionados a entretenimento, alimentação, comércio, entre outros que acabam por alterar o entorno e trazem modificações expressivas no dia a dia da região.

O interesse em trabalhar com esse tema surgiu pelo fato da pesquisadora observar de perto tais transformações e de residir no bairro há doze anos. Essas modificações são bastante acentuadas nessa região propiciadas sobretudo pela verticalização e especulação imobiliária crescentes. O bairro vivencia a grande presença de prédios residenciais de alto padrão, edifícios comerciais e alterações significativas no entorno relacionado principalmente a ampla rede de prestação de serviços nas mais diversas áreas que se estabelecem no bairro desde então ao mesmo tempo em que ainda possui “ares de cidade de interior” que tomam forma nos encontros nas praças, nas padarias e nas pequenas vilas ainda existentes.

Assim sendo, a proposta foi compreender esse processo por meio de entrevistas semiestruturadas realizadas entre moradores que frequentam esses espaços de alimentação e serviços e espaços de convivência. O título referenciado nesse estudo, ou seja; em busca da hospitalidade nas suas relações urbanas: o bairro do Tatuapé- SP; buscou sintetizar e retratar como é vivenciada essa hospitalidade, utilizando como pano de fundo, as padarias, Lisboa e Marengo, buscando essa manifestação de acolhimento no setor de serviços e como se consolida o mecanismo da hospitalidade nesses espaços de vivência e pertencimento.

Para tanto, essa análise fundamentou-se em conceitos sobre a hospitalidade em suas mais diversas perspectivas, em especial a hospitalidade urbana e aspectos relacionados ao setor de serviços. Além disso, em relação a conceituação de urbanização, busca identificar as modificações do entorno e sua influência nas relações sociais coletivas.

A pesquisa ampara-se no aporte teórico de autores como Kotler (2000), Fitzsimmons e Fitzsimmons (2002) entre outros, em seus conceitos referentes a serviços e trata da hospitalidade, urbanização e identidade urbana sob o prisma, de Lúcio Grinover (2002;2006;2007;2008;2009;2013;2014), Ana Fani Carlos (2007), Heitor Frugoli (2000) e Kevin Lynch. (1999)

Kevin Lynch (1999), em seu livro a Imagem da Cidade, evidencia como a cidade é percebida pelos seus moradores baseado em um estudo empregado em três cidades norte-americanas. Nessa pesquisa, a principal conclusão é que a imagem estruturada da cidade pode ser agrupada em cinco tipos: bairros, caminhos, limites, pontos nodais e marcos. Essas categorias são classificadas de acordo com a vivência de cada um, portanto parte de

experiências, recordações e da relação que fazem com o entorno, proporcionando associações específicas com cada elemento da cidade, como a paisagem, por exemplo.

Para Lynch (1999, p 140).

A paisagem desempenha também um papel social. O ambiente identificado, conhecido de todos, fornece material para lembranças comuns e símbolos comuns que unem o grupo e permitem a comunicação dentro dele [...].

Grinover (2007), ao estabelecer parâmetros pautados na Acessibilidade, Identidade e Legibilidade, trata o tema da hospitalidade urbana relacionado à compreensão da cidade seja para o turista, como para seus moradores. A cidade acolhedora é dotada de símbolos, hábitos cotidianos, aspectos culturais e históricos que a identificam, além da mobilidade urbana que insere na cidade, não só atributos de acessibilidade, mas um conjunto de bens e informações formadas por pessoas que interagem.

Essas transformações são parte do processo global, em que as cidades são os principais polos de conexão entre economias, acarretando mudanças não só no espaço urbano, como também socioeconômicas e de comportamento. Nesse quadro, o setor de serviços é parte integrante dessa mudança, que insere padrões de consumo.

Fato é que o serviço como bem intangível necessita da interação entre partes para que se concretize. Pautado em percepções de valor e na experiência vivenciada, torna-se subjetivo e variável (KOTLER, 2000; FITZSIMMONS e FITZSIMMONS, 2002) e a hospitalidade é parte integrante desse conjunto para que a experiência se concretize e se torne positiva.

Diante disso, considerando a questão da hospitalidade e as mudanças propiciadas pela inserção do setor serviços, de que forma o morador reconhece seu entorno diante dessas transformações constantes de urbanização? Para retratar essas peculiaridades, o jornal O Retrato, de circulação local, ao comemorar os 345 anos do bairro, em sua edição especial de agosto de 2013, colheu alguns depoimentos sobre o que os moradores do bairro mais gostam e menos gostam na região e como as mudanças foram percebidas.

Adoro o Tatuapé, pois nele há um clima de felicidade, onde todos se conhecem e procuram ser amigos.

Gustavo A. Rodrigues, 13 anos, mora no Tatuapé desde que nasceu. (JORNAL O RETRATO, 2013).

Nossa, adoro este bairro. Gosto da minha rua, dos meus vizinhos, de poder fazer o que preciso sem precisar me deslocar a outros bairros. Tenho tudo que preciso bem perto da minha casa. Além disso, a minha história de vida está toda aqui no Tatuapé. Da infância, aos estudos até o casamento. Constitui família e estão todos aqui.

Adelaide de Almeida Rosa mora no Tatuapé há 63 anos. (JORNAL O RETRATO, 2013).

Gosto muito das opções gastronômicas e da vida noturna que a região oferece. Existem ótimos bares e restaurantes de gêneros e estilos variados. Acho que o trânsito da região precisa melhorar. Infelizmente o transporte público ainda não é dos melhores e por isso quem não mora no centro do bairro, muitas vezes, precisa fazer tudo de carro. Além de um longo período parado, perde-se um bom tempo em busca de vagas para estacionar e na maioria dos casos, só se encontra em estacionamentos pagos. Se pudesse dar um presente para o bairro, daria um trânsito mais organizado para facilitar o acesso de todas as áreas.

Marina Santana Dias, designer, moradora há 1 ano (JORNAL O RETRATO, 2013).

O que mais gosto no bairro é a facilidade de encontrar de tudo e com muitas opções, sem precisar sair daqui.

Adriana Saturnino, farmacêutica, moradora há 1 ano e 9 meses (JORNAL O RETRATO, 2013).

Gosto do bairro por ser um local acolhedor com pessoas de bem e que se relacionam com facilidade. Acredito que precisamos melhorar o trânsito da região, que está cada vez pior para atravessar as principais ruas que sobem ou descem para a Radial Leste. Para mim um presente para o bairro seria uma melhor estrutura ao Parque Esportivo dos Trabalhadores (PET), que é o pulmão do Tatuapé. Trocaria os muros por grades como no Ibirapuera e aumentaria a quantidade de acessos.

Elton Barbosa da Silva, empresário, morador há 16 anos (JORNAL O RETRATO, 2013).

Gosto no bairro das opções de entretenimento, que misturam sofisticação e tradição, há pizzarias com 40 anos e lanchonetes supermodernas. Acredito que a região precise de maiores oportunidades de emprego, pois tem muita gente que mora, estuda, se diverte aqui, mas precisa atravessar a Cidade para trabalhar. O dia em que o Tatuapé disponibilizar de centros empresariais, será imbatível. Se pudesse dar um presente, plantaria mais árvores. Estes são os presentes mais bonitos e duradouros que um bairro pode ter.

Eduardo Caggiano, empresário, morador há 36 anos (JORNAL O RETRATO, 2013).

O que mais gosto no bairro são as várias e boas opções de escolas públicas e particulares, de línguas, parques, clubes, igrejas, academias e restaurantes.

Ou seja, é um bairro que tem uma ótima estrutura de ensino e lazer, onde os moradores se encontram e têm muitos amigos. No Tatuapé eu acho que falta uma boa Universidade Pública e também postos de trabalho, pois percebo que a maioria dos moradores trabalha em outros bairros distantes por falta de opções. Se eu pudesse dar um presente para o nosso bairro mudaria o centro empresarial para cá, isso seria perfeito.

Luciano de Jesus Andrade, comerciante, morador há 40 anos. (JORNAL O RETRATO, 2013).

[...] O Tatuapé, pra mim, é tudo. Lembro do bairro tomado por chácaras. Era muito gostoso. E os campos de futebol? Nossa, eram vários. Só no final da Rua Tuiuti tinham três. Joguei em todos os campos do bairro. O Tatuapé oferece tudo que o morador de um bairro precisa. De escolas a shoppings, faculdades, mercados. Fico contente de poder morar aqui e preservar a história familiar que conquistei.

Valter do Nascimento Rosa, aposentado, morador há 72 anos. (JORNAL O RETRATO, 2013).

O que se pode observar com os depoimentos acima é que os moradores realmente se identificam com o entorno. Para Grinover, (2009) ao escolher lugares, imagens e estilos, personaliza-se a hospitalidade implícita em todos esses elementos de experiências urbanas, criando um mosaico. Há o vínculo criado entre as pessoas e o lugar.

O lugar da cidade que se conseguiu fazer próprio, habitando-o, exprime uma combinação de poder de compra, um capital cultural com suas competências e gostos, um capital social, consideradas as relações interpessoais e grupos de pertencimento. (GRINOVER, 2009. p. 10).

Além disso, são mencionados quase sempre características relacionadas à rede de serviços do bairro e às facilidades propiciadas por essa diversidade. Muitos afirmam que não sairiam da região para trabalhar se houvesse uma estrutura de centros empresariais, que já vem sendo uma tendência na região, com um grande volume de construções comerciais em andamento.

Dentro do conceito de centralidade, abordado por Frugoli (2000), que consiste na fragmentação da cidade em espaços especializados, pode-se verificar que o bairro passou de chácaras e indústrias, a uma concentração de serviços, no qual os habitantes e passantes da região se identificam com as facilidades e conveniências propiciadas por tais transformações. Nesse contexto, a mobilidade se dá predominantemente no entorno, sem o deslocamento a

bairros distantes, como mencionado nos depoimentos, criando fronteiras imperceptíveis condensadas no perímetro do bairro.

Baseado nessa pequena amostra evidenciada na revista do bairro, o fato de residir na região e vivenciar as mudanças no entorno, a escolha das padarias, em especial se deu por serem locais bastante tradicionais no bairro que hoje possuem estruturas completas que atendem desde à compra de um simples pãozinho, ao café da manhã, almoço e jantar e se tornam grandes pontos de encontro entre moradores.

Nessa socialização, as relações de hospitalidade são parcela importante que, incorporadas nos espaços de serviços, podem moldar o comportamento das pessoas que ali convivem. O diferencial de tais serviços tem em grande parte interferência da convivialidade e, essa convivência e o bom relacionamento com as pessoas são características bastante expressivas, mesmo dentro da cadeia de serviços.

O uso da metodologia é o elemento responsável por legitimar informações e delinear os caminhos que devem ser utilizados para estruturar os dados. (GIL, 2011). Para Severino (2002), o trabalho científico é parte de um trabalho rigoroso de pesquisa e reflexão.

O enfoque qualitativo busca o estudo do comportamento humano e social, no retrato das impressões e representações das experiências dos indivíduos, interpretando fenômenos e as relações do cotidiano. (CHIZZOTTI, 2001). Gil (2011) aponta ainda que, a pesquisa qualitativa propicia interpretações das realidades sociais, avaliando a qualidade das informações obtidas.

Nesse sentido o foco desse trabalho é retratar como a hospitalidade é manifestada no bairro do Tatuapé, em locais de pertencimento e vivência, associados ao setor de serviços. A pesquisa teve como objetivo evidenciar com os moradores que frequentam esses locais, aspectos da hospitalidade e de que forma se dá a percepção dos mesmos em relação às transformações do bairro.

Por ser uma proposta com certa “flexibilidade”, os estudos qualitativos são passíveis de novas abordagens, dependendo da evolução e da direção tomada. (GODOY, 1995). Além disso, a participação do pesquisador em campo, integrando-se à temática é fundamental na consolidação de dados dessa natureza

Algumas características básicas identificam os estudos denominados “qualitativos”. Segundo esta perspectiva, um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada. Para tanto, o pesquisador vai a campo

buscando “captar” o fenômeno em estudo a partir da perspectiva das pessoas nele envolvidas, considerando todos os pontos de vista relevantes. (GODOY, 1995, p. 21).

A observação, a participação em campo, o ambiente e a situação investigada está também intrinsecamente ligada à figura do pesquisador, que deve manter o contato direto com seu objeto de estudo e com a fonte de informações. Assim sendo, observa-se que os dados obtidos em pesquisas qualitativas são em sua predominância descritivos, advindos desses elementos. (DENCKER, 2002).

Desse modo, a pesquisa de campo foi realizada com moradores que residem no bairro há mais de dez anos e que frequentam espaços de alimentação e serviços como padarias, (Lisboa e Marengo) e espaços de convivência, buscando compreender como a influência dessa rede de serviços se insere no cotidiano dos moradores em um ambiente urbano.

O referencial teórico centrado em conceitos sobre a hospitalidade em suas mais distintas concepções, hospitalidade urbana, setor de serviços, urbanização e relações sociais tem a finalidade de buscar subsídios para relacionar tais temas à questão do acolhimento vivenciado nesses espaços de convivência.

Gil, (2011), ainda retrata que dentro dos objetivos gerais estabelecidos, as pesquisas podem se classificar em três grandes grupos: exploratórias, descritivas e explicativas. No enfoque exploratório, que será utilizado nessa pesquisa, o objetivo principal é aproximar-se do problema, aprimorando ideias. E nesse conjunto a base envolvendo levantamento bibliográfico e entrevistas são fundamentais para a contextualização de experiências práticas vivenciadas no processo pesquisado.

Quanto à técnica de coleta de dados, nesse trabalho foram realizadas entrevistas semiestruturadas que permitem, segundo Dencker (2002), o contato pessoal entre o entrevistador e entrevistado, possibilitando a análise da situação em um caráter mais global.

Isso posto, a metodologia empregada nesse trabalho fundamentou-se em pesquisa exploratória de caráter qualitativa com entrevistas semiestruturadas, que serão realizadas, amparadas em levantamento bibliográfico, documentação de apoio, registros fotográficos, reportagens da mídia escrita e via internet, além de observações participativas do entorno delimitado no bairro do Tatuapé.

Buscando responder à questão inicial de pesquisa, já antes referenciada: esses espaços de convivência e de alimentação e serviços (padarias), criam laços de acolhimento e hospitalidade, fortalecendo o pertencimento?

Tendo em vista a influência dessa alteração urbana pela qual o Tatuapé tem passado e tomando como pano de fundo duas padarias tradicionais do local, a saber: Lisboa e Marengo; como pontos de encontro, busca-se retratar essa manifestação de acolhimento no setor de serviços. A escolha desses estabelecimentos, também se deu pelo fato de serem locais característicos da forte presença de portugueses e descendentes que ainda residem na região e reitera a questão se estes ainda estão presentes na perpetuação de antigos costumes.

Amparado neste questionamento inicial, foram levantadas questões de pesquisa em que se considera o setor de serviços como elemento que exprime relações de troca entre consumidores e empresas. Essa hospitalidade implícita, pode ser traduzida na personalização dos serviços, influenciada pelas pessoas que frequentam esses estabelecimentos e pelos costumes locais.

Esses novos hábitos, decorrentes das transformações do bairro e da modernização do setor de serviços, de que maneira acabam por traduzir uma nova forma de perceber os espaços.

As etapas de desenvolvimento deste trabalho podem ser resumidas em:

- Tipo de pesquisa: Caráter exploratório;
- Abordagem: Qualitativa;
- Instrumento de coleta de dados: Questionários semiestruturados com entrevistas individuais diretas. Análise de Conteúdo e Observação Participante (vide Apêndice I);
- Perfil dos entrevistados: Moradores do bairro há mais dez anos;
- Número de entrevistados: dez.
- Objetivo da entrevista: Identificar aspectos da hospitalidade nos locais de encontro.

4.2 Análise das entrevistas.

Todos os entrevistados consentiram o uso dos depoimentos, com a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, que se encontra no apêndice II desse trabalho. Além disso, cabe ressaltar que alguns dos entrevistados foram escolhidos por meio da rede de relacionamento da pesquisadora, que também é moradora do bairro e outros contatos foram possíveis por indicações vindas dos primeiros entrevistados. Identifica-se, aqui, o desenvolvimento de entrevistas autogeradas. As entrevistas foram realizadas individualmente, em ambientes distintos: nas residências da maioria dos entrevistados, na Praça Silvio Romero e na Padaria Lisboa, gravadas e transcritas em sua totalidade pela própria pesquisadora. Todas as entrevistas ocorreram entre o mês de novembro e dezembro de 2014 (Apêndice III).

Os entrevistados que constituem a amostra dessa pesquisa foram cinco do sexo feminino e cinco do sexo masculino, moradores no bairro há mais de dez anos, período coincidente com grandes mudanças urbanas na região. Outro ponto a se observar, é que foram escolhidos moradores que habitam a parte “alta” do bairro, ou seja, a porção sul, perímetro localizado entre a Radial Leste e o Jardim Anália Franco, em que se encontram também os estabelecimentos citados: Padaria Lisboa e Padaria Marengo, embora ao longo dos discursos, muitos dos moradores frequentem espaços de convivência localizados também na parte “baixa”, ou seja área norte do bairro, entre a avenida Celso Garcia e Marginal Tietê.

Cabe relatar também que o entrevistado Flávio Roveri Martins, sócio proprietário da Padaria Lisboa, concedeu duas entrevistas. Em um primeiro momento, com a abordagem relacionada ao estabelecimento em questão, retratando aspectos históricos, características e peculiaridades, e posteriormente, sua visão de morador sobre o bairro. Na padaria Marengo não foi possível a realização da entrevista com os proprietários ou com a gerência, pois os mesmos não se dispuseram a receber a pesquisadora.

Para validação do questionário, foram realizadas duas entrevistas em caráter de pré-teste, que após sua aplicação, mudanças foram necessárias para aprimorar a abordagem inicial. Com as devidas mudanças realizadas, partiu-se então para as entrevistas. As perguntas referiram-se em um primeiro momento, às impressões do bairro relacionadas às características do local, às mudanças ocorridas no espaço urbano, às possíveis interferências no cotidiano e às relações estabelecidas pelos moradores com esse “novo” bairro. No momento seguinte, trabalhou-se a abordagem dos pontos de encontro, incluindo as padarias e a presença do setor de serviços, a fim de elucidar a questão das fronteiras imaginárias, ou seja, verificar se o setor

terciário presente no local supre as necessidades dos moradores, ocasionando o não deslocamento destes para outros lugares em busca de serviços.

A seguir a apresentação dos entrevistados:

O entrevistado 1, é o aposentado Manuel Dias Rodrigues. Nascido em Portugal, chegou ao Brasil ainda menino. Mora no bairro há 60 anos.

A entrevistada 2, Francisca Fontenelle Machado Filha, é piauiense, morou dez anos em Brasília, trabalhando como camareira em grandes redes hoteleiras, mudou-se para São Paulo e fixou-se no bairro em 2002. Mora com o filho e atualmente trabalha como diarista também na região.

Gisele Fernandes Munhoz Koch, foi a entrevistada 3, é paulistana, divorciada, representante comercial, morava anteriormente na região da Penha, zona leste. Mora no bairro do Tatuapé desde 1996, com o pai e o filho adolescente.

A entrevistada 4, Regiane Pedroza de Siqueira Bassetto, é paulistana, divorciada trabalha como agente administrativa. Nasceu e morou no bairro de Santo Amaro, se mudou para o Tatuapé no ano de 1996, quando se casou, pois, a família do ex-marido já morava no bairro.

Ana Maria Rodrigues Alves Catarino, foi a entrevistada 5, é paulistana, trabalha como assistente jurídica, mora no bairro desde 2002.

A entrevistada 6, Maria Pillar Bento Cortez da Silva, é paulistana, do lar, casada e mora no bairro desde os sete anos de idade, há 42 anos.

Carlos Alberto de Carvalho Thadeo, foi o entrevistado 7, casado, trabalha como assessor técnico especial, oriundo do bairro de Guaianases, localizado no extremo leste da cidade São Paulo, mudou-se para o bairro do Tatuapé há 14 anos.

