

Pagnussat, E.C.

<https://orcid.org/0000-0002-0167-0669>

Valduga, V.

<https://orcid.org/0000-0001-8966-7570>

Oliveira, A.N.de

<https://orcid.org/0000-0003-3279-5947>

## **Lugar e hospitalidade: proposição de um modelo de análise aplicado a cafeterias**

**Resumo.** A hospitalidade e a comensalidade se dão no contexto geográfico do lugar. Assim, esse artigo aborda o lugar e suas relações com a hospitalidade a partir da ótica da comensalidade, especificamente no caso de cafeterias. O consumo do café como se conhece hoje está amplamente ligado à popularização das cafeterias e ao ato de consumir café de maneira social, ligado à comensalidade. Objetiva-se, portanto, apresentar um modelo de categorias de análise que permitam a leitura de espaços onde a comensalidade é referência. O estudo foi aplicado em cafeterias de Curitiba-PR. Trata-se de uma pesquisa de caráter exploratório e qualitativo, e a pesquisa de campo se deu por observação assistemática. Como resultado, observa-se que a personalidade do lugar está presente em suas características espaciais, ambientais e físicas e que a organização do espaço influencia na forma como o cliente se relaciona com as cafeterias.

**Palavras-chave:** Lugar. Hospitalidade. Comensalidade. Cafeteria. Curitiba.

## **Place and hospitality: proposition of an analysis model applied to coffee shops**

**Abstract.** Hospitality and commensality occur in the geographical context of place. In that regard, this study approaches the concept of place and its relations with hospitality from the perspective of commensality, specifically in the case of coffee shops. Coffee consumption as it is known today is widely related to the popularization of coffee shops and to the habit of drinking coffee as a social activity, which is connected to commensality. Therefore, this study aims to present a model of analysis categories that allow the reading of spaces where commensality is a reference. The study classifies as an exploratory and qualitative research, and the field research was conducted by unsystematic observation in coffee shops in Curitiba-PR. As a result, it is observed that the personality of the place is present in its spatial, environmental and physical characteristics. Further, the study shows that organization of the space influences consumer's relationship to coffee shops.

**Keywords:** Place. Hospitality. Commensality. Coffee Shop. Curitiba.

**O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) e do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq).**

## **Lugar y hospitalidad: proponiendo un modelo de análisis aplicado a las cafeterías**

**Resumen.** La hospitalidad y la comensalidad se dan en el contexto geográfico del lugar. Este artículo aborda el lugar y sus relaciones con la hospitalidad desde la perspectiva de la comensalidad, concretamente en el caso de las cafeterías. El consumo de café, tal y como se conoce hoy en día, está ligado a la popularización de las cafeterías y al acto de consumir de forma social. El objetivo es presentar un modelo de categorías de análisis que permita la lectura de los espacios donde la comensalidad es una referencia. El estudio se aplicó en cafeterías de Curitiba-PR. Se trata de una investigación de carácter cualitativo, y que se llevó a cabo mediante una observación asistemática. Como resultado, se observó que la personalidad del lugar está presente en sus características espaciales, ambientales y físicas y que la organización del espacio influye en la forma en que el cliente se relaciona con las cafeterías.

**Palabras clave:** Lugar. Hospitalidad. Comensalidad. Cafetería. Curitiba.

Como citar: (APA) Pagnussat, E. C.; Valduga, V., Oliveira, A. N. Lugar e hospitalidade: proposição de um modelo de análise aplicado a cafeterias. **Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, Brasília, v. 9 (1); jan/abr, 2022. Pp. 56-72.

### **Introdução**

Em tempos hipermodernos (Lipovetsky & Charles, 2004), a fluidez dos fenômenos e eventos torna a realidade de difícil apreensão nas suas relações de tempo e espaço (Bauman, 2001). A realidade social é complexa, os fenômenos ocorrem em relações de complementaridade e de interdependências (Morin, 2003, 2007, 2008).