O entrevistado 8 chama-se Edilson Beserra da Silva, tem 53 anos, é professor de Educação Física. Natural de Pernambuco, veio à São Paulo ainda jovem e morou por muitos anos na região de Itaquera, mudou-se para o bairro do Tatuapé há 14 anos.

Flávio Roveri Martins é o entrevistado 9, comerciante, é neto do fundador da Padaria Lisboa, que está em funcionamento há 101 anos no bairro. A família ainda é proprietária da Casa Lisboa, voltada ao comércio de bebidas, cuja gerência é exercida por Flávio. Além de comerciante, é também morador do bairro há 30 anos, por esse motivo sua entrevista foi mais longa, pois além de abordar o roteiro relacionado ao morador, tratou-se também de aspectos relacionados à Padaria Lisboa.

O entrevistado 10 é Jorge Abramides Neto, engenheiro, casado, que mora no bairro desde que nasceu, há 51 anos.

A partir do discurso dos entrevistados, buscou-se delinear análises sobre a questão da hospitalidade em suas percepções e à dinâmica da hospitalidade na especificidade do bairro, atrelada à presença do setor de serviços e laços de pertencimento.

4.2.1 Identificação com o bairro: cotidiano, gostos, mudanças e desenvolvimento.

A finalidade nessa seção é analisar o discurso das entrevistas realizadas, expondo assim, os pontos de vista e impressões dos moradores sobre o bairro, relacionado ao tema de pesquisa e determinadas categorias de análise.

Após a apresentação do entrevistado, com nome, idade, profissão e tempo de moradia no bairro, as primeiras questões que se seguiram faziam referência à identificação com o local, mediante à explanação de gostos pessoais e mudanças no cotidiano. Ao perguntar sobre o que mais gostavam no bairro, muitos relacionaram aspectos positivos do Tatuapé à presença da variada gama de serviços ofertada na região. Como nos discursos a seguir:

Gisele - Bom, o Tatuapé cresceu muito, então, hoje, no Tatuapé, tudo o que você precisa para o seu dia a dia, sua diversão, para seu lazer, você encontra no Tatuapé. O que eu gosto no bairro é que a gente tem acesso a shoppings, aqui a gente tem o Tatuapé, o Anália Franco (shoppings), supermercados, a gente tem os melhores supermercados, laboratórios, enfim, tudo o que é ponto de referência no Tatuapé tem. (Entrevistado 3. Gisele M. F Koch).

Ana Maria - Eu gosto de tudo, eu acho que ele é um bairro bem diferenciado na zona leste, ele se destaca, talvez um bairro que “primeira linha”, dentro da zona leste. Eu acho a infraestrutura ótima, tem de tudo. A gente tem acesso a hospitais, a shoppings, parques, tem as estações de metrô próximas também. Eu adoro morar aqui. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Carlos Alberto - A infraestrutura, as facilidades, o padrão de vida que a gente tem aqui que facilita. O bairro hoje, o que me atrai é essa função de facilitador. Você tem tudo aqui e acesso ao que falta com muita rapidez. (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

Regiane- Por ser um bairro plano, por ter tudo né, bancos, hospitais, apesar que o meu plano (de saúde) não atende aqui, escolas, tudo, serviços. (Entrevistado 4. Regiane P. de Siqueira Basseto).

Edilson - O que mais me agrada no bairro é a parte de restaurantes e entretenimento. (Entrevistado 8. Edilson Beserra da Silva).

Nas explicações acima, observa-se o que mais agrada aos entrevistados é a infraestrutura do bairro amparada pelo setor de serviços. Termos como “facilidades”, “ter tudo”, “bairro diferenciado” são utilizados para descrever essa variedade.

Cabe observar ainda que, moradores, entre 12 e 18 anos de vivência no bairro têm o discurso essencialmente atrelado às facilidades do setor terciário do local. Os entrevistados que residem no bairro há mais tempo dão mais destaque a aspectos de sociabilidade e de pertencimento.

A percepção dos lugares é realizada progressivamente, sendo o tempo o elemento essencial dessa assimilação que interage com o entorno, que traz conceitos e significados distintos para cada indivíduo. (LYNCH, 1999). A identificação com o lugar remete também a um tempo maior de convivência no bairro, (GRINOVER, 2009), anterior às alterações urbanas intensas que se consolidaram principalmente a partir do final da década de 90.

Pilar- Gosto de tudo, tudo não sairia daqui por nada, nada, nada! Me criei aqui. (Entrevistado 6. Maria Pillar Bento Cortez da Silva).

Flávio - O que eu mais gosto é porque como sou comerciante e trabalho aqui desde os 16 anos, poxa conheço muita gente e isso é muito legal. Além disso o bairro me oferece tudo o que eu preciso. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Jorge - Ah, o que eu gosto do Tatuapé é assim, a facilidade, por eu conhecer desde criança, desde que eu me conheço por gente, eu acho que ele é muito fácil de você se locomover, tem tudo muito perto, é um bairro plano, tem tudo o que você necessita, é muito fácil para mim, me identifico aqui. Hoje em dia tá um pouco mais difícil devido ao trânsito, o bairro que cresceu demais, mas eu creio que é por isso, pelas pessoas e pela facilidade de ter tudo também. (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

Manuel - Olha eu gosto disso aqui, porque eu passo meu tempo aqui (na Praça Sílvio Romero), eu estou acostumado no bairro. Gosto do ar da

Praça, de encontrar meus amigos. Aqui é quase a minha casa. (Entrevistado 1. Manuel Dias Rodrigues).

Nos depoimentos a identificação com o bairro relaciona-se às experiências pessoais, com citações ao período de infância/adolescência nos discursos de Pilar, Flávio e Jorge. Na fala de Manuel, o fato de passar grande parte de seu tempo na Praça Silvio Romero, local em que foi concedida a entrevista, demonstra que a praça para ele tem significado especial, é “quase minha casa”, ou seja, há “intimidade” com esse espaço urbano. (LYNCH, 1999; CARLOS, 2007).

Ao relacionar o que menos agradava os moradores no bairro, as respostas foram unânimes: O trânsito é o recordista de insatisfação, um “índice negativo”, presente em todos os discursos, porém há o consenso ou talvez uma justificativa nas falas de que não é um problema exclusivo do Tatuapé, mas de maneira geral, da cidade de São Paulo.

Gisele - O que eu menos gosto? Olha eu acho que o que eu não gosto não é o bairro, a gente tem a Radial Leste que é uma via de acesso que liga toda a zona leste ao resto da cidade e que é um trânsito terrível, mas não é uma coisa específica do bairro, é da zona leste em geral, então assim, não me vem à mente nada que eu não goste no Tatuapé. Eu acho que eu gosto de tudo no Tatuapé. (Entrevistado 3. Gisele M. F Koch).

Francisca - O que eu menos gosto, é que tem muito trânsito, é muita gente junto. Cinco horas da tarde ninguém consegue andar no Tatuapé é muito trânsito. (Entrevistado 2. Francisca F. M Filha).

Ana Maria - O que eu menos gosto não é nem do bairro, é a localização geográfica dele dentro da zona leste, e o que me faz pensar até em mudar mais para o centro, é o acesso ao centro, o transporte. Apesar de ter metrô, trens, ônibus é uma dificuldade imensa para você ir tanto de transporte público quanto com o seu próprio veículo. Eu trabalho a dez quilômetros daqui e tem dia que eu levo 1h40 para chegar no trabalho. E as vezes de metrô também é complicado. Então a única reclamação que eu tenho, não é em relação ao bairro em si, mas a localização, a mobilidade. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

A dificuldade da mobilidade é consequência dessa nova dinâmica experimentada pelo bairro, que se desenvolveu e atraiu pessoas. O deslocar-se de um lugar a outro passou a ser mais difícil, pois além do aumento da densidade populacional na região, a dependência do automóvel para o deslocamento, contribui para esse quadro, como é relatado no depoimento

de Carlos Alberto. Na fala de Flávio Roveri Martins, esse fenômeno é reiterado, ao descrever que a preocupação dos comerciantes é deixar hoje um local para estacionamento e essa característica muitas vezes é fundamental para que o estabelecimento tenha sucesso.

Flávio – Trânsito. Antigamente, ninguém queria saber da Silvio Romero (praça) porque não tinha onde parar o carro. Hoje é o Tatuapé inteiro. Você tem trânsito e não tem onde parar, então, você vê, qualquer imóvel hoje que a pessoa vai construir ou reformar já deixa um recuo para poder ter vaga se não tiver fica difícil até para o negócio dar certo. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Carlos Alberto - [...]. Um ponto negativo é que aqui a gente é muito dependente do carro né (...) é para ir lá na Praça Silvio Romero, ah, eu vou de carro! Claro que daria para ir a pé perfeitamente, mas a gente fica muito dependente disso, mas é uma característica do paulistano. É o conforto que você não abre mão, digamos assim. (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

Locais em que há uma concentração de funções de atividades terciárias, alta densidade populacional, associada também à presença de população de maior poder aquisitivo (classes média e alta), têm como característica os deslocamentos motorizados. Esses espaços especializados, atrelados à especulação imobiliária, atuam como atrativos de pessoas que moram ou circulam no local. (FRUGOLI, 2000).

O processo de expansão urbana na cidade de São Paulo se desenvolveu, mas a infraestrutura de circulação da cidade em geral é dependente do automóvel, reflexo talvez do sistema rodoviário adotado pelo país. (VILLAÇA, 2001). No discurso acima de Carlos Alberto, o deslocamento no bairro mesmo de pouca distância é realizado de carro evidenciando assim essa característica.

No discurso de Regiane, há uma referência histórica do bairro operário e a abordagem do adensamento urbano numa tentativa de elucidação do problema de mobilidade.

Regiane - Ah, o trânsito, na verdade eu acredito que o bairro do Tatuapé não foi planejado, então não tem vias para subir e descer. Então é mão só para subir, mão só para descer. Tem uma Apucarana (rua) para subir, e uma Itapura (rua) para descer, uma Coelho Lisboa (rua) para descer, então aí o que acontece, o bairro do Tatuapé era só de fábricas e residencial, aí o que aconteceu, construíram em duas casas, um prédio, com dezesseis andares, quatro famílias. Aí ninguém anda! (Entrevistado 4. Regiane P. de Siqueira Basseto).

Já as mudanças no cotidiano trazem discursos que remetem à tranquilidade e os ares de cidade pequena, ao mesmo tempo em que há uma dualidade com as transformações urbanas que trouxeram o desenvolvimento para a região.

Ao perguntar sobre o que mudou no cotidiano nos últimos anos, e o que se sente falta, nota-se uma certa nostalgia ao lembrar das características sobretudo nas relações de vizinhança, com suas cadeiras nas calçadas, onde “todo mundo conhecia todo mundo”, da tranquilidade do entorno e da convivência diária mais intensa. (ABARCA, 1997). Há também a consciência de que o bairro não será mais como antes, já que a visão de lugar tradicional, formado predominantemente por moradias não faz mais parte da nova realidade, hoje formada por áreas mistas de zoneamento, importantes para atender as necessidades do dia a dia. (FRUGOLI, 2000).

Manuel – Olha antes era mais sossegado. O bairro era pequeno e todo mundo conhecia todo mundo. Hoje não é mais assim. Tá tudo moderno né, barulhento. (Entrevistado 1. Manuel Dias Rodrigues).

Pilar - Não, nada, só melhorou, porque eu peguei ele (o bairro), numa época que era minúsculo, tinha lojinha de bairro e acabou, só um centrinho ali na Sílvia Romero e acabou, mais nada. Faltava shopping, mas isso 25 anos atrás, que não tinha, aí foram fazendo, e hoje tem tudo, tudo. Eu só acho um bairro um pouco caro financeiramente, as lojas são caras. E antigamente todo mundo conhecia todo mundo aqui. Tinha só casinha, era bairro dormitório e muita indústria, a Tabacow, a Philco e chácara, eu lembro, era pequena, mas lembro. Era difícil andar pelo bairro e ficar sem cumprimentar alguém na rua. O pessoal punha cadeira na calçada para ficar conversando. Isso mudou, pelo menos de uns dez anos para cá, acho eu e isso eu acho falta. Agora a gente não conhece mais ninguém, isso aqui cresceu muito. (Entrevistado 6. Maria Pillar Bento Cortez da Silva).

Francisca - É, hoje você não senta mais na porta para conversar com os vizinhos, todo mundo trabalha, sai de manhã, chega de noite, então deu uma mudada nesse ponto. (Entrevistado 2. Francisca F. M Filha).

Jorge utiliza o termo “invasão”, demonstrando aqui uma certa posse do ambiente em que vive, assim como no discurso de Edilson, que mais sucintamente menciona a diversidade de perfis de moradores que o bairro atualmente possui. Fica implícito sobretudo na fala de Jorge que a identidade e o pertencimento terão de ser partilhados com os “de fora” do bairro,

não havendo mais a “exclusividade” de desfrutar de todos os conjuntos de serviços que o bairro oferece.

Jorge - Ah é essa facilidade de caminhar, de passar por todo o bairro sem ter que se preocupar com o horário, porque era um bairro de moradia somente, um bairro tradicional e hoje não é mais. Por exemplo, hoje se você tem um compromisso digamos no Shopping, às seis horas da tarde, você tem que sair 40 minutos antes, e ele fica aqui muito perto, senão você não consegue chegar e isso atrapalha um pouquinho. A verdade é essa, porque o bairro foi um pouco invadido agora, então é isso. (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

Edilson - É que o bairro do Tatuapé como ele foi crescendo, e se tornando um bairro bonito, com vários atrativos, muitas pessoas estão vindo de bairros variados morar aqui, e antes a quantidade de pessoas que moravam aqui, não tinham esse perfil variado que tem hoje. Você sente um pouquinho que aquela coisa de conhecer todo mundo, foi se perdendo. Porque todo dia surge um prédio novo no Tatuapé e cada dia chega mais gente. (Entrevistado 8. Edilson Beserra da Silva).

O morador vive uma dualidade: ao mesmo tempo em que almeja o progresso do bairro, não quer abrir mão desse ar interiorano de calma, pois tem consciência que esse processo modifica as relações sociais e o cotidiano dos moradores, moldando novos espaços, traçando novos perfis. A legibilidade do local se altera, podendo criar ou não novos elos, novas leituras do espaço. (LYNCH, 1999).

A segurança também está associada ao desenvolvimento do bairro e é mencionada de maneira muito sutil no depoimento de Francisca, quando utiliza o termo “agitado” para descrever situações como roubos por exemplo, e a possível justificativa relaciona-se ao aumento populacional ocorrido na região, como consequência do desenvolvimento.

Francisca - É eu acho que antigamente era mais tranquilo assim, porque hoje tem muita gente morando no Tatuapé e o trânsito ficou insuportável, mas quanto à segurança também o bairro tá mais agitado. (Entrevistado 2. Francisca F. M. Filha).

No depoimento de Regiane, a atenção volta-se à questão da urbanização, que ganha espaço em detrimento das áreas verdes. Na fala da entrevistada, a palavra “pedregulho” é utilizada para enfatizar esse fenômeno, em uma menção ao concreto, presente nos inúmeros

edifícios do entorno. Ana Maria, relata o fenômeno da verticalização, que atualmente restringe seu campo de visão.

Regiane - Sinto falta da arborização. Quando eu conheci o Tatuapé ele era bem mais arborizado. Hoje ele está mais “pedregulho”. (Entrevistado 4. Regiane P. de Siqueira Basseto).

Ana Maria – [...] quando eu mudei para cá, eu lembro que na minha janela eu conseguia ver as antenas lá da Paulista, eu conseguia olhar o Mc Donalds, perto da Praça Silvio Romero, hoje quando eu olho da janela, eu só vejo prédios e cada vez mais prédios, então eu não consigo mais visualizar, não tenho mais uma visualização mais longínqua da cidade. É janela vendo prédio, prédio, prédio! Então cresceu muito também nessa área imobiliária. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Jorge menciona a quantidade de edifícios comerciais que crescem ao redor e um certo receio do desconhecido, com a mudança de perfil que vem ocorrendo. A memória do bairro tradicional é explicitada ao fazer alusão aos clubes de futebol, bastante característicos do local. A perda dessa identidade é um dos fenômenos propiciados pelo desenvolvimento do bairro.

Jorge - Ah assim, no meu cotidiano muda assim pouca coisa, porque a minha vida é igual a de antes né. O que muda claramente é que os espaços são diferentes. Eu hoje, por exemplo, vou morar, aqui onde eu moro, eu vou estar rodeado de espaços totalmente tomado por espaços comerciais. Em três anos, eu vou acabar tendo aqui na rua, uma área totalmente comercial, de um bairro totalmente comercial, e isso é uma coisa que me assusta um pouco. É uma situação que a gente não sabe como vai ser. Aqui na frente do meu prédio, saiu um de nove andares com lajes de mil metros, só comercial. Aqui atrás também vai ser outro prédio assim, quer dizer eu estarei rodeado de prédios comerciais. Mudou totalmente o perfil, a gente nem sabe o que vai ser. O bairro tradicional, de termos os clubes, eu inclusive acompanhei a época da inauguração do CERET desde o começo, o Parque Sampaio Moreira também, hoje mudou completamente. Hoje não é mais um bairro bucólico, tradicional, hoje é muito dinâmico, urbano, totalmente comercial. (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

O novo uso dado aos espaços vai se incorporando na paisagem no bairro, verticalizando-o. A chamada renovação urbana cria novos padrões de construção, trazendo também novos perfis de moradores (CARLOS, 2007).

Carlos Alberto menciona a questão do cotidiano, com uma visão interessante e relata o pertencimento ao lugar. A identificação com o espaço é explicitada aqui com sua visão de “forasteiro”, que deve “pedir licença” para conviver em um espaço que não era seu, evidenciando aqui o novo perfil do bairro, cujos moradores são oriundos de regiões distintas, muitos da própria zona leste. A dinâmica dessa “incorporação do cotidiano” do bairro é um fenômeno ativo. É uma visão compartilhada do território que está em constante mudança, tanto para o novo como para o antigo morador.

Carlos Alberto – Sim, a gente (minha família) saiu de uma estrutura que era um tanto quanto mais pacífica, a gente foi criado (sic.) dentro de um bairro onde a gente tinha raiz, essas coisas, e a gente muda para um lugar onde a gente tem que primeiro chegar, pedir licença mas isso é por cultura, se estabelecer e aprender a conviver com o espaço que era dos outros. Em que pese, o bairro que há muito perdeu sua característica de vila operária. Hoje com a implantação de serviços e a expansão imobiliária, então ela foi inibindo mesmo aqueles moradores antigos do Tatuapé. Hoje eles entendem que o bairro não pertence mais a eles, como o meu antigo bairro deixou de me pertencer, com a expansão, com a explosão imobiliária. (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

As perspectivas sobre as mudanças urbanas que vêm ocorrendo no local, são positivas de maneira geral para todos os entrevistados. O progresso do entorno, possibilita novos caminhos de desenvolvimento. Carlos Alberto cita não só as transformações urbanas, mas também a presença do setor terciário que substituiu o trabalho industrial, característico do bairro sobretudo nos anos 50.

Carlos Alberto - Vejo positivamente, tudo é positivamente, você planta numa velha garagem de ônibus ociosa, um grande hospital para concorrer com os melhores hospitais, como no caso do São Luiz, (Unidade Anália Franco, localizada no bairro), quer dizer, pelo menos no projeto, era para esse fim, o escopo, o pensamento que se tinha era nessa direção. Agora, eu vejo que os grandes supermercados se instalaram, essas coisas claro, que elas são positivas, elas vão crescendo, se transformando, o espaço vai sendo ocupado, uma nova dinâmica aparece. O que eu acho muito importante é que a região leste, o bairro do Tatuapé, o que eu posso falar, perdeu toda a sua característica industrial e hoje a economia é baseada no setor terciário, nos serviços e isso é positivo. Você perde o emprego da indústria, mas amplia o campo da prestação de serviço. Então isso tudo é desenvolvimento, o mundo anda nessa direção e seria um contrassenso, se nós andássemos na contramão da história. Eu tenho percebido que o Tatuapé convive com isso harmonicamente e positivamente. (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

Na fala acima de Carlos Alberto há a ênfase às mudanças propiciadas pelo processo de verticalização e o adensamento urbano, reflexos dessa nova reestruturação pela qual o bairro vem passando. A chamada mobilidade espacial aqui, substitui as antigas áreas industriais ocupando esses espaços com prédios residenciais e comerciais e o setor de serviços, como parcela importante da economia sobretudo nos grandes centros urbanos, se destaca. (CARLOS, 2007).

Ana Maria, destaca o excesso de pessoas que atualmente circulam no bairro em decorrência dos atrativos que o Tatuapé oferece. Jorge também menciona esse fato, ao relatar sua apreensão com a utilização dos espaços entre moradores e trabalhadores que o bairro passou e passará a atrair, em decorrência de grandes investimentos em edifícios comerciais. São os mesmos espaços para um número cada vez maior de pessoas.

Ana Maria - Eu vejo essas mudanças positivamente, porque o bairro está em crescimento. Vejo também que os moradores têm um padrão de vida melhorado, a gente vê circulando carros novos, então a gente vê que o padrão de vida das pessoas que moram no Tatuapé, é de classe média para alta. O lado negativo, seria esse excesso de contingente que acaba tumultuando. Por exemplo, você vai no mercado, são as filas. Você vai ao shopping (...). Hoje por exemplo, eu queria ir ao shopping eu tive que chegar lá meia hora antes de abrir para tentar estacionar meu carro sem ter problema de ficar rodando, então assim esse excesso de pessoas é um ponto negativo, isso acaba atrapalhando um pouco a mobilidade e a paciência. Você quer ir a um cinema, você fica na fila e às vezes não consegue ir. A gente acaba se privando de um lazer por causa do excesso de pessoas que tem circulando ali no local. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Jorge - Ah, na verdade é assim, você tem que acompanhar, a modernidade, então eu vejo com o aspecto positivo, você tem que se aliar às coisas que são novas, então eu imagino que vai ser interessante, aí no futuro, lógico, mas vai ter que ter um espaço para as pessoas que moram no Tatuapé e as pessoas que vão vir né, que vão trabalhar nessa parte comercial, vão também ter que saber lidar com isso daí. Na verdade, é isso eu vejo como positivo. (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

Flávio, tem como ponto de vista de que essa concentração de atrativos é positiva e inibe o deslocamento a outros locais. Essa “fronteira imaginária” é não precisar se deslocar a outros bairros para que suas necessidades sejam atendidas. Para ele, e o trânsito é um fator de falta de planejamento em toda a cidade de São Paulo.

Flávio- Positivamente, é assim São Paulo em si tem um problema que eu acho que é falta de projeto para gente estar como está hoje, então poderia ter tudo isso e poderia não ter tanto trânsito, poderia ter sido mais bem planejado né. Eu acho que o que deve melhorar e é um negócio irreversível é que cada dia mais a gente não precisa sair daqui. Quinze anos atrás você não tinha um teatro, um hospital, tinha shopping? Não sei, se tinha tava nascendo né? Então é assim, quando a gente era pequeno, você falava em shopping, a gente ia para o Iguatemi, Ibirapuera, e depois é que surgiu um perto, tipo o Center Norte. Então acabou, aí eu pergunto, você que mora aqui também, há quanto tempo você não vai no Center Norte, porque você ia né (risos)? Não vamos mais, tem tudo aqui. No Iguatemi vai até pelo luxo, porque você vai passear, até quando o marido quer fazer um agrado para a mulher leva ela mais longe para falar que tá com disposição, com tempo aí é diferente né (risos). Acho que tirando isso, o bairro só melhorou. A falta de planejamento, não é daqui, é de São Paulo (cidade) inteiro. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Sr. Manuel, frequentador da Praça Sílvio Romero, é consciente de que o desenvolvimento é um movimento sem volta e em relação as mudanças urbanas, tem como preocupação a preservação de áreas verdes, cada vez mais escassas, o que fundamenta também o discurso de Regiane, apresentado anteriormente quando cita a diminuição da arborização do bairro.

Manuel – Há é positivo né. É o progresso. Faz parte da vida. Só não podem acabar com as praças e o verde daqui. (Entrevistado 1. Manuel Dias Rodrigues).

Percebe-se nas falas dos moradores entrevistados que a identificação com o bairro é bastante marcante, porém há uma certa “nostalgia” da tranquilidade vivida pelo Tatuapé há tempos, evidenciada principalmente nos discursos dos moradores mais antigos.

Há um consenso que de o desenvolvimento propiciou melhorias à região, trazendo novas perspectivas não só urbanas, mas econômicas ao bairro que, assim como, outros locais da cidade de São Paulo, também vivencia problemas ocasionados por essas mudanças como o trânsito intenso e o detrimento de áreas verdes, por exemplo, que atualmente dão espaço a novos loteamentos e construções. A conscientização das transformações urbanas, atribuídas não só à especulação imobiliária, mas ao crescimento do setor terciário e melhorias de infraestrutura do bairro são destacadas como pontos positivos.

4.2.2 Espaços de vivência e pontos de encontro.

Os pontos de encontro descritos durante a entrevista foram variados. Cada qual com seu perfil, elegeu pontos distintos no bairro, como bares e restaurantes, shoppings, praças e padarias, como a seguir:

Gisele- Por exemplo, os bares ali do Largo Nossa Senhora do Bom Parto, ali é um bom lugar, as pessoas costumam marcar pizza da Itapura (rua do bairro com grande concentração de bares e restaurantes), o Jordão da rua Apucarana é um ponto, aquele restaurante de peixes, o Coco Bambu, as vezes café no Frans Café, perto do CERET. Tem uma casa na Francisco Marengo, de suco, o pessoal que faz pedal, a turma da bicicleta, se reúne ali, no Parque do Piqueri, em frente tem um posto, com conveniência, com um café legal, tem a Kopenhagem ali no final da rua Apucarana, também para tomar um café. (Entrevistado 3. Gisele M. F Koch).

Francisca destaca dois locais bastante movimentados no bairro como o Largo Nossa Senhora do Bom Parto, com a feira de artesanato e o Parque Esportivo do Trabalhador, (PET), mais conhecido por todos na região pelo nome antigo: CERET (Centro Esportivo Recreativo e Educativo do Trabalhador).

Francisca - Eu gosto de ir muito no parque, no CERET é muito bom. Lá você anda, faz amizades, eu conheço bastante gente das minhas caminhadas eu gosto de lá, é o meu lazer, meu ponto de encontro. Muito bom. Ah! E tem umas padarias boas no Tatuapé, tem a Perfil, que fica na Azevedo, (rua Azevedo Soares), tem a Manuella, que antes era 24 horas, agora não é mais, tem a padaria CERET eu costumo frequentar. Ah, eu também vou muito na Padaria Lisboa, é uma padaria muito boa, um atendimento muito bom, tem a Padaria Marengo, gosto dos produtos, mas como ponto de encontro para mim tem o Largo do Bom Parto, que tem as feirinhas de artesanato, toda terça feira. Conheço as meninas das barraquinhas de lá. Agora recente teve uma feira gastronômica lá, e eu frequento a Igreja da Praça também. (Largo do Bom Parto). Faz parte do meu cotidiano. Eu gosto muito de lá, porque morei seis anos, em frente ao Largo, depois que eu mudei para a Antônio de Barros (rua). Eu conheço muita gente que mora lá, tenho muita amizade com meus ex-vizinhos, então eu volto sempre lá. Vou na missa de terça feira para rezar e encontrar todo mundo na praça. (Entrevistado 2. Francisca F. M Filha).

Em sua fala, nota-se que a Praça Nossa Senhora do Bom Parto é um ponto de destaque em virtude dos laços de amizade estabelecidos com os moradores do entorno, (seus ex-

vizinhos), com os artesãos e a missa de terça feira, além da feira de artesanato é um dos elos principais de convivência. Ana Maria menciona os bares e restaurantes e Edilson, o shopping Anália Franco, com destaque às opções gastronômicas do empreendimento.

Ana Maria - Olha eu não costumo sair muito porque a vida é corrida a gente trabalha durante a semana e no final de semana tem os afazeres domésticos, saio muito pouco, mas quando saio com as minhas amigas, ou a gente vai nesses restaurantes que têm na Itapura (rua) esses restaurantes mais diferenciados, a gente vai comer uma comida australiana, mexicana, essa diversidade eu acho bacana aqui no Tatuapé. E tem alguns barzinhos também, raramente a gente vai, mas tomo um chopinho, o ambiente é agradável, parece que o nível das pessoas melhorou bastante. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Edilson – No Shopping Anália Franco. Porque é um shopping tranquilo, com corredores largos, tem tudo o que me atende lá, não preciso sair para outros bairros para fazer isso. Por exemplo, a parte de restaurantes, ele me atende muito bem, aliás o Tatuapé me atende muito bem em tudo. (Entrevistado 8. Edilson Beserra da Silva).

Carlos Alberto tem como ponto de encontro as padarias. Esse hábito é tradicional para ele desde sua juventude em seu bairro de origem, mantida também no Tatuapé. Em seu depoimento, as padarias são os cenários de encontro dos amigos, formado por moradores antigos e pessoas como ele, que vieram de outros locais escolheram o Tatuapé para viver.

Carlos Alberto – Nesse capítulo eu não me vi com dificuldades porque é engraçado, todos os bairros, o ponto de encontro, mas vou falar do aspecto masculino né (risos), são as padarias. Nós parávamos na juventude, nas padarias, era o nosso ponto de encontro. Encontrar os velhos amigos, o cara que ia buscar o pão ali no sábado, domingo, chegando da faculdade, o ponto de encontro era a padaria, ou o bar. O bar Santa Helena, no bairro específico onde eu morava, em Guaianases, era o ponto de encontro da juventude. Fazíamos nossas traquinagens, tomávamos nossas vitaminas, pequenos drinks, coisa e tal. Quer dizer, hoje no Tatuapé eu me encontro nas padarias. Eu vou na Padaria Perfil, na Padaria Manuela, na Padaria Lisboa, eu encontro meu grupo de amigos, que eu formei novos amigos aqui. Gente daqui, gente que chegou como eu. Esse é meu ponto de encontro. De vez em quando o pessoal fala, ah vamos tomar um chope lá no Jordão! Lá onde encontro pessoas que também se estabeleceram aqui como eu, outras que tem raízes aqui, ah a gente convive muito bem! (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

4.2.3 As Padarias: Serviços x Atendimento.

Ao perguntar sobre padarias, (pergunta: Você costuma frequentar alguma padaria? Como é o ambiente da padaria para você? Você é bem acolhido? Porque que você gosta de frequentar a padaria? Muitas das respostas mencionaram os estabelecimentos mais tradicionais e conhecidos do bairro: as Padarias Lisboa e Marengo. A tradição atrelada à qualidade dos produtos é mencionada nos discursos acima, sobretudo em relação à Padaria Lisboa, há 101 anos no bairro. A Padaria Marengo, também conhecida, é citada pela diversidade de produtos.

Edilson – Sim, eu frequento a padaria Lisboa, na Silvio Romero. [...]. Adoro lá porque as coisas que são vendidas lá são de qualidade. Além disso tem um bom atendimento, sou bem acolhido sempre. Eu recomendaria, sem dúvida nenhuma. Eu só vejo nessa padaria coisas positivas, o pão italiano deles para mim é o melhor do Estado de São Paulo, assim como muitos amigos meus que me indicaram essa padaria, também acham, mas eu acho que o estacionamento lá é muito pequeno e se fosse muito pouco maior melhoraria. (Entrevistado 8. Edilson Beserra da Silva).

Ana Maria - Sim, tem várias boas, tem a Lisboa que é ótima, tem a Big Bread, que é próxima aqui também, tem a Perfil e a Marengo. Eu acabo frequentando uma ou outra sempre. Vou sempre variando. [...]. Ah sou bem atendida, gosto do ambiente, de chegar, sentar e pedir meu cafezinho, e o que me chama atenção em relação ao serviço é a opção de doces de salgados a variedade, o atendimento e eles, os funcionários são supersimpáticos. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Nos discursos abaixo, nota-se uma visão mais intimista da padaria, com destaque não só ao serviço e ao atendimento. Há nas falas o frequentar desses estabelecimentos vincula-se ao cotidiano de muitos anos, como no caso de Pilar e Jorge.

Pilar- Frequento a Marengo. Por que? Ah em termos de variedade, ali tem tudo e o atendimento é bom! [...] Sempre frequentei ali, porque sempre morei perto. A qualidade é muito boa dos produtos, por ser serviço de padaria, ali é completo, agora ampliaram lá. Tem a Big Bread que tá próxima, eu vou lá por comodidade, na conveniência, mas prefiro a Marengo. Para mim é a melhor padaria que tem por aqui. Gosto do ambiente e do atendimento. Faz parte do meu dia a dia passar por lá para

tomar um café ou comprar pães, doces e até pizza. (Entrevistado 6. Maria Pillar Bento Cortez da Silva).

Jorge - É eu frequento três padarias na verdade né. Eu frequento por localização, por praticidade a Big Bread, aqui perto, que tá sendo reformulada totalmente, vai ficar enorme e até interessante porque é praticamente uma indústria com sessenta funcionários, então não é uma padaria qualquer, emprega muita gente e é a terceira unidade deles. Tem a padaria São João que é bem menor, mas muito tradicional também né, para tomar o cafezinho com leite de manhã, comprar o pãozinho enfim, e a Lisboa, que é a padaria assim: tem uma festa na sua casa? Vou na Lisboa. Você quer comer pão italiano? Você vai na Lisboa. Você quer comer a empadinha? Você vai na Lisboa, então assim é referência de qualidade e é tradicional. [...]. Ah, é a questão da tradição e a gente se acostuma com o lugar, com as pessoas. Na Lisboa por exemplo, eu frequento desde meus cinco anos. Lembro da minha avó indo comprar pão comigo. E meu avô era “posteiro” (dono de posto de gasolina), como o Alfredo Martins (fundador da Lisboa), que também era, então tinha essa coisa do respeito, da camaradagem, uma coisa de amigos mesmo. Para mim a padaria é um lugar muito familiar. Me sinto à vontade, o pessoal já sabe até o que eu vou pedir, é atendimento personalizado. (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

Pode se fazer aqui um paralelo entre o “produto” serviço, que com sua característica intangível, (KOTLER, 2000), pauta-se, muitas vezes em aspectos da hospitalidade, como nas práticas de comerciantes e artesãos que trabalhavam de modo personalizado, por meio da recepção diferenciada e da venda fundamentada sobretudo no relacionamento. (MOREDO, 2011). Essa criação de vínculos, volta-se não só à antecipação das necessidades desses consumidores, mas a uma relação individualizada. (ROGERS GROUP, 2000).

Oferecer serviços baseados em preceitos da hospitalidade são importantes para compreender que a hospitalidade comercial envolve não só processos, mas permite estabelecer trocas e interações que se perpetuam em um determinado tempo e espaço (LASHLEY e MORRISON, 2004).

O destaque no depoimento de Jorge ainda é mais significativo, pois além de frequentar a padaria desde seus cinco anos com sua avó, as famílias, tradicionais do bairro, se conheciam, e o vínculo de pertencimento que se criou é mantido até hoje, além de se observar que os próprios funcionários já sabem até o que Jorge costuma consumir, com um “atendimento personalizado”, evidenciando a influência dos hábitos locais. Francisca destaca o esforço dos atendentes em satisfazer os clientes. Esse diferencial no atendimento é para ela um dos pontos de destaque. Como abaixo:

Francisca – Olha eu gosto muito. Para mim ser bem atendida é o principal e em todas as padarias que eu frequento, eu sou bem atendida. Às vezes eu entro com a intenção de comprar só pãozinho, mas aí o atendente acaba me convencendo de levar coisas a mais, eles dão um pão de queijo para experimentar, um pão doce, aí já viu, eles te convencem e isso faz parte do atendimento, do serviço deles, eles precisam agradar os clientes né. (Entrevistado 2. Francisca F. M Filha).

Carlos Alberto traz uma visão mais sociológica da padaria, um local de encontro e de convivência no dia a dia dos moradores:

Carlos Alberto - Na padaria, o princípio básico dela é diferenciar do bar. No bar você vai efetivamente para um consumo, tomar uma caipirinha, cerveja, refrigerante (quem não bebe), mas na padaria é mais para tomar um cafezinho, comer o famoso pão na chapa, e bater papo e fazer comentários sobre o dia a dia do bairro e de uma forma, como eu diria, além de coloquial, é, uma forma interiorana, que traz, que envolve a cultura dos primórdios da formação do bairro, que sempre se andou em torno de uma padaria. Eu me sinto bem, eu gosto disso, eu acho que a padaria, eu brinco, são os senadinhos das esquinas, ali se reúnem as pessoas para discutir, para falar da crise, da política, disso, daquilo. E a padaria tem essa característica. Já no bar é diferente, lá o cara vai para beber, contar histórias, mas na padaria não, a padaria é uma aula de sociologia todos os dias, porque ali se discute e se resolve todos os problemas do país! (Risos). (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

No discurso acima, percebe-se que para Carlos Alberto, a padaria, além do convívio diário como ponto de interatividade, já que se discutem assuntos diversos do cotidiano, se tornam locais tradicionais pelo fato de terem sido e ainda serem muito presentes na cultura do Tatuapé, preservando ainda a forma interiorana, tão arraigada no início da formação do bairro.

Já Gisele, embora não frequente as padarias, destaca o novo papel desse estabelecimento, hoje multisserviço:

Gisele - Eu não tenho muito hábito de tomar café em padaria, mas eu tenho a super opção de uma aqui na rua Apucarana, (a Big Bread). Aí quanto eu estou a fim de tomar um café na padaria eu vou lá, já fui almoçar lá também, porque além de ser padaria, tem a parte do restaurante, são multisserviço, o que é muito bom, porque facilita e eu sou sempre bem atendida. (Entrevistado 3. Gisele M. F Koch).

Em todas as falas, nota-se que o atendimento, (mesmo entre os que não frequentam assiduamente o estabelecimento padaria, como Gisele), está presente com uma visão positiva.

Não é só o fato de serem bem atendidos, mas também de se sentirem acolhidos no ambiente, atribuído aos laços de identidade, de pertencimento e tradição que fazem das padarias parte do cotidiano desses moradores. Evidencia-se nos discursos, que o hábito de frequentar padarias é comum no bairro, mas não se pode afirmar de acordo com a questão levantada anteriormente, que a perpetuação desses antigos costumes está diretamente ligada à influência dos portugueses no local.

Flávio Roveri Martins, em uma entrevista mais longa, como sócio proprietário da padaria Lisboa e morador do bairro, aborda sua visão sobre os clientes, os moradores e o Tatuapé:

Flávio - O perfil do cliente é variado, porque os mais antigos que vem aqui, vem comprar o pãozinho e muitos estão morrendo, essa é a realidade, mas tem muito morador sim que vem aqui e tem também muita gente que passa por aqui ou que trabalha por perto, afinal aqui tem muito comércio. Mas sim, eles utilizam a padaria como ponto de encontro sim. Tem cliente que a gente já sabe até o que vai pedir. Inclusive de uns sete anos para cá estávamos com a imagem meio desgastada da padaria, porque a gente ainda estava com aquela coisa de servir aquela pinguinha no balcão e com esse novo perfil, remodelamos tudo e trouxemos uma cara mais moderna, porque precisava. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Flávio - Então, tem muito cliente frequente sim, e o motivo dessa frequência acho que é a qualidade dos nossos produtos, aliás o carro chefe daqui é o pão italiano. Muita gente vem de outros bairros comprar aqui, e a empada, que até a Ana Maria Braga veio fazer uma reportagem aqui com a gente. Mas, eu acho assim, que as pessoas no dia a dia acabam meio que elegendo uma padaria para fazer suas compras diárias, é difícil alguém ficar circulando. Ainda bem que muitos escolheram a Lisboa. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Flávio menciona também o perfil do morador novo e antigo:

Flávio - O morador de antigamente é aquele tradicional, que até tem dinheiro mas não é de gastar muito, porque imagina como não foi a vida dessa pessoa, muitos aqui são imigrantes portugueses e italianos e muitos são filhos de imigrantes, que tiveram uma vida difícil e chegaram até a passar fome, então esse morador mais antigo sabe como é. Ele tem mas não gasta. Ele vem para comprar pão, compra o pão e pronto, nada mais. Meu avô por exemplo, tinha um carro para entrega dos pães e a venda era baseada em centavos, que era o custo do pãozinho, então você imagina como era difícil para juntar um dinheiro, não era nada fácil, era trabalho duro, então é a mesma mentalidade. Agora os mais novos, os “novos ricos”, com poder aquisitivo bom, gastam mesmo, consomem de tudo, querem

novidades e são muito exigentes, vão em busca do luxo. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Esse novo perfil de morador pode associar-se ao novo perfil do bairro, que hoje volta-se a uma região dotada de serviços, edifícios de alto padrão atraindo moradores de classe média alta, que têm maior poder de consumo e conhecem aquilo que querem consumir. Ao descrever o perfil do cliente, em que há uma diversidade em seu estabelecimento, Flávio deixa claro que a padaria precisou se reformular, adequando-se às novas demandas. A “pinga no balcão”, característica desses locais, há anos atrás, não faz mais parte da dinâmica dessas padarias.