Nesse sentido, o 'lugar' tem distintas interpretações, dependendo de quem o analisa. Ele é objeto de análise de diversas disciplinas, especialmente a antropologia e a geografia, onde foi exaustivamente trabalhado. A necessidade de se estabelecer um debate advém de consultas à literatura a priori referente à hospitalidade. O debate centra-se a partir da noção de 'lugar de hospitalidade' encontrada em alguns autores que investigaram o tema (Baptista, 2002, 2005, 2008; Salles, Bueno & Bastos, 2014; Stefanelli, 2015; Stefanelli & Bastos, 2016). A realização do presente estudo justifica-se a partir da identificação de algumas lacunas teóricas na estruturação da ideia de lugar e da quase inexistente discussão sobre o próprio conceito de lugar a partir da adoção do constructo 'lugar de hospitalidade'. Identificaram-se ainda lacunas para a leitura da realidade empírica, isto é, o constructo não oferece categorias analíticas suficientes para analisar a hospitalidade, neste caso, a comensalidade, campo da hospitalidade dedicado à alimentação.

O café é uma bebida intimamente ligada à história de muitos territórios, sejam eles produtivos ou não. Há uma série de rituais cotidianos que envolvem sua preparação e consumo, seja para o despertar no café da manhã, como parte de um rito de hospitalidade doméstica nas memórias afetivas ao receber alguém em casa ou como bebida energética

para a concentração no horário de trabalho. Ao mesmo tempo, as cafeterias desempenham um papel importante de sociabilidade e de representações da multiplicidade espacial que as configuram.

Diante do exposto, o presente trabalho parte da seguinte questão de pesquisa: como se poderia interpretar a realidade das cafeterias à luz da ideia de lugar e suas relações com a hospitalidade? O trabalho tem como objetivo geral apresentar um modelo de análise estruturado em categorias que possam permitir a leitura de espaços onde a comensalidade é referência. Especificamente, tem como objetivo testar empiricamente o modelo de análise em cafeterias. Para aplicação do estudo elegeram-se cafeterias localizadas no espaço urbano da cidade de Curitiba, estado do Paraná.

O trabalho foi estruturado teoricamente a partir dos temas espaço e lugar, hospitalidade e comensalidade. Posteriormente, foi realizado o detalhamento da trajetória metodológica, apresentação e análise dos resultados.

## ***Contextualização teórica***

### **Sobre os lugares e a hospitalidade**

Torna-se impossível abordar alguma perspectiva de lugar sem explicitar qual o entendimento do ponto de partida espacial. Para Massey (2008), cada espaço tem suas narrativas, diferente da ideia corrente de globalização que enfileira os povos na mesma fila da história. Esse entendimento leva em consideração as multiplicidades e coexistências espaciais e trata-se da esfera da produção contínua e da reconfiguração da heterogeneidade, sob todas as suas formas – diversidade, subordinação e interesses conflitantes (Massey, 2008).

A simbiose entre tempo e espaço foi densamente trabalhada na obra de Santos (2006). Para o autor, tempo, espaço e mundo são realidades históricas, que devem ser mutuamente conversíveis. Em qualquer momento, o ponto de partida é a sociedade humana realizando-se. Essa realização se dá sobre uma base material: o espaço, o tempo e seu uso; a materialidade e suas diversas formas; as ações e suas diversas funções (Santos, 2006). Todavia, a resposta operacional em sentido epistemológico que o autor sugere e desenvolve no seu amplo trabalho refere-se à técnica como um vetor de transformação dos espaços, de intermediação e de relações, seja para as aberturas em sentido reticular e regional, seja para a constituição de fronteiras e poderes, reais ou imaginários, numa perspectiva territorial, fluida, portanto, a cada lugar geográfico, em cada período, um conjunto de técnicas encontra correspondência e é produto de intencionalidades numa construção histórica do espaço vivido (Frémont, 1999).

Termos como 'ocupar um lugar', 'sair ou não sair do lugar', 'sou daquele lugar' estão enraizados na linguagem cotidiana e contrariamente às definições dicionaristas, a semântica 'do lugar' é bem mais complexa. Para Santos (1994), o lugar consiste na extensão do acontecer homogêneo ou do acontecer solidário e é representado, assim, pela perspectiva do cotidiano, do banal, do vivido dos sujeitos. O lugar representa um microcosmo onde cada um se relaciona com o mundo. "O que acontece aqui, neste lugar, é parte de um processo em que o mundo inteiro está de alguma forma implicado. Isso é muito existencial e ontológico" (Relph, 2012, p. 30).