Em relação à personalização do serviço, Flávio afirma que há a influência do cliente no atendimento, que muitas vezes, a intimidade ocorre e embora haja um padrão de atendimento, esse relacionamento entre cliente e prestador de serviço é bastante característico em seu estabelecimento.

Flávio - Olha, temos um padrão de atendimento, mas a intimidade acaba ocorrendo, não tem jeito e aí essa hospitalidade digamos assim é fato mesmo. Tem cliente que nem precisa fazer o pedido, porque o funcionário já sabe o que ele quer. Além disso tem aquela coisa do agrado também e da velha “caixinha” que assim como você acaba praticando isso num lugar que você já conhece com algum garçom, sei lá, acaba acontecendo também, enfim é parte desse mecanismo do serviço. Todo mundo gosta de ser bem tratado. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

A gorjeta, “caixinha”, mencionada por Flávio, é bastante presente em seu estabelecimento. Para ele, é uma forma de “agradar” o funcionário como um reconhecimento de seu trabalho e atenção. O cliente não tem a obrigação de dar a gorjeta, é uma ação facultativa que faz parte “desse mecanismo do serviço”. Os frequentadores se sentem à vontade com esse atendimento diferenciado. Aqui a personalização do serviço tem a influência das pessoas que frequentam a padaria, que associada ao depoimento de Jorge, legitima a questão de que essa personalização dos serviços é influenciada pelos hábitos locais.

A hospitalidade comercial (LASHLEY e MORRISON, 2004), implícita nas falas dos entrevistados, é descrita por meio de expressões como “bem atendido”, “atendentes super simpáticos”, “precisam agradar os clientes”. Percebe-se aqui de modo sutil que a troca vai além do “combinado financeiramente, pois seus frequentadores sentem-se à vontade no ambiente. “Faz parte do meu dia a dia”, “Ah, é a questão da tradição e a gente se acostuma com o lugar, com as pessoas”. “Para mim a padaria é um lugar muito familiar. Me sinto à vontade”, são exemplos de que esse acolhimento presente cria vínculos, estimulando as

relações sociais, corroborando a hipótese de que o setor de serviços exprime relações de troca, esclarecendo as relações de hospitalidade na atualidade.

A experiência do serviço é consolidada por meio das relações estabelecidas entre o cliente e o atendente. Essa experiência positiva, traz referências, valor e cria vínculos entre as partes. (FITZSIMMONS e FITSIMMONS, 2005)

4.2.4 Serviços e Fronteiras Imaginárias.

Ao abordar a questão da rede de serviços hoje presente no bairro e se os entrevistados se deslocam a outros bairros em busca desses serviços, as respostas foram muito similares:

Pilar- Não, faço tudo aqui. O Tatuapé tem tudo o que eu preciso. (Entrevistado 6. Maria Pillar Bento Cortez da Silva).

Francisca – Olha, tudo o que eu procurei no Tatuapé eu encontrei. É difícil eu sair daqui para procurar algum serviço em outro lugar. Eu ando muito a pé, eu não tenho carro, então é sossegado. (Entrevistado 2. Francisca F. M Filha).

Pilar e Francisca afirmam prontamente que o bairro tem tudo o que elas precisam e deixam claro que o não saem da região em busca de outros serviços. Gisele, abaixo menciona a mudança do bairro em relação às grandes marcas, citando como referência a sofisticação da zona sul, agora também presente na zona leste.

A forte presença dos *shoppings centers* hoje na região, são decorrentes dos nichos localizados em determinados espaços na cidade, voltados a concentração dos usuários dos bairros, chamados assim de “shoppings de vizinhança” (FRUGOLI e ROLNIK, 2001).

Gisele - Não. Toda marca de referência ela se encontra aqui no Tatuapé para que a gente possa ter acesso rápido sem precisar ir para a zona sul. Há dezoito anos quando eu me mudei para o Tatuapé, eu tinha o hábito de frequentar o shopping Ibirapuera, por exemplo, toda vez que eu precisava fazer uma compra, eu voltava para a zona sul, não me acostumava a comprar na zona leste e hoje tem excelentes restaurantes na zona leste, bares, entretenimento total, então assim, eu não preciso sair do Tatuapé para nada. (Entrevistado 3. Gisele M. F Koch).

Manuel – Olha. Eu não saio muito né. Mas hoje tem tudo aqui, bem diferente de antigamente, mercado, farmácia, até hospital grande, tudo mesmo. (Entrevistado 1. Manuel Dias Rodrigues).

Carlos Alberto - O Tatuapé é muito completo. Raramente, quando vou a algum lugar é no Mercado (Mercado Municipal da Cantareira), mas é pelo passeio, não pela necessidade. Mas aqui tudo o que se precisa se tem com facilidade. [...]. (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

Flávio - É um bairro que tem de tudo, é o que mais se desenvolveu aqui na zona leste. Muitas pessoas de uma Vila Matilde, Belém, Penha, que tem um poder aquisitivo melhor, quer vir morar aqui e o carro chefe, que explodiu mesmo foi o Jardim Anália Franco, que acabou atraindo muita gente para cá, e essa coisa de cidade do interior foi se perdendo com a chegada do desenvolvimento e o número cada vez maior de pessoas por aqui. Mas gosto muito ainda tem tranquilidade. [...] Não. Difícil, hoje não preciso. A não ser que seja algo específico. A gente sempre brinca, uma coisa é sair para comer e outra coisa é sair para jantar. Então assim, às vezes, você precisa ir para algum lugar legal porque vira um evento, mas por necessidade mesmo, falar que não tem um restaurante legal aqui, não, porque tem, hospital, tem, teatro tem, supermercados, todas as grandes redes têm aqui, como o St. Marché, o Pão de Açúcar, farmácia, tem de monte, enfim. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Jorge - Olha, hoje dificilmente. É lógico que você busca um restaurante diferente uma hora ou outra, mas normalmente até para restaurantes melhores o Tatuapé tem essa praticidade, que é o lado bom do negócio né. Você pode buscar o que você tinha nos Jardins antes, hoje você tem no bairro. Então é isso, hoje praticamente nada eu procuro em outro lugar ou bairro, pouca coisa. É que eu trabalho fora até da cidade. Trabalho em Sorocaba, então eu tenho assim, um período do dia fora, mas tudo o que eu necessito eu tenho aqui no Tatuapé. (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

Flávio e Jorge destacam a versatilidade do bairro e como frequentadores também da zona sul da cidade, analisam de maneira sucinta a “evolução” da região em relação aos serviços, com a presença de bons restaurantes, entretenimento e grandes redes de supermercados, que se instalaram no Tatuapé. A forte presença de uma rede diversificada de serviços faz com que os moradores tenham a facilidade e a conveniência de desfrutar desse novo perfil, antes restrito sobretudo aos habitantes da zona sul e oeste da cidade. O deslocamento a outros pontos da cidade em busca de serviços das mais diversas naturezas, bastante comum nos discursos dos entrevistados, hoje praticamente se restringe a área

hospitalar, como nos casos abaixo e a busca de “algo diferente, uma hora ou outra”, como mencionou Jorge.

Três dos entrevistados fizeram observações em relação a área hospitalar, que para eles é ainda deficiente no bairro:

Regiane- Não, na realidade, só em relação a médicos porque como eu era e trabalhava na zona sul, eu ia em todos os médicos de lá e eu sou fiel, principalmente com os meninos (filhos) eu ainda levo, eu ainda não consegui me desvincular. Tenho essa fidelidade. Algumas especialidades eu já tenho por aqui, encontrando bons médicos eu vou acabar migrando. (Entrevistado 4. Regiane P. de Siqueira Basseto).

Edilson – O Tatuapé me atende completamente. Mas quando se fala em hospital, aí eu saio do bairro, infelizmente eu não estou satisfeito com os hospitais que nos atendem aqui. Mas tirando a área hospitalar acho ótimo. (Entrevistado 8. Edilson Beserra da Silva).

Ana Maria - Eu só vou para o centro pelo trabalho, mas aqui o Tatuapé me oferece tudo o que eu preciso, com exceção dessa parte hospitalar, que embora meu plano de saúde seja atendido no São Luiz, (hospital) às vezes, algumas especialidades, você acaba indo buscar em outros locais, mas no geral o Tatuapé oferece tudo, eu não acabo indo para outros bairros não. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Nota-se que a presença do setor terciário propiciou mudanças na dinâmica do bairro, que de essencialmente residencial, passou a contar com um núcleo significativo de serviços, vinculados não só às atividades cotidianas, como bancos, mercados, farmácias, escolas etc, mas também ligadas ao lazer e entretenimento, gerando novas demandas, atraindo moradores.

Dentro dessas características, pode-se afirmar que o bairro mediante suas transformações urbanas, interligadas aqui ao surgimento de uma área bastante diversificada de serviços, proporciona conveniência para seus moradores ao oferecer elementos relacionados desde às necessidades do dia a dia até lazer e entretenimento. Esses novos hábitos, traduzem uma nova forma de perceber esses espaços, criando fronteiras imaginárias, uma vez que não há o deslocamento a outros locais e essa característica é bastante valorizada pelos moradores, que além de se identificarem com o entorno, o que confirma em parte (já que a área hospitalar não atende a todos os moradores) a questão suscitada de que com a modernização do setor de serviços, há uma nova forma de perceber os espaços, criando fronteiras imaginárias de pertencimento. A fronteira delimita espaços conhecidos de desconhecidos, e a hospitalidade é

o limite desses espaços. (GRINOVER, 2014). O pertencer como uma dimensão da hospitalidade é sugerido a essa ideia de partilha de identidade do território. A hospitalidade instaura-se também no momento em que se toma consciência e valoriza-se do espaço em que se vive, acolhendo e recebendo as pessoas com polidez. (MONTANDON, 2011; GRINOVER, 2014).

E para finalizar a entrevista, a última questão referia-se à possibilidade ou desejo de mudar de bairro:

Manuel – Não senhora. Gosto muito daqui mesmo. É tudo para mim isso aqui. (Entrevistado 1. Manuel Dias Rodrigues).

Francisca - Não. Sou suspeita para falar. Não me vejo morando em outro bairro. Gosto muito do Tatuapé. (Entrevistado 2. Francisca F. M Filha).

Gisele - Não. Se eu tivesse que comprar o meu belo apartamento com área gourmet e tal, seria no Tatuapé. Aquela né (risos) “I love Tatuapé, eu sou Corinthians.” (Entrevistado 3. Gisele M. F Koch).

Edilson - Não. Jamais. Eu sou apaixonado pelo Tatuapé. Eu vim para o Tatuapé para trabalhar no Corinthians e eu acabei comprando um apartamento, mas comprei pensando, ah, comprei mas vou acabar mudando, depois vou vender e tudo mais! Aí o que ocorreu, eu saí do Corinthians e fiquei tão satisfeito, acabei comprando um apartamento melhor, porque eu escolhi viver no Tatuapé, eu me identifico completamente com o bairro. (Entrevistado 8. Edilson Beserra da Silva).

Carlos Alberto - Sinceramente não. Em dois aspectos: o primeiro é porque eu não tenho a menor ideia de sair de uma zona leste por exemplo, eu que vim do extremo leste para cá e aqui eu estou quase nas famosas porteiras do Brás, que era um divisor da zona leste. Daqui não tem nenhum outro bairro que me atraia e é engraçado eu vejo isso porque eu circulo muito nesse meio e é engraçado, o cara criado na zona leste, tem esse perfil ele é muito resistente a mudar de região. O cara da zona sul vai para a oeste, o da norte vai para sul, mas o cara daqui ele é muito arredio a essa possibilidade, porque a zona leste, ela é diferenciada, porque muito da história da zona leste foi seguindo a linha do trem e os entroncamentos passavam pela leste e pela oeste também (zona), então nós temos o regionalismo muito forte, mais amarrado, a zona leste para mim é mais alegre, mais festiva, as pessoas se dão melhor e isso é o espírito da gente e eu teria muita dificuldade de me adaptar em outro local. . (Entrevistado 7. Carlos Alberto de C. Thadeo).

Alguns dos entrevistados pensam em mudar de local, devido a outras circunstâncias, e fica demonstrado nos discursos que os problemas relatados não são relacionados ao bairro, mas sim a fatores relacionados à cidade, às aspirações pessoais, e planos para o futuro. Nas falas todos deixam claro que o bairro é muito bom, um lugar de identidade.

Flávio - Não, não gostaria, só se por necessidade e tiver problema de violência, que a gente aqui ainda não viveu isso graças a Deus e se for seria só por isso. (Entrevistado 9. Flávio Roveri Martins).

Regiane - Penso em viver em outro local, mas aí não é mudar de bairro, é mudar de Estado. Aí não é o Tatuapé, porque o Tatuapé eu gosto muito mesmo. (Entrevistado 4. Regiane P. de Siqueira Basseto).

Ana Maria- Então eu tenho pensado ultimamente por causa do trânsito em consequência do meu trabalho. Eu perco muitas horas me locomovendo, inclusive estou nessa fase de procurar, mas com o meu coração apertado, porque eu amo morar aqui no Tatuapé e eu tenho procurado apartamentos pelo centro, bem próximo do meu trabalho para que eu possa ir realmente a pé para o trabalho, mas eu tenho encontrado dificuldades, porque você precisa praticamente investir o dobro do valor num imóvel lá para ter um semelhante aqui. É mais por causa da locomoção, eu gostaria muito que melhorasse esse trânsito porque aí eu não precisaria sair jamais daqui. (Entrevistado 5. Ana Maria R. A Catarino).

Jorge - Olha é, (...), para ser sincero sim, porque é não só o Tatuapé na verdade. Eu tive a oportunidade nos últimos anos conhecer a cultura de outro país, mais especificamente, os Estados Unidos, e eu gosto muito do jeito que eles vivem, então eu teria muito interesse, gostaria muito de ter uma oportunidade de viver fora e também imagino na velhice em morar numa cidade litorânea, praiana, tranquila, isso me passa na cabeça, mas não morar, por uma questão de localização. Minha esposa, por exemplo, trabalha em Perdizes, já houve uma ideia uma vez de a gente imaginar em mudar para Perdizes por causa do trânsito, mas também os prós não são tão grandes para você mudar assim, porque a gente tá muito enraizado no bairro, então não se chegou a se concretizar essa mudança, mas seria somente na velhice ou então uma mudança drástica de país ou alguma coisa assim, mas não do bairro. Ah isso não! (Entrevistado 10. Jorge Abramides Neto).

Pilar- Não do Tatuapé não. Se tivesse que mudar seria para outro país. (Entrevistado 6. Maria Pilar Bento Cortez da Silva).

De maneira geral, pode-se perceber que os moradores entrevistados, possuem vínculos com o bairro. A identificação com o local, os laços de amizade e os espaços de vivência, mesmo com as grandes transformações, pelas quais o Tatuapé tem passado, são muito presentes. Ainda há resquícios desse “ar interiorano”, ao mesmo tempo em que se nota a forte presença do setor terciário, que embora tenha seus pontos negativos, como o trânsito, por exemplo, é bastante valorizado pelos moradores, que têm suas necessidades atendidas localmente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS.

Essa pesquisa objetivou compreender as relações de hospitalidade no bairro do Tatuapé, tendo como pano de fundo o setor de serviços.

A hospitalidade atuante em suas mais diversas dimensões retrata em sua essência a interação entre pessoas fazendo parte de um complexo que envolve elementos sociais e culturais de influência mútua entre aqueles que habitam um determinado território e os que usufruem de serviços e produtos desse mesmo local. Nesse sentido, os polos de serviços têm um papel fundamental na criação desse fenômeno. Assim, o consumidor, em busca da satisfação das suas necessidades e desejos, passa a ter um grande poder de escolha diante da grande variedade de produtos e serviços à sua disposição.

As relações de hospitalidade estão relacionadas com a prestação desses serviços em espaços de vivência e, para que essa seja positiva, é fundamental a troca entre as pessoas que neles interagem. Talvez associada a essa troca se fundamentem também as formas de convivência, moldadas à medida que novos polos de serviços surgem para atender as novas exigências proporcionadas pelo crescimento urbano e pela própria transformação dos logradouros.

Partindo da questão dessa pesquisa: Pode o setor de serviços na área de panificação e confeitaria, criar fronteiras imaginárias fortalecendo o pertencimento? As análises das questões de pesquisa apresentadas, fundamentam-se em relação às mudanças urbanas pelas quais o bairro tem passando e podem ser expostas da seguinte maneira:

O setor de serviços exprime relações de troca entre consumidores e empresas que podem esclarecer as relações de hospitalidade na atualidade. No decorrer dos discursos colhidos, observou-se que a hospitalidade comercial está implícita nas falas dos entrevistados, evidenciando que a troca entre pessoas se consolida, pois, se identificam, se sentem à vontade e acabam criando vínculos no ambiente que frequentam, estimulando as relações sociais, corroborando o questionamento de que o setor de serviços exprime relações de troca, esclarecendo as relações de hospitalidade na atualidade.

Os novos hábitos advindos com a modernização do setor de serviços, traduzem uma nova forma de perceber os espaços, criando fronteiras imaginárias de pertencimento. Dentro dessas características, pode-se afirmar que sim, o bairro proporciona conveniência para seus moradores, trazendo uma nova forma de percepção desses novos espaços, fazendo do bairro um lugar quase “auto suficiente”, criando fronteiras condensadas no perímetro, pois não há o

deslocamento a outros locais em busca de serviços, com exceção ao que se refere a área hospitalar, mencionada por três entrevistados, que se deslocam a outros locais, pois não estão satisfeitos com os hospitais do bairro, corroborando parcialmente com a questão de pesquisa levantada.

O bairro por possuir grande presença de Portugueses e descendentes, terá nas padarias que marcam presença na região desde à época da urbanização, a perpetuação desses antigos costumes. Há sim, o hábito de se frequentar as padarias, sobretudo as mais tradicionais, como a Lisboa e Marengo, (fundadas por imigrantes Portugueses) porém, nos discursos não foi possível identificar se a perpetuação desses hábitos está diretamente ligada ao fato da região possuir forte presença de Portugueses e descendentes.

A personalização nos serviços, influenciada pelos costumes do local e pelas pessoas que os frequentam, ainda é marca no bairro. Nas entrevistas, observou-se que a personalização dos serviços tem forte influência das pessoas que frequentam a padaria. Há uma certa “intimidade” com o cliente e vice-versa. Expressões como “atendimento personalizado”, “já sabe o que eu vou pedir”, são evidências dessa personalização e dos hábitos locais, pois os frequentadores se sentem à vontade com esse atendimento. Os locais de encontro indicam a resistência e a manutenção de relações mais personalizadas.

Sendo assim, partindo de uma breve análise sobre o setor de serviços, hospitalidade dentro de sua dimensão urbana, mais intensamente, e de um breve histórico do bairro do Tatuapé, evidenciando seus aspectos históricos e características atuais, a pesquisa buscou observar as manifestações dos traços de acolhimento no bairro, tendo em vista as grandes mudanças observadas na região. Como é vivenciada a hospitalidade dentro da categoria de serviços, especialmente nas padarias, hoje locais de encontro entre moradores, na criação de ambientes favoráveis.

A hospitalidade mudou, transmutando-se em uma nova relação de convivência, às novas práticas sociais, permeada por trocas dentro de um local determinado. As relações de hospitalidade incorporadas aos serviços são fruto da socialização, além de fatores emocionais que moldam comportamentos coletivos.

Considerando características do setor terciário, que atualmente é o grande veículo das economias globais, sobretudo nos centros urbanos e as mudanças decorrentes desse novo panorama, com base nos depoimentos das entrevistas, observa-se que o conjunto hospitalidade e serviços exerce influência no dia a dia dos moradores que procuram satisfazer suas necessidades, sem deixar de lado a convivência, relacionada à experiência de um serviço

e ao estabelecimento de laços sociais entre as partes integrantes desse sistema. No bairro do Tatuapé, observa-se que embora considerando as alterações pelas quais a região vem passando, a identificação dos moradores com o bairro é bastante intensa. O sentimento de pertencimento é um fator que o insere no contexto da vivência.

Isto posto, o resultado da pesquisa procurou contribuir com a produção de dados, para aprofundar a discussão sobre o tema da experiência urbana, em especial da hospitalidade em suas dimensões urbana e comercial, pautada em elementos de convivialidade e sugere o encaminhamento dessa temática em novos estudos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

ABARCA, Pedro. **Tatuapé, ontem e hoje**. São Paulo. Ed. Rumo, 1997.

_____. **Tatuapé. Uma história fascinante**. São Paulo. Ed. Rumo, 1999.

AGUIAR, Douglas e NETTO, Vinícius, M. (Org). **Urbanidades**. Rio de Janeiro – RJ Ed: Letra e Imagem, 2012.

ALMEIDA NETO, Augusto Cezar de. **A História da Panificação Brasileira. A fantástica história do pão e da evolução das padarias no Brasil**. Revista da Panificação Brasileira. Maxxifoods. São Paulo. 2008.

ALÔ TATUAPÉ. Disponível em <<http://www.alotatuape.com.br>>. Acesso em 17 de maio de 2014.

ALVES, Lidiane Aparecida. Reestruturação Urbana e Criação de novas centralidades: Considerações sobre os Shoppings Centers. In: **Revista Caminhos da Geografia**. V. 12 nº 37 março de 2011. p. 171-184. Disponível em <<http://www.ig.ufu.br/revista/caminhos.html>>. Acesso em 15 de setembro de 2014.

AUGÉ, Marc. **Não Lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas. Ed Papyrus, 1994.

BAPTISTA Isabel. Lugares de hospitalidade. In DIAS, C. (ORG) **Hospitalidade, reflexões e perspectivas**. São Paulo. Ed. Manole, 2002.

BARONE, Marco. Tatuapé continua o mais caro da zona leste. In: Zona Leste Imóvel. Disponível em <<http://www.zlimovel.com.br>>. Acesso em 09 de março de 2013.

BASTOS, Sênia. Ativação do patrimônio nas práticas de hospitalidade. In: COSTA, E. B.; BRUSADIN, L.B.; PIRES, M.C. (Org.). **Valor patrimonial e turismo: limiar entre história, território e poder**. 1ª ed. São Paulo. Outras Expressões, 2012, v. 1, p. 213-219.

BASSANEZI, Maria Silvia C. Beozzo. In: PATARRA, Neide (Org). **Emigração e Imigração internacionais no Brasil contemporâneo**. Ed: FNUAP/Nesur/NEPO, 1996.

BEIRA, José Camargo. **Praça Sílvio Romero**. Disponível em <<http://www.saopaulominhacidade.com.br>>. História publicada em 17/04/2013. Acesso em 02 de setembro de 2014.

_____. **Nossos bairros, nossas vidas. Onde está meu Tatuapé?** Disponível em <<http://www.saopaulominhacidade.com.br>>. História publicada em 10/07/2014. Acesso em 02 de setembro de 2014.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 5ª edição. São Paulo. Ed. Senac, 2006.

BONADIO, Luciana. **Após 'boom imobiliário', ruas antes tranquilas sofrem com tráfego em SP**. Disponível em: <<http://www.olhardireto.com.br/noticias>>. 30/07/2011. Acesso em 02 de março de 2014.

BUENO, Marielys Siqueira, SALLES, Maria do Rosário Rolfsen e BASTOS, Sênia. **Hospitalidade: trajetória e possibilidades**, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, julho de 2010. Disponível em < www.eumed.net/rev/ccss/09/bsb.htm>. Acesso em 01 de novembro de 2014.

CAMARGO, Luís. Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo. Ed: Aleph, 2004.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A cidade**. São Paulo. Ed: Contexto, 2003.

_____. **O Espaço Urbano: Novos Escritos sobre a Cidade**. São Paulo: FFLCH, 2007.

CARNEIRO, Maria José. **Ruralidade: novas identidades em construção**. Texto publicado integralmente nos Anais do XXXV Congresso da Sociedade Brasileira de Sociologia e Economia Rural, Natal, agosto, 1997.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade na perspectiva da gastronomia e da hotelaria**. São Paulo. Ed: Saraiva, 2005.

CASTELLS, Manuel. **A questão urbana**. São Paulo. Ed. Paz e Terra, 2000.

_____. **A Era da Informação: economia, sociedade e cultura**, vol. 1. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2002.

_____. **A sociedade em rede. A era da informação, economia, sociedade e cultura.** Ed: Paz e Terra, 2007.

CASTILHO, Araripe. **Interior começa a importar modelo de padocas paulistanas.** Folha de São Paulo, 11/11/12. Disponível em < <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mercado/77416-interior-comeca-a-importar-modelo-de-padocas-paulistanas.shtml>> Acesso em 20 de setembro de 2014.

CHIZZOTTI, Antônio. **Pesquisa em ciências humanas e sociais.** São Paulo. Ed Cortez, 2001.

COLARES, Marcelo **Anúncios. Jeep e Rossi.** Disponível em <<http://cargocollective.com/mcolares>>. Acesso em 23 de maio de 2014.

CORRÊA, Henrique. L e CAON, Mauro. **Gestão de Serviços. Lucratividade por meio de operações e satisfação dos clientes.** São Paulo. Ed. Atlas, 2002.

CORRÊA, R. L. **O Espaço Urbano.** 3.ed. São Paulo: Ed. Ática, 1995

CORREA, Vanessa. **Conexão Paris- Sapopemba.** Revista da Folha de São Paulo. (11 a 17 de maio de 2014). pp 32-34.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. Uma abordagem geográfica do fenômeno da hospitalidade turística. In: DIAS, C. (Org). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas.** São Paulo. Ed: Manole, 2002.

DALL'AQUA, Clarisse Torrens Borges. **Competitividade e Participação. Cadeias Produtivas e a definição dos espaços geoeconômico, global e local.** São Paulo. Ed. Anna Blume, 2003.

DE MASI, Domênico. **A sociedade pós industrial.** São Paulo. Ed. SENAC, 1999.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo.** 6ª. edição. São Paulo. Ed. Futura, 2002.

_____, e BUENO, Marielys Siqueira. **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades.** Ed. Pioneira Thomson, 2004.

_____, Hospitalidade e Mercado. In: **IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da INTERCOM**, Porto Alegre, 2004. Trabalho apresentado no NP 19 – Comunicação, turismo e hospitalidade.

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

ENDRIGUE, Taísa da Costa. **Tatuapé: a valorização imobiliária e a verticalização residencial no processo de diferenciação sócio-espacial. 2008**. Dissertação de Mestrado em Habitat pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008. Disponível em <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16137/tde-14052010-090603/>>. Acesso em 03 de novembro de 2014.

FITZSIMMONS, James A.; FITZSIMMONS, Mona. **Administração de Serviços: Operações, Estratégia e Tecnologia da Informação**. Porto Alegre: Bookman, 2000, 2005, 2002.

FERREIRA, Afonso. **Padarias apostam no café da manhã fora de casa e se modernizam**. UOL. 25/04/12. Disponível em <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/04/25/padarias-apostam-no-cafe-da-manha-fora-de-casa-e-se-modernizam.jhtm>. Acesso em 20 de outubro de 2014.

FONSECA, Danielle. **Tradicionalis, Tatuapé e Mooca estão na moda e com variedade**. (26/09/2014). Folha de São Paulo. Disponível em <<http://www.folha.com.br>>. Acesso em 23 de outubro de 2014.

FRANCO, Ariovaldo. **De caçador a gourmet: uma história da gastronomia**. São Paulo. Ed. SENAC, 2001.

FRANCO, Fernando de Mello. A construção da urbanidade em São Paulo. In: Folha de São Paulo. **Opinião**. Publicado em 17 de setembro de 2009. Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniao/fz1709200909.htm>>. Acesso em 30 de abril de 2015.

FRUGOLI, Heitor Jr. **Centralidade em São Paulo**. São Paulo. Ed. USP, 2000.

_____, e ROLNIK, Raquel. Reestruturação urbana da metrópole paulistana: a Zona Leste como território de rupturas e permanências. In: **Cadernos MetrÓpole** n. 6, pp. 7-8, 2º sem. 2001.

FRUTUOSO, Maria Suzel Gil. A presença portuguesa no comércio em Santos. In: MATOS, SOUSA e HECKER (Org). **Deslocamentos & Histórias: Os portugueses**. Bauru- SP. Ed. Edusc, 2008.

GASPAR, Ricardo Carlos. A cidade de São Paulo: mudanças na economia metropolitana. In: **Revista Pesquisa & Debate, SP, Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em Economia Política**. Volume 23, número 1 (41) pp. 134-153, 2012. Disponível em <<http://revistas.pucsp.br/index.php/rpe/article/view/12382/8978>> Acesso em 27 de maio de 2013.

GAZETA VIRTUAL. **Especial Tatuapé 345 anos**. Disponível em <<http://gazetavirtual.com.br>> Acesso em 30 de outubro de 2013.

_____. **O Estágio das empresas na época instaladas no Tatuapé**. Disponível em <<http://gazetavirtual.com.br>>. Acesso em 10 de outubro de 2014.

_____. **A evolução industrial do Bairro Gigante**. Disponível em <<http://gazetavirtual.com.br>>. Acesso em 10 de outubro de 2014.

_____. **Brás e Mooca partem na frente**. Disponível em <<http://gazetavirtual.com.br>>. Acesso em 10 de outubro de 2014.

GIANESI, Irineu G. N. e CORRÊA, Henrique Luiz. **Administração Estratégica de Serviços. Operações para a satisfação do cliente**. Ed: Atlas, 1996.

GIL, Antônio Carlos de. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6ª edição. São Paulo. Ed. Atlas, 2011.

GIRARDI, Eduardo Paulon. **Atlas da Questão Agrária**. 2006. Disponível em <http://www2.fct.unesp.br/nera/atlas/espaco_territorio.htm>. Acesso em 27 de maio de 2015.

GODBOUT, Jacques. T. **Introdução à Dádiva**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, volume 13 nº 38. São Paulo, outubro de 1998. Disponível em <<http://www.scielo.br>>. Acesso em 21 de fevereiro de 2013.

GODOY, Arilda Schmidt. **Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades**. RAE – Revista de Administração de Empresas, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995.

GOMES, Laura Graziela. **“Comércio Etnico” em Belleville: memória, hospitalidade e conveniência**. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, nº 29, 2002, p. 187-207.

GOOGLE MAPS. Disponível em <<http://www.googlemaps.com.br>>. Acesso em 30 de outubro de 2014.

GOTTMANN, Jean e HARPER, Robert Alexander. **Since Megalopolis: the urban writings of Jean Gottmann**. Johns Hopkins, University Press, 1990.

GRINOVER, Lucio. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, Célia Maria de Moraes. (Org.) **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas**. Ed: Manole, 2002.

_____,.. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. In: **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006.

_____,.. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. São Paulo. Ed. Aleph, 2007.

_____, **A Hospitalidade e as Transformações Urbanas**. Trabalho apresentado ao NP - Comunicação Turismo e Hospitalidade, do VIII Nupecom – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação Natal, RN – 2 a 6 de setembro de 2008.

_____, A Hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. In: **Revista Hospitalidade**. Ano VI, nº 1, junho de 2009.

_____, Hospitalidade, Qualidade de Vida, Cidadania, Urbanidade: Novas e velhas categorias para a compreensão da hospitalidade urbana. In: **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, Penedo, vol 3, n1, p 16-24, 2013. Disponível em <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>>. Acesso em 15 de maio de 2015.

_____, **A cidade à procura da hospitalidade**. [Livro eletrônico]. São Paulo. Ed. Aleph, 2014. (Série turismo).

HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. Ed: José Olympio, 1994.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil 500 anos**. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em 05 de abril de 2014.

JORNAL DA ZONA LESTE. Disponível em <<http://www.jornaldazonaleste.com.br>>. Acesso em 02 de fevereiro de 2013.

JORNAL FOLHA DE SÃO PAULO. **O Tatuapé ainda tem espaço para crescer, diz empresária.** Caderno Imóveis. 06/01/13. Disponível em <<http://www.folha.uol.com.br>>. Acesso em 20 de outubro de 2014.

JORNAL O RETRATO. **No aniversário do Tatuapé, moradores falam sobre o bairro.** Disponível em <<http://jornalretrato.com.br/net/no-aniversario-do-tatuape-moradores-falam-sobre-o-bairro/>>. Acesso em 01 de setembro de 2013.

JUNIOR, Wilson Martins Lopes e SANTOS, Regina Célia Bega dos. Novas cidades, novos centros. In: **Revista Geografia.** Edição 25, 2012. Disponível em <<http://conhecimentopratico.uol.com.br/geografia/mapas-demografia>>. Acesso em 15 de maio de 2014.

JURASSICOS. Disponível em <http://www.jurassicos.com.br/leao_XIII/bairros_operarios.html>. Acesso em 20 de outubro de 2014.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**, 10ª edição. Ed Prentice Hall, 2000.

LANDI, Vagner. **A população do Tatuapé.** Disponível em <<http://engvagnerlandi.com/tag/populacao-do-tatuape>>. Matéria publicada em 03/10/11. Acesso em 19 de outubro de 2014.

LANGENBUCH, Juergen Richard. **A estruturação da Grande São Paulo – estudo de geografia urbana.** Rio de Janeiro, IBGE, 1971.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. **Marketing de Serviços.** 5ª edição. São Paulo. Ed. Atlas, 2010.

LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade. Perspectivas para um mundo globalizado.** Ed Manole, 2004.

LEFEBVRE, Henry. **A revolução urbana.** Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

LENCIONI, Sandra. **Globalização e estrutura urbana.** São Paulo. Ed: Hucitec, 2004.

_____, Observações sobre o Conceito de Cidade e Urbano. In: **GEOUSP – Espaço e Tempo**, São Paulo, nº 24, pp 109-123, 2008.

LIMONAD, Ester. “Así camina lo urbano: El derrotero”. In: **Revista Interamericana de Planificación, Guatemala**, v.XXIV, n.95, julho-setembro, 1991.

_____. **Os lugares da urbanização**. São Paulo. Tese (Doutoramento) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, 1996.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo. Ed. Martins Fontes, 1999.

LOVELOCK, Christopher e WRIGHT, Lauren. **Serviços, Marketing, Gestão**. Ed. Saraiva, 2002.

LUGOSI, Peter. Hospitality Spaces, Hospitable Moments: Consumer Encounters and Affective Experiences in Commercial Settings. In: **Journal of Foodservice**, 19 (2), pp. 139-149, 2008. Disponível em < <https://oxfordbrookes.academia.edu/PeterLugosi/Hospitality-and-hospitable-spaces>>. Acesso em 23 de maio de 2014.

MARICATO, E. **Estudos Avancados 17: metrópole, legislação e desigualdade**. São Paulo: Instituto de Estudos Avançados. USP, 2013.

MARQUES, Maria Teresa. **Tatuapé - Morador encanta-se com o bairro**. In: Caderno Imóveis – O Estado de São Paulo. Publicado em 22 de outubro de 2006.

MARTINS, Maria Helena (Org.). **Fronteiras Culturais (Brasil, Uruguai E Argentina)**. Ed. Ateliê, 2002, Cotia – SP.

MASSON, Celso. **A Ascensão do Tatuapé**. Site da revista Época. 25/03/13. Disponível em < <http://epocasaopaulo.globo.com/morar/a-ascensao-do-tatuape>>. Acesso em 03 de outubro de 2014.

MATOS, Maria Izilda Santos de. Portugueses e experiências políticas: a luta e o pão. São Paulo 1870 – 1945. In: **Revista História SP**. 28 (1), 2009.

_____, Maria Izilda Santos de e ANGELO, Elis Regina Barbosa. Imigrantes Açorianos em São Paulo: tempos, tradições e transformações. In: MATOS, SOUSA e HECKER (Org). **Deslocamentos & Histórias: Os portugueses**. Bauru- SP. Ed. Edusc, 2008.

MEIRELLES, Dimária Silva. O conceito de serviço. In: **Revista de Economia Política**, São Paulo, v. 26, n. 1, p. 119-136, março. 2006. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010131572006000100007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 04 de maio de 2015.

MONTANDON, A. Hospitalidade: ontem e hoje. In DENCKER, Ada F.M. BUENO; M.S. (Orgs) **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades**. São Paulo. Ed. Pioneira-Thomson, 2003.

MONTANDON, A. (Dir.). **O livro da Hospitalidade. Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo. Ed. SENAC, 2011.

MOREDO, Francisco Alexandre. **Marketing de relacionamento**. Natal, Edunp, 2011.

MOREIRA, M. A. **Teorias de aprendizagem**. São Paulo. Ed. EPU. 1999.

MORENO, Júlio. **O futuro das cidades**. São Paulo. Ed. SENAC, 2002.

NASCIMENTO, Júlio César Dias do. **Cidade e Urbano: Uma abordagem teórica e conceitual**. Publicado em 10 de julho de 2011 Disponível em <<http://www.webartigos.com/artigos/cidade-e-urbano-uma-abordagem-teorica-e-conceitual/70995/#ixzz3eOkYg2Zw>>. Acesso em 30 de abril de 2014.

OLIVEIRA, Roberto e LAVIGNE, Nathalia. **Gente fina da zona leste**. In: Site da Revista da Folha. 01/06/2008. Disponível em <<http://www.folha.com.br>>. Acesso em 30 de outubro de 2014.

PANORAMIO. Disponível em https://ssl.panoramio.com/photo_explorer >. Acesso em 01 de novembro de 2011.

PANOSSO, Alexandre Neto e ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org). **Segmentação do mercado turístico (estudos, produtos e perspectivas)**. 1ª edição .Ed Manole, 2009.

PINHO, Ivan. **Sistema e Cadeia Produtiva do Turismo**. Aula 16. 2010. Disponível em <<http://www.ivanpinho.com.br>>. Acesso em 15 de abril de 2013.

PELLEGRINO, Paulo. A paisagem possível. Universidade de São Paulo, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. In MOREIRA, Antônio Cláudio M. L. **Megaprojetos & ambiente urbano: análise crítica dos relatórios de impacto de vizinhança apresentados à prefeitura do município de São Paulo**. Anais. Encontros Nacionais da ANPUR. Capa > v. 8 (1999).

PENA, Rodolfo F.Alves. **Reestruturação produtiva e setor terciário**. Disponível em< <http://www.mundoeducacao.com/geografia/setor-terciario.htm>>. Acesso em 01 de novembro de 2014.

PESAVENTO, Sandra J. In: MARTINS, Maria Helena (Org.). **Fronteiras Culturais (Brasil, Uruguai e Argentina)**. Cotia – SP. Ed. Ateliê, 2002.

PIVA, Felipe Alves e SCHICCHI, Maria Cristina da Silva. Projetos Urbanos e Cidade: Revitalização da Diagonal Sul –SP. In. **Anais do XVI Encontro de Iniciação Científica da PUC-Campinas e I Encontro de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação da PUC– Campinas** 27 e 28 de setembro de 2011. Projetos urbanos e cidade: revitalização da diagonal sul – sp.