Cada lugar é, à sua maneira, o mundo e a uma maior globalidade corresponde uma maior individualidade (Santos, 2006). Sugere-se, portanto, que o lugar como espaço solidário só acontece a partir do agir comunicativo entre sujeitos, o que permite processos de identificação e reconhecimento social. O agir comunicativo é um "processo circular no qual o ator é as duas coisas ao mesmo tempo: ele é o iniciador, que domina as situações por meio de ações imputáveis", e é, também, o produto "das tradições nas quais se encontra, dos grupos solidários aos quais pertence e dos processos de socialização nos quais se cria" (Habermas, 1989, p. 166). No entanto, essa análise de características solidárias do lugar não é automatizada e sem conflitos, como o próprio Habermas (1989) explica, referindo que os acordos comuns esbarram nos planos de ações individuais que destacam algum tema selecionado. Dessa maneira, estará determinada a carência de entendimento mútuo que deve ser suprida pela interpretação dos atores que possuem as suas próprias perspectivas num sistema entrelaçado de visões de mundo. Ao mesmo tempo, esses atores ocupam ou se apropriam de um espaço, demarcando posições mais ou menos convergentes a respeito de algum tema.

Carlos (2007, p. 22) defende o lugar como um produto de relações humanas que se realizam no plano do vivido, "o que garante a construção de uma rede de significados e sentidos que tecidos pela história e cultura civilizadora produzem identidade, posto que é aí que o homem se reconhece porque é o lugar da vida". Essa vertente fluida do lugar interessa nesse contexto, visto que, um conjunto de relações sociais se estabelece com maior ou menor permanência no âmbito do lugar que, comumente, é relacionado a porções menores do espaço, de poucas pessoas. No entanto, independentemente da magnitude da área a que se faz referência, "quando o espaço nos é inteiramente familiar, torna-se lugar" (Tuan, 1983, p.83).

O lugar se trata de uma interpretação pessoal ou coletiva sobre uma porção do espaço na construção de referências e visões de mundo, sendo, portanto, possível qualificar um lugar a partir de memórias vividas do sujeito sem estar, necessariamente, visível esse espaço. Como aborda Bartoly (2011), é pela afetividade que se produz o lugar a partir da sensação de pertencimento.

O pertencimento a uma fração espacial pode estar relacionado à cidade, ao bairro. Quando em viagem, os vínculos afetivos relativos ao lugar remetem às distintas escalas: à saudade da comida 'de casa', por exemplo. Pode ser ainda o país de origem ou mesmo algo no estrangeiro que remeta a algum lugar do sujeito, uma praça de mesmo nome, uma placa ou algum ingrediente culinário. A personalidade do lugar traduz a sua alma ou, conforme Yázigí (2001, p. 41), "vejo o lugar como um dos referenciais indispensáveis à vida, nas esferas do cotidiano, do trabalho, dos afetos e dos ideais, mas, desoladamente, com perdas indizíveis". Complementa que "ainda que dois lugares possam ter os mesmos ingredientes, a disposição de suas formas pela comunidade produz algo diferente" (Yázigí, 2001, p. 45). As perdas a que o autor se refere são em relação à volatilidade dos espaços no universo global e que precisam formar resistências/permanências. Portanto, o lugar é produzido independente da escala, ainda que se refira a um determinado espaço e a seus referentes materiais. Para a interpretação em tela, o que tem maior relevância é o núcleo do conceito de lugar, ou melhor, aquilo que lhe conserva o núcleo – as permanências, como as relações de afetividade e de hospitalidade.

### **Hospitalidade e comensalidade**

Hospitalidade enquanto relação entre sujeitos permite considerar alguns aspectos ligados à ideia de fronteiras ou margens. Num contexto territorial, a hospitalidade é parte da dimensão dos direitos e restrições estabelecidas a estrangeiros e imigrantes, num processo de passagem da interioridade à exterioridade e, segundo Raffestin (1997), trata-se de um rito que permite a transgressão do limite sem recorrer à violência. A ideia de transgressão de limites e fronteiras foi bem exposta na ideia da dádiva, obra clássica de Mauss (2003) ao afirmar que o convidado esperado ocupa física e psicologicamente o espaço e o tempo. A hospitalidade torna-se assim um modo privilegiado de encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro (Baptista, 2002). Ela exige para quem o recebe, uma responsabilidade, uma obrigação, que é o cerne mesmo da hospitalidade. Todavia, a hospitalidade ocorre em alguns interstícios, pequenos intervalos de espaço e tempo no universo da inospitalidade dominante (Gotman, 2001; 2013).