PREFEITURA DA CIDADE DE SÃO PAULO. Disponível em <<http://www.prefeitura.sp.gov.br>>. Acesso em 17 de março de 2013.

REVISTA DO TATUAPÉ. **Paolla Oliveira**. Ano 8 nº 84. p.13. Agosto de 2013.

REVISTA IN. **Uma Vila portuguesa com certeza**. Disponível em <<http://www.revistain.com.br>>. Matéria publicada em: 29/04/2011. Acesso em 30 de abril de 2014.

REVISTA IN. **Melhor idade em ação**. Ano 26 nº 267. Fevereiro de 2014.

REVISTA PAISAGEM URBANA. **Porte Construtora**. Ano 1. Nº 2 – 2014. Ed. Grupo Leste.

REVISTA VEJA SP. **25 motivos para amar o Tatuapé**. 29/07/14. Disponível em <<http://vejasp.abril.com.br>>. Acesso em 02 de agosto de 2014.

ROGERS GROUP, **CRM Series Marketing 1 to 1**. São Paulo. Peppers and Rogers Group do Brasil, 2000.

ROLNIK, Raquel. São Paulo, início da industrialização: o espaço e a política. In: KOWARICK, L. (Org.). **As lutas sociais e a cidade**. São Paulo passado e presente. Rio de Janeiro. Ed. Paz e Terra. 1988.

_____. O lazer humaniza o espaço urbano. In: SESC SP. (Org.). **Lazer numa sociedade globalizada**. São Paulo: SESC São Paulo/World Leisure, 2000.

SÁ, Teresa. Cidade Contemporânea e os não lugares. In: **Congresso Português de Sociologia – 12 a 22 de junho de 2012**. Universidade do Porto. Disponível em <http://www.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP0173_ed.pdf>. Acesso em 08 de maio de 2015.

_____. Lugares e não lugares em Marc Augé. In: **Revista Tempo Social**. São Paulo, v. 26, n. 2, p. 209-229, dezembro 2014. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010320702014000200012&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 08 de maio de 2015.

SALLES, Maria do Rosário Rolfsen. São Paulo: Território do Progresso? Hospitalidade vista da ótica da Industrialização e Urbanização da cidade. In: BUENO, Marielys Siqueira, **Hospitalidade no jogo das relações sociais**. São Paulo. Ed. Vieira, 2008.

SANCHEZ, Fábio. In: REVISTA VEJA SP. **Tatuapé: para lá e para cá do bonde**. Publicado em 11 de setembro de 2010. Disponível em <<http://vejasp.abril.com.br/matéria/tatuape-historia>>. Acesso em 02 de maio de 2014.

SANTOS, Otávio Augusto Alves dos. Cidade, Urbano e Movimentos: Sobre a formação do urbano e a ação dos grupos socioespaciais “excluídos” – Um Olhar Sobre Recife. In: **Revista Pau dos Ferros**, Rio Grande do Norte, Brasil, v 2, n. 1, p. 61-72, jan. /jun., 2012.

SASSEN, Saskia. **Sociologia da globalização**. Porto Alegre. Ed: Artmed, 2010.

SAUDADE DE SAMPA. Disponível em <<http://saudadesampa.nafoto.net/photo20130822161629.html>>. Acesso 01 de agosto de 2014.

SCHELIGA, Renata Canto e WHITAKER, João Sette Ferreira. **Itaquera e o Itaquerão. Legado com urbanidade**. 2012. Disponível em <http://www.fau.usp.br/disciplinas/tfg/tfg_online/tr/122/a103.html> Acesso em 03 de outubro de 2014.

SEBRAE-SP. **A economia da zona leste e o pequeno comércio**. Disponível em <<http://www.sebrae.com.br>> Acesso em 01 de novembro de 2014.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo. Ed. Cortez, 2002.

SOUZA, Carlos Leite de. **Fraturas Urbanas e a Possibilidade de Construção de Novas Territorialidades Metropolitanas: A Orla Ferroviária Paulistana**. Tese de Doutorado. (São Paulo: FAU – USP), 2002.

SOUZA, M. A. O novo Brasil urbano: integração ou fragmentação? In: GONÇALVES, M. F. (Org.). **O novo Brasil urbano: impasses, dilemas, perspectivas**. Anpur, 35ª Reunião Anual da SBPC. Recife: Mercado Aberto, 1993.

SOUZA, Okky de. **São Paulo 450 anos luz**. São Paulo. Ed. de Cultura, 2003.

TELFER, Elizabeth. A filosofia da qualidade da hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad, MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo. Ed. Manole, 2004.

THOMPSON, E. P. **Costumes em comum: estudos sobre a cultura popular tradicional**. São Paulo. Ed. Companhia das Letras, 1998.

TODA MATÉRIA. Disponível em <<http://www.todamateria.com.br>>. Acesso em 15 de outubro de 2014.

TRIGO. **Turismo básico**. São Paulo. Ed. SENAC, 1995.

TUON, Ligia. SP lidera criação de emprego. Setor de serviços é destaque. In: **Blogs Estadão**. Publicado em 18 de maio de 2012. Disponível em <<http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/sp-lidera-criacao-de-emprego-setor-de-servicos-e-destaque>>. Acesso em 15 de maio de 2014.

VARGAS, Heliana Comin e CASTILLO, Ana Luisa Howard (Org). **Intervenções em Centros Urbanos. Objetivos, estratégias e resultados**. 2ª edição. Barueri- SP. Ed. Manole, 2009.

_____, Heliana Comin. Comércio e cidade: uma relação de origem. In: OLIVEIRA, Cláudia Leonor de e WORCMAN, Karen. **Memórias do comércio paulista**, guia do acervo SESC São Paulo. Edições SESC – SP, 2012.

VASCONCELLOS, André. **Terceirização é diferente de terciarização**. Disponível em <<http://professorandregografia.blogspot.com.br/2009/09/terciarizacao-e-diferente-de.html>>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

VIANNA, Mônica Peixoto. **Habitação e modos de vida em vilas operárias**. Monografia final. Disponível em http://www.eesc.usp.br/nomads/SAP5846/mono_Monica.pdf Acesso em 12 de outubro de 2014.

VILLAÇA, Flávio. **Espaço intra urbano no Brasil**. São Paulo. Ed. FAPESP, 2001.

VIVA TATUAPÉ. **As super padarias do Tatuapé**. Disponível em <<http://www.vivatatuape.com.br>>. Acesso em 09 de novembro de 2013.

YÁZIGI, Eduardo. **A alma do lugar. Turismo, planejamento e cotidiano.** Ed: Contexto. 2001.

WATANABE. Roberto Massaru. **O bairro do terceiro milênio.** 10/2012. Disponível em <<http://www.ebanataw.com.br/roberto/tatuape/index.htm>>. Acesso em 01 de novembro de 2014.

ZONA LESTE SP. **Sobre o Tatuapé.** 05/06/2012. Disponível em <<http://www.zonalestes.com.br/bairros/tatuape.asp>>. Acesso em 01 de junho de 2013.

BIBLIOGRAFIA AMPLIADA.

ARRUDA, Maria Arminda do Nascimento. **Metrópole e Cultura. São Paulo no meio século XX.** Caxias do Sul. Edusc, 2001.

BASTOS, Sênia. Hospitalidade e história: a cidade de São Paulo em meados do século XIX. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti e BUENO, Marielys Siqueira (Org.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, v., p. 1-148.

BELL, David. The hospitable city: social relations in commercial spaces. In: **Progress in Human Geography**, 2007.

BRUNO, Ernani Silva. **História e Tradições da cidade de São Paulo. V. III. A metrópole do café (1872-1918). São Paulo de agora (1918-1954).** São Paulo. Editora Hucitec, 1991.

CIDADE DE SÃO PAULO – Site Oficial de Turismo da Cidade de São Paulo. <<http://www.cidadedesao paulo.com>>. Acesso em 20 de abril de 2013.

FREDERICO, Paulo R. de P.; OLIVEIRA, Valéria de A. A hospitalidade na gestão da informação. In: **Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Porto Alegre, 2004.

GONZALEZ, L.L. **Alterações do espaço urbano da Vila Olímpia (2000 a 2013): percepções da hospitalidade.** Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) - Universidade Anhembi Morumbi, 2014.

GONZALEZ, L. L.; CABIANCA, Maria Ângela; CAVENAGHI, A. J. **Requalificação do perímetro da favela do Jardim Edith em São Paulo: A percepção da hospitalidade no espaço urbano.** Competência - Revista da Educação Superior do Senac-RS, v. 6, p. 65-80, 2013.

OLBRZYMEK, Juliana R e Marilda R. Marketing de relacionamento. Grandes projetos não envolvem somente tecnologia. In: **Revista de divulgação técnico-científica do ICPG**, vol: 2 n. 7 – out, dez, 2004.

PANOSSO, Alexandre Neto e ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (Org). **Segmentação do mercado turístico (estudos, produtos e perspectivas).** 1ª edição .Ed Manole, 2009.

PORTER, Michael. **Competição. Estratégias Competitivas Essenciais.** Ed, Campus, 1999.

SASSEN, Saskia. **As cidades na economia mundial, espaços na economia global.** Coleção Cidade Aberta. Ed: Studio Nobel, 2010.

SCHIFFER, Sueli (Org). **Globalização e Estrutura urbana.** São Paulo. Ed. Hucitec, 2004.

APÊNDICE I - Roteiro de Entrevista.

Nome do entrevistado:

Idade:

Profissão:

1) Há quanto tempo mora no bairro?

2) O que mais gosta no bairro?

3) O que menos gosta no bairro?

4) O que sente falta?

5) O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

6) Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro, Por que?

Em relação aos pontos de encontro:

7) Costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Porque?

8) Você costuma frequentar alguma padaria? Frequenta como ponto de encontro?

9) Se sim, como é o ambiente da padaria para você? Você é bem acolhido? Porque você gosta de frequentar a padaria?

10) Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

11) Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Roteiro de Entrevista (Gerente- Padarias)

Nome do entrevistado:

Idade:

Profissão:

- 1) Conte-me um pouco sobre a História da Padaria.
- 2) Qual o perfil do cliente que frequenta o estabelecimento? (Idade, morador ou não, a utiliza como ponto de encontro?)
- 3) Há muitos clientes habitués? Por que? Você saberia me informar o motivo dessa frequência?
- 4) Você acha que esses clientes habitues influenciam na maneira como os seus funcionários prestam o serviço? Ou seja, a personalização do serviço prestado é uma influência dos clientes que frequentam? Ou há sempre um atendimento padrão?
- 5) Para você, qual o perfil do morador de antigamente e o de hoje?
- 6) Como você definiria o bairro?

APÊNDICE II - Termo de consentimento livre e esclarecido.

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado (a)Sr(a)_____, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é são as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé e particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro.

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação a região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé – Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho, em apresentações, em eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

() *Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.*

() *Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.***

() *Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.***

Ciente:_____ Data:_____

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,

Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a) Marcos Dias Rodrigues, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé-. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente: M P D R Data: 25/11/11

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a). Francisca Fontenelle Machado Filha, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé-. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

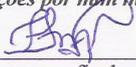
Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assinie e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.

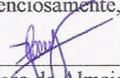
Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.

Ciente:  Data: 28/11/14

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a): Gisele Fernandes Munhoz Koch, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé-. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assinie e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente: Gisele Fernandes Munhoz Koch Data: 29/11/14

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a). D. MARGIANE PEDROZA DE SIQUEIRA DASSETTO, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé- .Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assinie e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

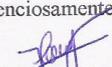
Ciente: 

Data: 29/11/2014

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a) Ana Maria Rodrigues Alves Catarino, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro.

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé-. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente: 

Data: 29/11/2014

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a) Maria Lillan Bento Cortez da Silva, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé- .Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.*

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente: [assinatura]

Data: 30/11/19

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,

[assinatura]
Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a) Boales Alberto de Borevalho Thales agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé-. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assinie e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente: 

Data: 01/12/14

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a) EDILSON BESERKA DA SILVA, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro.

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

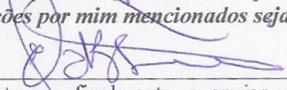
Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assinie e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

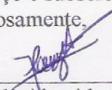
Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente:  Data: 01/12/14

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,


Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a) FLAVIO ROVERI MARTINS, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé-. Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assine e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.**

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, **porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.**

Ciente: Flávio Roveri Martins Data: 14/12/14

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,

Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE 1 – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

AUTORIZAÇÃO PRÉVIA PARA ENTREVISTA DE INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA

Prezado(a) Sr(a). X Jorge Abramides Neto, agradeço a atenção e a contribuição para o desenvolvimento deste trabalho científico, orientado pelo Prof. Dr. Airton José Cavenaghi para o Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi.

O objeto de estudo da minha pesquisa de mestrado é verificar as Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé. Particularmente tenho como objetivo geral compreender as relações dos moradores e não moradores com o bairro, em especial em locais de encontro

O título da dissertação é: *Em Busca da Hospitalidade em suas relações urbanas: O bairro do Tatuapé – SP* e informações referentes à sua vivência e opiniões em relação à região serão muito importantes para a produção do trabalho. Gostaria de agendar uma entrevista pessoal de até 30 minutos e adianto que o conteúdo da conversa será pautado apenas pelo assunto referente ao projeto - Relações de Hospitalidade no bairro do Tatuapé- Solicito, por este motivo, sua autorização para gravar o conteúdo da entrevista, mas já asseguro que a gravação poderá ser interrompida a qualquer momento, de acordo com sua determinação.

Após a entrevista, os dados serão transcritos, analisados e publicados. Por isso, também solicito sua autorização para utilizar o áudio e as imagens da entrevista neste trabalho em apresentações, eventos e outras publicações científicas.

Para dar andamento ao projeto, peço por gentileza, que avalie a proposta, preencha um dos tópicos a seguir, assinie e date este documento.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, porém solicito que meu nome não seja citado no trabalho.

Autorizo a gravação da entrevista relacionada acima, assim como a utilização das imagens e sons da mesma em apresentações, eventos e publicações científicas, porém solicito que nenhum dos nomes ou instituições por mim mencionados sejam citados no trabalho.

Ciente: X

Data: 24/02/14

Comprometo-me, finalmente, a enviar uma cópia deste termo com a assinatura, os dados documentais e o número de telefone do pesquisador, bem como o do orientador do trabalho para seu controle e a fim de que eventuais dúvidas sejam sanadas a qualquer momento.

Agradeço e subscrevo-me.

Atenciosamente,

Flávia de Almeida Calabrez

RG: 27.802.245-5

Celular: (11) 99154-4187

Telefone do Prof. Dr. Airton José Cavenaghi: (11) 998832539

APÊNDICE III - Transcrição das entrevistas.

Entrevistado 1.

Nome: Manuel Dias Rodrigues.

Idade: 79

Profissão: Aposentado

Há quanto tempo mora no bairro?

Manuel - Moro há 60 anos.

O que o senhor mais gosta do bairro?

Manuel - Olha eu gosto disso aqui, porque eu passo meu tempo aqui (na Praça Sílvia Romero), eu estou acostumado no bairro. Gosto do ar da Praça, de encontrar meus amigos. Aqui é quase a minha casa.

O que o senhor menos gosta?

Manuel – Há o trânsito. Hoje “tá” tudo muito complicado. Muita gente na rua.

O que o senhor sente falta? Que tinha antes e hoje não tem mais?

Manuel – Olha antes era mais sossegado. O bairro era pequeno e todo mundo conhecia todo mundo. Hoje não é mais assim. “Tá” tudo moderno né, barulhento.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Manuel – Para mim não mudou muita coisa, porque eu tenho a minha rotina há muitos anos. No bairro é como eu falei. “Tá” bem diferente, cheio de gente e de prédio.

O senhor vê positivamente ou negativamente as mudanças do bairro? Por quê?

Manuel – Há é positivo né. É o progresso. Faz parte da vida. Só não podem acabar com as praças e o verde daqui.

O senhor costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Porque?

Manuel – Todos os dias venho aqui na Praça (Sílvia Romero), jogar um dominó com meus amigos e conversar.

O senhor costuma frequentar alguma padaria?

Manuel – Não senhora. Só para comprar pão mesmo. Mas quem acaba indo é minha esposa.

O senhor costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço? Ou seja, quando o senhor precisa de alguma coisa, o senhor vai para outro lugar ou não?

Manuel – Olha. Eu não saio muito né. Mas hoje tem tudo aqui, bem diferente de antigamente, mercado, farmácia, até hospital grande, tudo mesmo.

O senhor pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Manuel – Não senhora. Gosto muito daqui mesmo. É tudo para mim isso aqui.

Entrevistado 2.

Nome: Francisca Fontenelle Machado Filha

Idade: 52

Profissão: Diarista.

Há quanto tempo mora no bairro?

Francisca - Moro há 12 anos no bairro.

O que mais gosta no bairro?

Francisca - Ah, do Tatuapé eu gosto, ah, tem muito parque para andar, é um bairro muito bom, sou até suspeita para falar. É um bairro que você acha de tudo aqui no Tatuapé. Já estou aqui há doze anos e pretendo continuar no bairro porque tudo o que você procura no Tatuapé, você encontra, tem bons restaurantes. É isso que eu vejo, é muito bom, as ruas são limpas, não é que não seja perigoso, mas é um bairro muito bom, a gente não vê falar em assalto.

O que menos gosta no bairro?

Francisca - O que eu menos gosto, é que tem muito trânsito, é muita gente junto. Cinco horas da tarde ninguém consegue andar no Tatuapé é muito trânsito.

O que sente falta?

Francisca - É eu acho que antigamente era mais tranquilo assim, porque hoje tem muita gente morando no Tatuapé e o trânsito ficou insuportável, mas quanto à segurança também o bairro “tá” mais agitado.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Francisca - É, hoje você não sente mais na porta para conversar com os vizinhos, todo mundo trabalha, sai de manhã, chega de noite, então deu uma mudada nesse ponto.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro, por que?

Francisca - Essas mudanças são positivas, o bairro é muito bom, desenvolveu muito.

Você costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Francisca - Eu gosto de ir muito no parque, no CERET é muito bom. Lá você anda, faz amizades, eu conheço bastante gente das minhas caminhadas eu gosto de lá, é o meu lazer, meu ponto de encontro. Muito bom. Ah! E tem umas padarias boas no Tatuapé, tem a Perfil, que fica na Azevedo, (rua Azevedo Soares), tem a Manuella, que antes era 24 horas, agora não é mais, tem a padaria CERET eu costumo frequentar. Ah, eu também vou muito na Padaria Lisboa, é uma padaria muito boa, um atendimento muito bom, tem a Padaria Marengo, gosto dos produtos, mas como ponto de encontro para mim tem o Largo do Bom Parto, que tem as feirinhas de artesanato, toda terça feira. Conheço as meninas das barraquinhas de lá. Agora recente teve uma feira gastronômica lá, e eu frequento a Igreja da Praça também. (Largo do Bom Parto). Faz parte do meu cotidiano. Eu gosto muito de lá, porque morei seis anos, em frente ao Largo, depois que eu mudei para a Antônio de Barros (rua). Eu conheço muita gente que mora lá, tenho muita amizade com meus ex-vizinhos, então eu volto sempre lá. Vou na missa de terça feira para rezar e encontrar todo mundo na praça.

Como a padaria é para você? Você é bem acolhido? Bem recebido?

Francisca – Olha eu gosto muito. Para mim ser bem atendida é o principal e em todas as padarias que eu frequento, eu sou bem atendida. Às vezes eu entro com a intenção de comprar só pãozinho, mas aí o atendente acaba me convencendo de levar coisas a mais, eles dão um pão de queijo para experimentar, um pão doce, aí já viu, eles te convencem e isso faz parte do atendimento, do serviço deles, eles precisam agradar os clientes né.

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Francisca – Olha, tudo o que eu procurei no Tatuapé eu encontrei. É difícil eu sair daqui para procurar algum serviço em outro lugar. Eu ando muito a pé, eu não tenho carro, então é sossegado.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Francisca - Não. Sou suspeita para falar. Não me vejo morando em outro bairro. Gosto muito do Tatuapé.

Entrevistado 3

Nome: Gisele Fernandes Munhoz Koch

Idade: 48

Profissão: Representante Comercial.

Há quanto tempo mora no bairro?

Gisele - Moro há 18 anos no bairro.

O que mais gosta no bairro?

Gisele - Bom, o Tatuapé cresceu muito, então, hoje, no Tatuapé, tudo o que você precisa para o seu dia a dia, sua diversão, para seu lazer, você encontra no Tatuapé. O que eu gosto no bairro é que a gente tem acesso a shoppings, aqui a gente tem o Tatuapé, o Anália Franco (shoppings), supermercados, a gente tem os melhores supermercados, laboratórios, enfim, tudo o que é ponto de referência no Tatuapé tem.

Então você não se desloca a outros bairros em busca de algum serviço?

Gisele - Não. Toda marca de referência ela se encontra aqui no Tatuapé para que a gente possa ter acesso rápido sem precisar ir para a zona sul. Há dezoito anos quando eu me mudei para o Tatuapé, eu tinha o hábito de frequentar o shopping Ibirapuera, por exemplo, toda vez que eu precisava fazer uma compra, eu voltava para a zona sul, não me acostumava a comprar na zona leste e hoje tem excelentes restaurantes na zona leste, bares, entretenimento total, então assim, eu não preciso sair do Tatuapé para nada.

O que menos gosta no bairro?

Gisele - O que eu menos gosto? Olha eu acho que o que eu não gosto não é o bairro, a gente tem a Radial Leste que é uma via de acesso que liga toda a zona leste ao resto da cidade e que é um trânsito terrível, mas não é uma coisa específica do bairro, é da zona leste em geral, então assim, não me vem à mente nada que eu não goste no Tatuapé. Eu acho que eu gosto de tudo no Tatuapé.

O que sente falta?

Gisele – Não sinto falta, ao contrário, cada dia, por exemplo, nós não tínhamos um teatro na zona leste, hoje a gente tem o Agostiniano Mendel (colégio) que tem o teatro, (Teatro Fernando Torres), então eu acho assim, que o bairro só vem evoluindo, ele não tinha nada que deixou de ter, eu acho assim que a gente ter um teatro na zona leste é uma coisa fantástica, que era o que faltava no bairro para você ver uma peça ou algo assim, tinha antes que ir para a zona sul e hoje a gente tem um bom teatro aqui, bem próximo a nós, então eu acho que só vem evoluindo, crescendo cada vez mais.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Gisele- Então já falei com relação às compras, mas eu procuro fazer absolutamente tudo por aqui e então assim, hoje não tem nada que eu precise para o meu dia a dia, lazer, para o meu consumo, que eu tenha que sair do Tatuapé em busca. Hoje eu consigo tudo isso aqui. Hoje tem bons restaurantes aqui, bons shoppings com boas marcas, bons laboratórios, bons médicos. É uma área que tem muitos consultórios, e você consegue encontrar todas as especialidades aqui. Meu pai tem 80 anos, ele vai no dermatologista a pé, tem médico que você pode escolher. É uma área que concentra médicos e ao mesmo tempo tem comércio, tem tudo, você não precisa ir para outro lugar para ir no médico, aqui tem tudo, vários prédios, com várias especialidades e hospital também. Temos aqui o Hospital São Luiz, que é excelente, bem próximo. Antigamente eu só ia no Hospital 9 de Julho, então hoje eu procuro um plano de saúde que tenha o Hospital São Luiz, porque é o que a gente tem de mais fácil acesso.

Você vê positivamente ou negativamente essas mudanças no bairro?

Gisele - Só visão positiva tenho do bairro, não pensaria em morar em outro lugar não.

Você costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Porque?

Gisele- Por exemplo, os bares ali do Largo Nossa Senhora do Bom Parto, ali é um bom lugar, as pessoas costumam marcar pizza da Itapura (rua do bairro com grande concentração de bares e restaurantes), o Jordão da rua Apucarana é um ponto, aquele restaurante de peixes, o Coco Bambu, as vezes café no *Frans Café*, perto do CERET. Tem uma casa na Francisco Marengo, de suco, o pessoal que faz pedal, a turma da bicicleta, se reúne ali, no Parque do Piqueri, em frente tem um posto, com conveniência, com um café legal, tem a Kopenhagem ali no final da rua Apucarana, também para tomar um café.

Você costuma frequentar alguma padaria? Frequenta como ponto de encontro?

Gisele - Eu não tenho muito hábito de tomar café em padaria, mas eu tenho a super opção de uma aqui na rua Apucarana, (a Big Bread). Aí quanto eu estou a fim de tomar um café na padaria eu vou lá, já fui almoçar lá também, porque além de ser padaria, tem a parte do restaurante, são multisserviço, o que é muito bom, porque facilita e eu sou sempre bem atendida.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Gisele - Não. Se eu tivesse que comprar o meu belo apartamento com área gourmet e tal, seria no Tatuapé. Aquela né (risos) *“I love Tatuapé, eu sou Corinthians.”*

Entrevistado 4

Nome: Regiane Pedroza de Siqueira Bassetto

Idade: 44

Profissão: Agente administrativa

Há quanto tempo mora no bairro?

Regiane- 18 anos

O que você mais gosta no bairro?

Regiane- Por ser um bairro plano, por ter tudo né, bancos, hospitais, apesar que o meu plano (de saúde) não atende aqui, escolas, tudo, serviços.

O que menos gosta no bairro?

Regiane - Ah, o trânsito, na verdade eu acredito que o bairro do Tatuapé não foi planejado, então não tem vias para subir e descer. Então é mão só para subir, mão só para descer. Tem uma Apucarana (rua) para subir, e uma Itapura (rua) para descer, uma Coelho Lisboa (rua) para descer, então aí o que acontece, o bairro do Tatuapé era só de fábricas e residencial, aí o que aconteceu, construíram em duas casas, um prédio, com dezesseis andares, quatro famílias. Aí ninguém anda!

O que sente falta?

Regiane - Sinto falta da arborização. Quando eu conheci o Tatuapé ele era bem mais arborizado. Hoje ele está mais “pedregulho”.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Regiane- Então, essa dificuldade de locomoção.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro? Por que?

Regiane- Essas mudanças são positivas com os serviços, mas o lado negativo é o trânsito.

Costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Regiane- Na realidade depois que casei saio mais com as crianças, frequento o Parque do Piqueri, o Parque no Carrão, o parque do CERET, levo eles no teatro. O que falta no Tatuapé acho que é a parte cultural, teatros, só tem agora o Fernando Torres e o do Parque (Parque Sampaio Moreira) que é bem simples e o do shopping Silvio Romero, então isso falta.

Você costuma frequentar alguma padaria?

Regiane - Não.

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Regiane- Não, na realidade, só em relação a médicos porque como eu era e trabalhava na zona sul, eu ia em todos os médicos de lá e eu sou fiel, principalmente com os meninos (filhos) eu ainda levo, eu ainda não consegui me desvincular. Tenho essa fidelidade. Algumas especialidades eu já tenho por aqui, encontrando bons médicos eu vou acabar migrando.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Regiane - Penso em viver em outro local, mas aí não é mudar de bairro, é mudar de Estado. Aí não é o Tatuapé, porque o Tatuapé eu gosto muito mesmo.

Entrevistado 5

Nome: Ana Maria Rodrigues Alves Catarino

Idade: 52

Profissão: Assistente Jurídica.

Há quanto tempo mora no bairro?

Ana Maria – Há 12 Anos

O que mais gosta no bairro?

Ana Maria - Eu gosto de tudo, eu acho que ele é um bairro bem diferenciado na zona leste, ele se destaca, talvez um bairro que “primeira linha”, dentro da zona leste. Eu acho a infraestrutura ótima, tem de tudo. A gente tem acesso a hospitais, a shoppings, parques, tem as estações de metrô próximas também. Eu adoro morar aqui.

O que menos gosta no bairro?

Ana Maria - O que eu menos gosto não é nem do bairro, é a localização geográfica dele dentro da zona leste, e o que me faz pensar até em mudar mais para o centro, é o acesso ao centro, o transporte. Apesar de ter metrô, trens, ônibus é uma dificuldade imensa para você ir tanto de transporte público quanto com o seu próprio veículo. Eu trabalho há dez quilômetros daqui e tem dia que eu levo 1h40 para chegar no trabalho. E as vezes de metrô também é complicado. Então a única reclamação que eu tenho, não é em relação ao bairro em si, mas a localização, a mobilidade.

O que sente falta?

Ana Maria - Olha, antes faltava um hospital mais próximo. Por exemplo, quando a gente contratava um plano de saúde, às vezes eu acabo escolhendo quais os hospitais que tem mais próximos. Eu ainda acho que peca nesse sentido, apesar de ter o Hospital São Luiz e o

Hospital Municipal do Tatuapé, eu acho que o que falta mesmo seriam outros hospitais de grande porte, é lógico que tem clínicas, mas para a gente não ficar refém do trânsito e numa emergência você possa se socorrer. O Hospital São Luiz atende mais planos de saúde e a população que não tem acesso a isso, ela só tem o Hospital do Tatuapé, que também deixa a desejar, quer dizer, atende, mas talvez não tenha mais a estrutura para atender tanta gente na zona leste. Ao meu ver é o que precisa.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Ana Maria - Trânsito e quando eu mudei para cá, eu lembro que na minha janela eu conseguia ver as antenas lá da Paulista, eu conseguia olhar o *Mc Donalds*, perto da Praça Silvio Romero, hoje quando eu olho da janela, eu só vejo prédios e cada vez mais prédios, então eu não consigo mais visualizar, não tenho mais uma visualização mais longínqua da cidade. É janela vendo prédio, prédio, prédio! Então cresceu muito também nessa área imobiliária.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro? Por que?

Ana Maria - Eu vejo essas mudanças positivamente, porque o bairro está em crescimento. Vejo também que os moradores têm um padrão de vida melhorado, a gente vê circulando carros novos, então a gente vê que o padrão de vida das pessoas que moram no Tatuapé, é de classe média para alta. O lado negativo, seria esse excesso de contingente que acaba tumultuando. Por exemplo, você vai no mercado, são as filas. Você vai ao shopping (...). Hoje por exemplo, eu queria ir ao shopping eu tive que chegar lá meia hora antes de abrir para tentar estacionar meu carro sem ter problema de ficar rodando, então assim esse excesso de pessoas é um ponto negativo, isso acaba atrapalhando um pouco a mobilidade e a paciência. Você quer ir a um cinema, você fica na fila e às vezes não consegue ir. A gente acaba se privando de um lazer por causa do excesso de pessoas que tem circulando ali no local.

Você costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Ana Maria - Olha eu não costumo sair muito porque a vida é corrida a gente trabalha durante a semana e no final de semana tem os afazeres domésticos, saio muito pouco, mas quando saio com as minhas amigas, ou a gente vai nesses restaurantes que têm na Itapura (rua) esses restaurantes mais diferenciados, a gente vai comer uma comida australiana,

mexicana, essa diversidade eu acho bacana aqui no Tatuapé. E tem alguns barzinhos também, raramente a gente vai, mas tomo um chopinho, o ambiente é agradável, parece que o nível das pessoas melhorou bastante.

Você costuma frequentar alguma padaria?

Ana Maria - Sim, tem várias boas, tem a Lisboa que é ótima, tem a Big Bread, que é próxima aqui também, tem a Perfil e a Marengo. Eu acabo frequentando uma ou outra sempre. Vou sempre variando.

Como a padaria é para você? Você é bem acolhido? Bem recebido?

Ana Maria – Ah sou bem atendida, gosto do ambiente, de chegar, sentar e pedir meu cafezinho, e o que me chama atenção em relação ao serviço é a opção de doces de salgados a variedade, o atendimento e eles, os funcionários são supersimpáticos.

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Ana Maria - Eu só vou para o centro pelo trabalho, mas aqui o Tatuapé me oferece tudo o que eu preciso, com exceção dessa parte hospitalar, que embora meu plano de saúde seja atendido no São Luiz, às vezes, algumas especialidades, você acaba indo buscar em outros locais, mas no geral o Tatuapé oferece tudo, eu não acabo indo para outros bairros não.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Ana Maria- Então eu tenho pensado ultimamente por causa do trânsito em consequência do meu trabalho. Eu perco muitas horas me locomovendo, inclusive estou nessa fase de procurar, mas com o meu coração apertado, porque eu amo morar aqui no Tatuapé e eu tenho procurado apartamentos pelo centro, bem próximo do meu trabalho para que eu possa ir realmente a pé para o trabalho, mas eu tenho encontrado dificuldades, porque você precisa praticamente investir o dobro do valor num imóvel lá para ter um semelhante aqui. É mais por causa da locomoção, eu gostaria muito que melhorasse esse trânsito porque aí eu não precisaria sair jamais daqui.

Entrevistado 6

Nome: Maria Pillar Bento Cortez da Silva

Idade: 49

Profissão: Do lar

Há quanto tempo mora no bairro?

Pilar - Há 42 anos

O que você mais gosta no bairro?

Pilar- Gosto de tudo, tudo não sairia daqui por nada, nada, nada! Me criei aqui.

O que menos gosta no bairro?

Pilar- Não tem nada de que eu não goste, talvez o trânsito que está ficando cada vez mais pesado, só.

O que sente falta?

Pilar - Não, nada, só melhorou, porque eu peguei ele (o bairro), numa época que era minúsculo, tinha lojinha de bairro e acabou, só um centrinho ali na Sílvia Romero e acabou, mais nada. Faltava shopping, mas isso 25 anos atrás, que não tinha, aí foram fazendo, e hoje tem tudo, tudo. Eu só acho um bairro um pouco caro financeiramente, as lojas são caras. E antigamente todo mundo conhecia todo mundo aqui. Tinha só casinha, era bairro dormitório e muita indústria, a Tabacow, a Philco e chácara, eu lembro, era pequena, mas lembro. Era difícil andar pelo bairro e ficar sem cumprimentar alguém na rua. O pessoal punha cadeira na calçada para ficar conversando. Isso mudou, pelo menos de uns dez anos para cá, acho eu e isso eu acho falta. Agora a gente não conhece mais ninguém, isso aqui cresceu muito.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Pilar - Ah, eu estou mais perto de tudo, eu não preciso me deslocar para nada, como eu me deslocava trinta anos atrás para fazer compra, por exemplo, a gente só tinha o Center Norte (Shopping localizado na zona norte da cidade) e você queria fazer uma compra melhorzinha sem gastar muito você ia para o Center Norte e hoje não, você compra tudo aqui.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro? Por que?

Pilar - Positivamente, tirando o trânsito, o resto é tudo positivo. O bairro cresceu muito e isso é bom.

Costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Pilar - Não. Saio pouco.

Você costuma frequentar alguma padaria?

Pilar- Frequento a Marengo. Por que? Ah em termos de variedade, ali tem tudo e o atendimento é bom!

Como é o ambiente da padaria para você? Você é bem acolhido? Porque que você gosta de frequentar a padaria?

Pilar - Sempre frequentei ali, porque sempre morei perto. A qualidade é muito boa dos produtos, por ser serviço de padaria, ali é completo, agora ampliaram lá. Tem a Big Bread que tá próxima, eu vou lá por comodidade, na conveniência, mas prefiro a Marengo. Para mim é a melhor padaria que tem por aqui. Gosto do ambiente e do atendimento. Faz parte do meu dia a dia passar por lá para tomar um café ou comprar pães, doces e até pizza.

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Pilar- Não, faço tudo aqui. O Tatuapé tem tudo o que eu preciso.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Pilar- Não do Tatuapé não. Se tivesse que mudar seria para outro país.

Entrevistado 7

Nome: Carlos Alberto de Carvalho Thadeo

Idade: 62

Profissão: Assessor Técnico Especial

Há quanto tempo mora no bairro?

Carlos Alberto – Há 14 anos

O que você mais gosta no bairro?

Carlos Alberto - A infraestrutura, as facilidades, o padrão de vida que a gente tem aqui que facilita. O bairro hoje, o que me atrai é essa função de facilitador. Você tem tudo aqui e acesso ao que falta com muita rapidez.

O que menos gosta no bairro?

Carlos Alberto - O aspecto de pessoas, que (...) aqui tem muita gente que acha que comprou um apartamento, ou coisa assim, acham que são os “donos da rua”, os “donos do pedaço”, os “donos de tudo”. Pessoas que não têm estrutura, não têm educação, são os “pseudos novos ricos”, que às vezes com suas fúrias pessoais e frustrações, transformam o dia a dia do bairro num “buzinaço”, numa falta de paciência, isso incomoda um pouco a gente que tem um pouco mais de educação, de estrutura e de saber o que é viver numa sociedade.

O que sente falta?

Carlos Alberto- Na verdade é o seguinte, eu sou muito positivista. Eu encaro que o que você tem se você usufrui bem, você é feliz, mas eu venho falando, que falta na zona leste um centro de grandes espetáculos. Por exemplo, você tem o HSBC e outros, onde os grandes espetáculos são feitos, você aqui tem que atravessar a cidade, ir lá na zona sul, falta isso, um grande teatro, algo muito forte que possa trazer grandes shows para a região. Com a inauguração do estádio do Corinthians e com a possibilidade dele de arena, talvez grandes shows possam vir para cá e suprir essa deficiência, essa necessidade da zona leste.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Carlos Alberto – Sim, a gente (minha família) saiu de uma estrutura que era um tanto quanto mais pacífica, a gente foi “criado” dentro de um bairro onde a gente tinha raiz, essas coisas, e a gente muda para um lugar onde a gente tem que primeiro chegar, pedir licença, mas isso é por cultura, se estabelecer e aprender a conviver com o espaço que era dos outros. Em que pese, o bairro que há muito perdeu sua característica de vila operária. Hoje com a implantação de serviços e a expansão imobiliária, então ela foi inibindo mesmo aqueles moradores antigos do Tatuapé. Hoje eles entendem que o bairro não pertence mais a eles, como o meu antigo bairro deixou de me pertencer, com a expansão, com a explosão imobiliária.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro? Por que?

Carlos Alberto - Vejo positivamente, tudo é positivamente, você planta numa velha garagem de ônibus ociosa, um grande hospital para concorrer com os melhores hospitais, como no caso do São Luiz, (Unidade Anália Franco, localizada no bairro), quer dizer, pelo menos no projeto, era para esse fim, o escopo, o pensamento que se tinha era nessa direção. Agora, eu vejo que os grandes supermercados se instalaram, essas coisas claro, que elas são positivas, elas vão crescendo, se transformando, o espaço vai sendo ocupado, uma nova dinâmica aparece. O que eu acho muito importante é que a região leste, o bairro do Tatuapé, o que eu posso falar, perdeu toda a sua característica industrial e hoje a economia é baseada no setor terciário, nos serviços e isso é positivo. Você perde o emprego da indústria, mas amplia o campo da prestação de serviço. Então isso tudo é desenvolvimento, o mundo anda nessa direção e seria um contrassenso, se nós andássemos na contramão da história. Eu tenho percebido que o Tatuapé convive com isso harmonicamente e positivamente.

Costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Carlos Alberto – Nesse capítulo eu não me vi com dificuldades porque é engraçado, todos os bairros, o ponto de encontro, mas vou falar do aspecto masculino né (risos), são as padarias. Nós parávamos na juventude, nas padarias, era o nosso ponto de encontro. Encontrar os velhos amigos, o cara que ia buscar o pão ali no sábado, domingo, chegando da faculdade, o ponto de encontro era a padaria, ou o bar. O bar Santa Helena, no bairro específico onde eu morava, em Guaianases, era o ponto de encontro da juventude. Fazíamos nossas traquinagens, tomávamos nossas vitaminas, pequenos drinks, coisa e tal. Quer dizer, hoje no Tatuapé eu me encontro nas padarias. Eu vou na Padaria Perfil, na Padaria Manuela, na Padaria Lisboa, eu encontro meu grupo de amigos, que eu formei novos amigos aqui. Gente daqui gente que chegou como eu. Esse é meu ponto de encontro. De vez em quando o pessoal fala, ah vamos tomar um chope lá no Jordão! Lá onde encontro pessoas que também se estabeleceram aqui como eu, outras que tem raízes aqui, ah a gente convive muito bem!