No espaço da experiência cotidiana doméstica ou comercial, diversas implicações ocorreram com maior ou menor velocidade. Dentre essas implicações sociais está o contexto alimentar que, longe de ter sofrido uma ruptura radical, passou por um amplo processo de transformações nos últimos 50 anos, desde a produção e industrialização até os ritos de comensalidade. Foi a emergência do 'prêt-à-porter' ou, numa perspectiva mais radical, a 'MacDonaldização' dos costumes, que carrega um conjunto de significados importantes no tecido econômico e social (Fischler, 1998; Ritzer, 2015).

Comensalidade é uma palavra derivada do latim *comensale* e designa o ato de comer junto, partilhando do mesmo momento e do mesmo local das refeições (Poulain, 2004). Envolve, como observa Fischler (2011), não apenas o ato de ingestão de alimentos, mas também os modos de comer, envolvendo hábitos culturais, atos simbólicos, regras de organização social, além de compartilhamento de experiências e valores. Desta forma, a comensalidade integra os hábitos e sistemas alimentares e consiste em uma interpretação da estrutura cotidiana da organização social onde a sociabilidade é manifestada na comida que é partilhada, isto é, o comer junto assume um significado ritual e simbólico mais amplo do que a simples satisfação de uma necessidade alimentar (Boutaud, 2011), constituindo-se, inclusive, como uma importante estratégia de socialização (Carneiro, 2003).

A comensalidade se expressa, também, na qualidade de 'como se come' e 'com quem se come' (Carneiro, 2003; Poulain, 2004). Independente das especificidades das normas de comportamento social, condutas e sistemas de crenças de cada grupo, a comensalidade é percebida como um elemento fundador da civilização humana em seu processo de criação, e se constitui em um complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos e estéticos que coloca em jogo comportamentos, valores, imagens e identidades e é produto e produtora de relações de sociabilidade (Flandrin & Montanari, 1998; Carneiro, 2003; Boutaud, 2011; Fischler, 2011).

A sociabilidade, por sua vez, é a capacidade humana de estabelecer laços, ainda que momentâneos (Baechler, 1995), assumindo, portanto, uma função social simbólica estratégica importante para o fortalecimento de laços interpessoais (Lashley, Morrison & Randall, 2005). Ser aceito para partilhar uma refeição é simbólico no complexo jogo de partilha, pressupõe algum nível de aceitação ou interesse e, quase sempre, exerce uma unidade social (Tuoumainem, 2014). O contrário efetivamente também vale, isto é, ser excluído da mesa denota exclusão de determinado grupo social. Espaços coletivos, comerciais ou não, buscam reforçar laços de partilha por meio de diversos elementos, a exemplo das cafeterias: partilhar o jornal; livros; alguma exposição; oferecer água à mesa; partilhar a mesa ainda que entre desconhecidos; ofertar móveis confortáveis para que as pessoas se sintam acolhidas, entre outros. Isso quer dizer que a comensalidade é significativamente maior do que 'comer junto', já que implicitamente criam-se laços permitidos por espaços e objetos entre comensais e/ou clientes. Ela é, portanto, uma forma de se sentir simbolicamente vinculado a um determinado grupo (Fischler, 2011).

A comensalidade se afirma então como um ato simbólico de hospitalidade no ritual de grupos sociais, de caráter intimista, revelador de valores e que, na perspectiva geográfica, configura lugares, categoria chave na análise da hospitalidade. Portanto, os lugares, para suportarem a pressão e aceleração dos tempos hipermodernos, são submetidos a processos de reencantamento a fim de lutarem contra a dureza do mundo (Relph, 2012; Yazigi, 2013).

Lugares configuram-se como espaços de proximidade e Baptista (2005, 2008) escreve sobre uma 'geografia da proximidade humana' possibilitada por duas questões: proximidade e liberdade, num espaço limiar, contíguo, porém, nunca realizado efetivamente. Para a autora, proximidade significa movimento e inquietude. A ideia de liberdade que a autora traz refere-se à hospitalidade, semelhante ao contexto exposto por Raffestin (1997), pois a geografia da proximidade humana supõe abertura e hospitalidade na medida em que implica a disponibilidade da consciência para receber o movimento que vem de fora para dentro.

Nesse propósito, Yazigi (2001) trata dos elementos duradouros/permanências do espaço como a alma do lugar e que, evidentemente, não existe sem um corpo, isto é, a alma do lugar é feita de homens com coisas. Lugares são dotados de personalidade e por isso a necessidade de referências materiais que permitam não esterilizar a vida cotidiana. Pode-se dizer que Yazigi (2001), Baptista (2005, 2008), Massey (2005), Bauman (2001) e Tuan (1983) não diferem muito na interpretação do lugar geográfico. No mesmo contexto, a comensalidade é a representação do interstício da hospitalidade (Gotman, 2013), onde o rito ocorre (Rafestin, 1997). Ela representa a aglutinação da relação espaço/tempo e a ideia de contiguidade deriva do latim *contiguus*, que significa proximidade, fronteira, limite, mas que se toca por um lado, em referência a dádiva de Mauss (2003). Essas características são expressas de diversas formas em cafeterias como espaços de sociabilidade.

### **Algumas notas sobre cafeterias**

A história do café e do seu consumo como se conhece está amplamente ligada à popularização das cafeterias e ao ato de consumir café de maneira social, uma vez que estes foram os principais responsáveis pela propagação da bebida no Brasil e no mundo.

O café no Brasil é comercializado desde o século XVIII, mas foi no século seguinte que o grão conquistou seu lugar na agricultura do país (Vilhoni et al, 2009; Martins, 2012). Atualmente, o Brasil é o principal produtor mundial de café e sua produção constitui cerca de um terço de todo o café produzido. Além disso, é o segundo maior consumidor do planeta (ABIC, 2019).

Não diferente dos demais países, as cafeterias surgiram no Brasil junto com o hábito de tomar café, principalmente nas grandes cidades. Até a década de 1970, o consumo de café fora do lar era majoritariamente em restaurantes e lanchonetes, como um produto secundário. Uma mudança significativa se deu a partir de 1976, quando surgiu a primeira rede de cafeterias no país, inaugurada em um shopping center de São Paulo. Porém, só a partir da década de 1990 é que há um maior desenvolvimento do segmento de cafeterias no Brasil, devido à popularização da máquina de café espresso (Marinho, Almeida & Salazar, 2017). O café e seus rituais envolvem momentos de sociabilidade – seja em ambiente familiar, comercial, entre amigos ou no trabalho. Tem forte apelo nutricional e energético, é um

estímulo à memória afetiva e também tem sido atribuído a sentidos de responsabilidade social e ambiental, quando se trata da cadeia produtiva (Andrade, Alcântara, Aldano & Santos, 2015).

Um exemplo é a Confeitaria Colombo, no Rio de Janeiro, que foi fundada em 1894, à exemplo dos *literary cafés* europeus e tornou-se parte do patrimônio cultural e artístico carioca (Vilhoni et al, 2009; Confeitaria Colombo, 2019).

De acordo com dados da Abic (2019), existem mais de 3.500 cafeterias no Brasil, que são responsáveis por 50% do consumo de café fora do lar. Ainda segundo dados do SEBRAE (2014), o mercado de cafeterias no Brasil está em crescimento.

Assim, nota-se através dos séculos a crescente ligação do café-bebida com o café-lugar, não apenas tornando-se parte do cenário das cidades, mas também do turismo. Segundo Jolliffe (2010), o café pode-se relacionar a um produto da hospitalidade no momento em que permite experiências voltadas à sua história e produção, por exemplo. A partir desse contexto é que o café pode ser analisado pelo viés da hospitalidade, pois compõe parte do cenário social, é ambiente de sociabilidade, de partilha e de consumo.

## Metodologia

Este estudo, de caráter exploratório e qualitativo, contou com a pesquisa bibliográfica no que se refere a temas como espaço e lugar, hospitalidade e comensalidade. Para a obtenção de dados empíricos foi realizada uma pesquisa de campo em quatro cafeterias localizadas no espaço urbano da cidade de Curitiba, estado do Paraná. Por meio da observação assistemática não participante foi possível a aplicação das categorias analíticas propostas e posterior análise. Na Figura I, explica-se os critérios usados na escolha das cafeterias analisadas no presente artigo. A partir desse processo, chegou-se a quatro cafeterias, aqui identificadas como C1, C2, C3 e C4.

**Figura I.**  
Processo de delimitação das cafeterias



Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

A categorização apresentada no Quadro I permite o diálogo entre espaço e tempo em hospitalidade e foram as categorias analíticas usadas metodologicamente para a pesquisa de campo e a análise. Em síntese, elas permitem compreender e operacionalizar a hospitalidade em espaços de alimentação.