E o ambiente da padaria, como é para você? Você é bem acolhido? Porque que você gosta de frequentar a padaria como ponto de encontro?

Carlos Alberto - Na padaria, o princípio básico dela é diferenciar do bar. No bar você vai efetivamente para um consumo, tomar uma caipirinha, cerveja, refrigerante (quem não bebe), mas na padaria é mais para tomar um cafezinho, comer o famoso pão na chapa, e bater

papo e fazer comentários sobre o dia a dia do bairro e de uma forma, como eu diria, além de coloquial, é, uma forma interiorana, que traz, que envolve a cultura dos primórdios da formação do bairro, que sempre se andou em torno de uma padaria. Eu me sinto bem, eu gosto disso, eu acho que a padaria, eu brinco, são os senadinhos das esquinas, ali se reúnem as pessoas para discutir, para falar da crise, da política, disso, daquilo. E a padaria tem essa característica. Já no bar é diferente, lá o cara vai para beber, contar histórias, mas na padaria não, a padaria é uma aula de sociologia todos os dias, porque ali se discute e se resolve todos os problemas do país! (Risos).

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Carlos Alberto - O Tatuapé é muito completo. Raramente, quando vou a algum lugar é no Mercado (Mercado Municipal da Cantareira), mas é pelo passeio, não pela necessidade. Mas aqui tudo o que se precisa se tem com facilidade. Um ponto negativo é que aqui a gente é muito dependente do carro né (...) é para ir lá na Praça Silvio Romero, ah, eu vou de carro! Claro que daria para ir a pé perfeitamente, mas a gente fica muito dependente disso, mas é uma característica do paulistano. É o conforto que você não abre mão, digamos assim.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Carlos Alberto - Sinceramente não. Em dois aspectos: o primeiro é porque eu não tenho a menor ideia de sair de uma zona leste por exemplo, eu que vim do extremo leste para cá e aqui eu estou quase nas famosas porteiras do Brás, que era um divisor da zona leste. Daqui não tem nenhum outro bairro que me atraia e é engraçado eu vejo isso porque eu circulo muito nesse meio e é engraçado, o cara criado na zona leste, tem esse perfil ele é muito resistente a mudar de região. O cara da zona sul vai para a oeste, o da norte vai para sul, mas o cara daqui ele é muito arredio a essa possibilidade, porque a zona leste, ela é diferenciada, porque muito da história da zona leste foi seguindo a linha do trem e os entroncamentos passavam pela leste e pela oeste também (zona), então nós temos o regionalismo muito forte, mais amarrado, a zona leste para mim é mais alegre, mais festiva, as pessoas se dão melhor e isso é o espírito da gente e eu teria muita dificuldade de me adaptar em outro local.

Entrevistado 8

Nome: Edilson Beserra da Silva

Idade: 53

Profissão: Professor de Educação Física.

Há quanto tempo mora no bairro?

Edilson – Há 14 anos.

O que você mais gosta no bairro?

Edilson - O que mais me agrada no bairro é a parte de restaurantes e entretenimento.

O que menos gosta no bairro?

Edilson – Trânsito.

O que sente falta?

Edilson - É que o bairro do Tatuapé como ele foi crescendo, e se tornando um bairro bonito, com vários atrativos, muitas pessoas estão vindo de bairros variados morar aqui, e antes a quantidade de pessoas que moravam aqui, não tinham esse perfil variado que tem hoje. Você sente um pouquinho que aquela coisa de conhecer todo mundo, foi se perdendo. Porque todo dia surge um prédio novo no Tatuapé e cada dia chega mais gente.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Edilson – Ah, teve bastante! O Tatuapé sofreu uma evolução, foi se tornando cada vez mais um bairro de classe média alta. Antes eu trabalhava em vários bairros, hoje em dia eu posso concentrar todo o meu trabalho dentro do bairro, porque o público, é um público muito bom.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro? Por que?

Edilson – Eu vejo positivamente. Porque o bairro evoluiu.

Costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Edilson – No Shopping Anália Franco. Porque é um shopping tranquilo, com corredores largos, tem tudo o que me atende lá, não preciso sair para outros bairros para fazer isso. Por

exemplo, a parte de restaurantes, ele me atende muito bem, aliás o Tatuapé me atente muito bem em tudo.

Você costuma frequentar alguma padaria?

Edilson – Sim, eu frequento a padaria Lisboa, na Silvio Romero.

Como é o ambiente da padaria para você? Você é bem acolhido? Porque que você gosta de frequentar a padaria?

Edilson - Adoro lá porque as coisas que são vendidas lá são de qualidade. Além disso tem um bom atendimento, sou bem acolhido sempre. Eu recomendaria, sem dúvida nenhuma. Eu só vejo nessa padaria coisas positivas, o pão italiano deles para mim é o melhor do Estado de São Paulo, assim como muitos amigos meus que me indicaram essa padaria, também acham, mas eu acho que o estacionamento lá é muito pequeno e se fosse muito pouco maior melhoraria.

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Edilson – O Tatuapé me atende completamente. Mas quando se fala em hospital, aí eu saio do bairro, infelizmente eu não estou satisfeito com os hospitais que nos atendem aqui. Mas tirando a área hospitalar acho ótimo.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Edilson - Não. Jamais. Eu sou apaixonado pelo Tatuapé. Eu vim para o Tatuapé para trabalhar no Corinthians e eu acabei comprando um apartamento, mas comprei pensando, ah, comprei mas vou acabar mudando, depois vou vender e tudo mais! Aí o que ocorreu, eu saí do Corinthians e fiquei tão satisfeito, acabei comprando um apartamento melhor, porque eu escolhi viver no Tatuapé, eu me identifico completamente com o bairro.

Entrevistado 9.

Nome: Flávio Roveri Martins

Idade: 41

Profissão: Comerciante (Sócio Proprietário da Casa Lisboa e Padaria Lisboa).

Conte-me um pouco sobre a História da Padaria.

Flávio - Então, é uma padaria fundada pelo meu avô e minha avó há 101 anos, começou como um negócio pequeno sempre aqui nesse local e foi se expandindo. Hoje estamos a bem dizer na quinta geração, já que minhas primas já têm filhos. Sou eu e minha irmã e mais quatro primos que tocamos isso aqui. No começo era só a padaria, hoje temos a Casa Lisboa também que é voltado ao comércio de bebidas em geral e fazemos muitos casamentos festas com bebidas em consignação. Estamos aqui desde a época em que o bairro não era nada, só casinhas e chácaras e todo mundo conhecia todo mundo, tipo uma pequena cidade do interior. A padaria era tipo o posto do correio aqui na época. Hoje já “tá” bem diferente, porque cresceu né.

Qual o perfil do cliente que frequenta o estabelecimento? (Idade, morador ou não, a utiliza como ponto de encontro?)

Flávio - O perfil do cliente é variado, porque os mais antigos que vem aqui, vem comprar o pãozinho e muitos estão morrendo, essa é a realidade, mas tem muito morador sim que vem aqui e tem também muita gente que passa por aqui ou que trabalha por perto, afinal aqui tem muito comércio. Mas sim, eles utilizam a padaria como ponto de encontro sim. Tem cliente que a gente já sabe até o que vai pedir. Inclusive de uns sete anos para cá estávamos com a imagem meio desgastada da padaria, porque a gente ainda estava com aquela coisa de servir aquela pinguinha no balcão e com esse novo perfil, remodelamos tudo e trouxemos uma cara mais moderna, porque precisava.

Há muitos clientes *habitués*? Por que? Você saberia me informar o motivo dessa frequência?

Flávio - Então, tem muito cliente frequente sim, e o motivo dessa frequência acho que é a qualidade dos nossos produtos, aliás o carro chefe daqui é o pão italiano. Muita gente vem de outros bairros comprar aqui, e a empada, que até a Ana Maria Braga veio fazer uma reportagem aqui com a gente. Mas, eu acho assim, que as pessoas no dia a dia acabam meio que elegendo uma padaria para fazer suas compras diárias, é difícil alguém ficar circulando. Ainda bem que muitos escolheram a Lisboa.

Você acha que esses clientes *habitués* influenciam na maneira como os seus funcionários prestam o serviço? Ou seja, a personalização do serviço prestado é uma influência dos clientes que frequentam? Ou há sempre um atendimento padrão?

Flávio - Olha, temos um padrão de atendimento, mas a intimidade acaba ocorrendo, não tem jeito e aí essa hospitalidade digamos assim é fato mesmo. Tem cliente que nem precisa fazer o pedido, porque o funcionário já sabe o que ele quer. Além disso tem aquela coisa do agrado também e da velha “caixinha” que assim como você acaba praticando isso num lugar que você já conhece com algum garçom, sei lá, acaba acontecendo também, enfim é parte desse mecanismo do serviço. Todo mundo gosta de ser bem tratado.

Para você, qual o perfil do morador de antigamente e o de hoje?

Flávio - O morador de antigamente é aquele tradicional, que até tem dinheiro, mas não é de gastar muito, porque imagina como não foi a vida dessa pessoa, muitos aqui são imigrantes portugueses e italianos e muitos são filhos de imigrantes, que tiveram uma vida difícil e chegaram até a passar fome, então esse morador mais antigo sabe como é. Ele tem, mas não gasta. Ele vem para comprar pão, compra o pão e pronto, nada mais. Meu avô por exemplo, tinha um carro para entrega dos pães e a venda era baseada em centavos, que era o custo do pãozinho, então você imagina como era difícil para juntar um dinheiro, não era nada fácil, era trabalho duro, então é a mesma mentalidade. Agora os mais novos, os “novos ricos”, com poder aquisitivo bom, gastam mesmo, consomem de tudo, querem novidades e são muito exigentes, vão em busca do luxo.

Como você definiria o bairro?

Flávio - É um bairro que tem de tudo, é o que mais se desenvolveu aqui na zona leste. Muitas pessoas de uma Vila Matilde, Belém, Penha, que tem um poder aquisitivo melhor, quer vir morar aqui e o carro chefe, que explodiu mesmo foi o Jardim Anália Franco, que acabou atraindo muita gente para cá, e essa coisa de cidade do interior foi se perdendo com a chegada do desenvolvimento e o número cada vez maior de pessoas por aqui. Mas gosto muito ainda tem tranquilidade.

Como Morador:

Há quanto tempo mora no bairro?

Flávio- Há 30 anos. Morei um tempo no bairro do Belém e depois me mudei para cá.

O que você mais gosta no bairro?

Flávio - O que eu mais gosto é porque como sou comerciante e trabalho aqui desde os 16 anos, poxa conheço muita gente e isso é muito legal. Além disso o bairro me oferece tudo o que eu preciso.

O que menos gosta no bairro?

Flávio – Trânsito. Antigamente, ninguém queria saber da Silvio Romero (praça) porque não tinha onde parar o carro. Hoje é o Tatuapé inteiro. Você tem trânsito e não tem onde parar, então, você vê, qualquer imóvel hoje que a pessoa vai construir ou reformar já deixa um recuo para poder ter vaga se não tiver fica difícil até para o negócio dar certo.

O que sente falta?

Flávio - Não. Não sinto falta de nada. Acho que o bairro só melhorou.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Flávio - Olha, para mim não mudou nada. Eu trabalho desde os 16 anos aqui na loja e eu não tive outro emprego, sempre trabalhei aqui, que começou uma loja bem pequenininha e hoje ela ficou assim bonita, legal, mas eu acho que não mudou nada, sempre foi trabalho e na época de solteiro tinha “balada” e hoje casado eu tenho uma “anilha” no meu pé”! (risos).

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças no bairro? Por que?

Flávio- Positivamente, é assim São Paulo em si tem um problema que eu acho que é falta de projeto para gente estar como está hoje, então poderia ter tudo isso e poderia não ter tanto trânsito, poderia ter sido mais bem planejado né. Eu acho que o que deve melhorar e é um negócio irreversível é que cada dia mais a gente não precisa sair daqui. Quinze anos atrás você não tinha um teatro, um hospital, tinha shopping? Não sei, se tinha “tava” nascendo né? Então é assim, quando a gente era pequeno, você falava em shopping, a gente ia para o Iguatemi, Ibirapuera, e depois é que surgiu um perto, tipo o Center Norte. Então acabou, aí eu pergunto, você que mora aqui também, há quanto tempo você não vai no Center Norte, porque você ia né (risos)? Não vamos mais, tem tudo aqui. No Iguatemi vai até pelo luxo, porque você vai passear, até quando o marido quer fazer um agrado para a mulher leva ela mais longe para falar que “tá” com disposição, com tempo aí é diferente né (risos). Acho que tirando isso, o bairro só melhorou. A falta de planejamento, não é daqui, é de São Paulo (cidade) inteiro.

Costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Por que?

Flávio - Não, saio pouco. Meus amigos vêm aqui na loja (risos).

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Flávio - Não. Difícil, hoje não preciso. A não ser que seja algo específico. A gente sempre brinca, uma coisa é sair para comer e outra coisa é sair para jantar. Então assim, às vezes, você precisa ir para algum lugar legal porque vira um evento, mas por necessidade mesmo, falar que não tem um restaurante legal aqui, não, porque tem, hospital, tem, teatro tem, supermercados, todas as grandes redes têm aqui, como o St. Marché, o Pão de Açúcar, farmácia, tem de monte, enfim.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Flávio - Não, não gostaria, só se por necessidade e tiver problema de violência, que a gente aqui ainda não viveu isso graças a Deus e se for seria só por isso.

Entrevistado 10.

Nome: Jorge Abramides Neto

Idade: 51

Profissão: Engenheiro

Há quanto tempo mora no bairro?

Jorge - Há 51 anos! Nossa!! (risos).

E o que você mais gosta do bairro?

Jorge - Ah, o que eu gosto do Tatuapé é assim, a facilidade, por eu conhecer desde criança, desde que eu me conheço por gente, eu acho que ele é muito fácil de você se locomover, tem tudo muito perto, é um bairro plano, tem tudo o que você necessita, é muito fácil para mim, me identifico aqui. Hoje em dia “tá” um pouco mais difícil devido ao trânsito, o bairro que cresceu demais, mas eu creio que é por isso, pelas pessoas e pela facilidade de ter tudo também.

E o que você menos gosta no bairro?

Jorge - Hoje é o trânsito, é o trânsito por ter é dificultado um pouco a vida do morador tradicional do Tatuapé, e isso atrapalhou um pouco sim.

O que sente falta?

Jorge - Ah é essa facilidade de caminhar, de passar por todo o bairro sem ter que se preocupar com o horário, porque era um bairro de moradia somente, um bairro tradicional e hoje não é mais. Por exemplo, hoje se você tem um compromisso digamos no Shopping, às seis horas da tarde, você tem que sair 40 minutos antes, e ele fica aqui muito perto, senão você não consegue chegar e isso atrapalha um pouquinho. A verdade é essa, porque o bairro foi um pouco invadido agora, então é isso.

O que mudou no cotidiano nos últimos anos?

Jorge - Ah assim, no meu cotidiano muda assim pouca coisa, porque a minha vida é igual a de antes né. O que muda claramente é que os espaços são diferentes. Eu hoje, por exemplo, vou morar, aqui onde eu moro, eu vou estar rodeado de espaços totalmente tomado por espaços comerciais. Em três anos, eu vou acabar tendo aqui na rua, uma área totalmente comercial, de um bairro totalmente comercial, e isso é uma coisa que me assusta um pouco. É uma situação que a gente não sabe como vai ser. Aqui na frente do meu prédio, saiu um de nove andares com lajes de mil metros, só comercial. Aqui atrás também vai ser outro prédio assim, quer dizer eu estarei rodeado de prédios comerciais. Mudou totalmente o perfil, a gente nem sabe o que vai ser. O bairro tradicional, de termos os clubes, eu inclusive acompanhei a época da inauguração do CERET desde o começo, o Parque Sampaio Moreira também, hoje mudou completamente. Hoje não é mais um bairro bucólico, tradicional, hoje é muito dinâmico, urbano, totalmente comercial.

Você vê positivamente ou negativamente as mudanças do bairro? Por quê?

Jorge - Ah, na verdade é assim, você tem que acompanhar, a modernidade, então eu vejo com o aspecto positivo, você tem que se aliar às coisas que são novas, então eu imagino que vai ser interessante, aí no futuro, lógico, mas vai ter que ter um espaço para as pessoas que moram no Tatuapé e as pessoas que vão vir né, que vão trabalhar nessa parte comercial, vão também ter que saber lidar com isso daí. Na verdade, é isso eu vejo como positivo.

Você costuma encontrar os amigos no bairro? Em que locais? Porque?

Jorge - Hoje em dia não. Tinha muito, até os meus amigos de escola, do Agostiniano, (Colégio tradicional da região) hoje ninguém mais mora aqui. Então tem alguns amigos tradicionais da época de colégio mesmo que uma vez por ano a gente se encontra no bairro. Eles que vem para cá. Eu sou um dos poucos que ficaram. Então assim tenho muito pouco amigo que ficou aqui. Agora são pessoas novas, outros moradores.

Você costuma frequentar alguma padaria?

Jorge - É eu frequento três padarias na verdade né. Eu frequento por localização, por praticidade a Big Bread, aqui perto, que “tá” sendo reformulada totalmente, vai ficar enorme e até interessante porque é praticamente uma indústria com sessenta funcionários, então não é uma padaria qualquer, emprega muita gente e é a terceira unidade deles. Tem a padaria São João que é bem menor, mas muito tradicional também né, para tomar o cafezinho com leite de manhã, comprar o pãozinho enfim, e a Lisboa, que é a padaria assim: tem uma festa na sua casa? Vou na Lisboa. Você quer comer pão italiano? Você vai na Lisboa. Você quer comer a empadinha? Você vai na Lisboa, então assim é referência de qualidade e é tradicional.

Como é o ambiente da padaria para você? Você é bem acolhido? Porque que você gosta de frequentar a padaria?

Jorge – Ah, é a questão da tradição e a gente se acostuma com o lugar, com as pessoas. Na Lisboa por exemplo, eu frequento desde meus cinco anos. Lembro da minha avó indo comprar pão comigo. E meu avô era posteiro (dono de posto de gasolina), como o Alfredo Martins (fundador da Lisboa), que também era, então tinha essa coisa do respeito, da camaradagem, uma coisa de amigos mesmo. Para mim a padaria é um lugar muito familiar. Me sinto à vontade, o pessoal já sabe até o que eu vou pedir, é atendimento personalizado.

Você costuma ir a outros bairros em busca de algum serviço?

Jorge - Olha, hoje dificilmente. É lógico que você busca um restaurante diferente uma hora ou outra, mas normalmente até para restaurantes melhores o Tatuapé tem essa praticidade, que é o lado bom do negócio né. Você pode buscar o que você tinha nos Jardins antes, hoje você tem no bairro. Então é isso, hoje praticamente nada eu procuro em outro lugar ou bairro, pouca coisa. É que eu trabalho fora até da cidade. Trabalho em Sorocaba, então eu tenho assim, um período do dia fora, mas tudo o que eu necessito eu tenho aqui no Tatuapé.

Você pensa em viver em outro local (mudar de bairro)?

Jorge - Olha é, (...), para ser sincero sim, porque é não só o Tatuapé na verdade. Eu tive a oportunidade nos últimos anos conhecer a cultura de outro país, mais especificamente, os Estados Unidos, e eu gosto muito do jeito que eles vivem, então eu teria muito interesse, gostaria muito de ter uma oportunidade de viver fora e também imagino na velhice em morar numa cidade litorânea, praiana, tranquila, isso me passa na cabeça, mas não morar, por uma questão de localização. Minha esposa, por exemplo, trabalha em Perdizes, já houve uma ideia uma vez de a gente imaginar em mudar para Perdizes por causa do trânsito, mas também os prós não são tão grandes para você mudar assim, porque a gente “tá” muito enraizado no bairro, então não se chegou a se concretizar essa mudança, mas seria somente na velhice ou então uma mudança drástica de país ou alguma coisa assim, mas não do bairro. Ah isso não!