**Quadro I.**  
Categorias da comensalidade no interstício da hospitalidade

<b>Categoria</b>	<b>Caracterização</b>
1. Lugar/área contígua de hospitalidade	Espaço afetivo e de intimidade. Conforto ambiental. Proximidade. Fronteiras/limites entre comensais/clientes
2. Identidade	Alteridade/identificação. Sentido de pertencimento a grupos sociais. Sociabilidade.
3. Permanências	Técnicas. Saberes. Rituais. Especificidades de cardápio e menu: receitas, ingredientes, estética de apresentação. Marcas do lugar. Sabores, cheiros e sons. Histórias que caracterizam o lugar. Decoração
4. Ação solidária	Trocas simbólicas. Sinergia. Voluntarismo. Encontro/desencontro. Itens materiais de partilha: jornais, revistas, livros, mesas, água, outros.
5. Liberdade e soberania do lugar	Espaço é pré-determinado, antecede o sujeito. Sujeito tem a liberdade de eleger o lugar e permanecer/temporalidade. Poderes estabelecidos, imposições de formas de agir e consumir.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

A pesquisa de campo foi realizada durante o mês de maio de 2019, em dias úteis, no período da tarde. Os dias para a realização da pesquisa foram decididos de maneira aleatória, de modo a garantir que fossem obtidos resultados fiéis ao dia-a-dia das cafeterias analisadas. As observações foram registradas por meio de notas de campo, que foram posteriormente transcritas por meio de um documento eletrônico pautado nas categorias de análise acima delimitadas. Estas foram então analisadas à luz do referencial teórico apresentado.

## **Resultados**

Foram analisadas quatro cafeterias da região central da cidade, duas delas no bairro Batel, uma no Centro Cívico e uma no Centro Histórico. O Quadro II apresenta uma descrição geral das cafeterias analisadas.

**Quadro II.**  
Caracterização das cafeterias

<b>Cafeteria</b>	<b>C1</b>	<b>C2</b>	<b>C3</b>	<b>C4</b>
<b>Características</b>	Localizado no bairro Batel, possui como tema central a técnica de cafés especiais. Sua história data da família dos donos, que eram produtores de café.	Localizado no bairro Batel, possui como tema a literatura e livros num geral. Surgiu dentro de uma livraria independente, que hoje está presente ao lado do café.	Localizada no Centro Cívico, seu tema é viagens e viajantes. Se tornou muito conhecida por sua decoração única e seus cafés especiais.	Localizada no Centro Histórico, adjunta a um importante centro cultural e histórico e ponto turístico. Faz parte da paisagem cultural do centro da cidade.

Fonte: Elaborado pelos autores (2020).

### ***Lugar, liberdade e soberania***

O conforto ambiental é uma grande preocupação para as cafeterias. Apesar de distintos entre si, os ambientes em geral possuem características como boa iluminação, som ambiente e espaço de circulação, que se tornam fatores contribuintes para a sensação de aconchego e bem-estar. Esses são aspectos que criam a sensação de se sentir ‘em casa’, que é bem vindo ali, ou mesmo tornando o espaço, um lugar (Tuan, 1983). Os balcões, onde se encontram os caixas, estão localizados em lugares estratégicos, não raro fora do campo de visão das mesas, o que permite que o cliente escolha qual o grau de proximidade que ele terá com os funcionários do local.

Questões como a presença ou não de sofás, a heterogeneidade do espaço e a forma como ele é apresentado exercem um papel fundamental na definição de limites e liberdades dentro do uso do local. As características espaciais, o arranjo e a continuidade do lugar moldam a forma como as pessoas que o ocupam interagem entre si e com a cafeteria, neste caso, o lugar. Deste modo o agir comunicativo entre sujeitos e sua relação com o lugar frequentado permite processos de identificação e reconhecimento social (Habermas, 1989) e também estimula a momentos de sociabilidade (Baechler, 1995). As cafeterias são espaços propícios para o convívio social e a comensalidade, conforme Sarno (2013), fez parte do que ela denomina “geografia dos espaços intelectuais”, espaços dedicados a debates, diálogos, memórias, discussões políticas, entre outros. A forma como as mesas estão dispostas e seu tamanho, bem como a diversidade de espaços dentro da cafeteria variam de estabelecimento para estabelecimento e instruem o cliente à forma como deverá se comportar.

É crescente o uso de cafeterias como local de trabalho nos dias atuais (Jeon, Yoo & Christodoulidou, 2019); no entanto, nem todas possuem interesse nessa finalidade. O lugar, assim, também tem o poder de impor esse limite. Em uma das cafeterias, por exemplo, há um ambiente específico destinado a pessoas que desejam utilizá-lo como local de trabalho, o que mostra um favorecimento do estabelecimento a esse público. Outra cafeteria, em contraposto, prefere não disponibilizar internet sem fio para seus clientes - inclusive, durante

a observação, um cliente perguntou para um dos baristas do local qual a senha da internet e o funcionário explicou que, durante os finais de semana, a senha não era fornecida para evitar que as pessoas utilizassem a cafeteria como local de trabalho, o que impõe que o espaço deverá ser usado para outros fins, como a sociabilidade e a apreciação dos cafés ali servidos, numa perspectiva de imposição e soberania das regras do estabelecimento, corroborando a ideia de hospitalidade de Raffestin (1997), quando refere que ela é parte de um rito que permite a transgressão do limite sem recorrer à violência ou, ainda, na ideia de transgressão de limites e fronteiras da ideia da dádiva de Mauss (2003).

### **Identities**

A personalidade do lugar está em evidência nas cafeterias, interna e externamente. As cafeterias analisadas nutrem um sentimento de pertencimento com seus frequentadores e buscam apelar para grupos sociais específicos. Isso pode se dar de maneira explícita, pela definição de um tema central que rege a forma como o local se apresenta, ou pela adoção das características do espaço em que está situado, como é o caso de uma delas, que está inserida em um sítio histórico-cultural e se apresenta como uma forma de agregar ao patrimônio cultural da cidade (Sarno, 2013).

As características que evidenciam a identidade e, por conseguinte, a personalidade do local estão presentes na decoração das cafeterias, nos adornos e até no tipo de material ofertado aos clientes - uma delas, que possui como tema viagens, é decorada com fotos de destinos turísticos e dispõe de guias turísticos, revistas e outros materiais voltados ao tema, se apresentando como um 'habitat' para viajantes (Figura 2). Em outro caso, cujo tema é literatura, a presença de estantes de livros e poltronas para leitura em meio às mesas permite ao cliente que tenha 'em comum' o gosto pela leitura que este se sinta 'em casa' (Figura 3). Corroborando com Carlos (2007), é a partir do espaço vivido que se constrói redes de significados e sentidos que produzem identidade.

#### **Figura II.**

Cafeteria com tema de viagens



Fonte: Acervo pessoal (2020).

**Figura III.**  
Cafeteria com tema voltado a livros e literatura



Fonte: Acervo pessoal (2020).

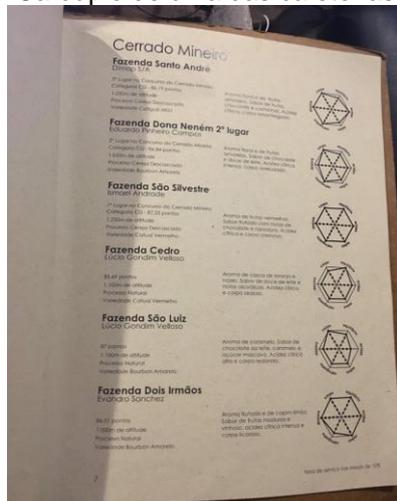
Assim, a alma do lugar (Yázigi, 2001) é refletida em suas características ambientais e visuais, de modo que a identidade e a personalidade do lugar estejam implícitas nas relações sociais ali contidas e também faça parte do exterior que imediatamente dita as impressões dos clientes sobre o espaço no momento que ali adentram.

## Permanências

O lugar também é reflexo de sua história e das técnicas que ali permeiam. Nas cafeterias, isso também é apropriado pela decoração, cardápios e características externas do espaço. A história e as especificidades das cafeterias são evidenciadas por elementos de storytelling, presentes em textos de introdução no cardápio, por exemplo, e representados em elementos da decoração e ambientalização. Como e por que o estabelecimento surgiu, qual foi a inspiração e o motivo pelo qual ele possui o tema que tem e assim por diante são evidenciados na apresentação do cardápio, em quadros nas paredes e de maneiras mais ou menos criativas pelas cafeterias.

Além disso, a história por trás do café ali servido, qual a procedência do produto e a técnica utilizada também é evidenciado (Figura IV). É construída uma narrativa a partir desses pontos, que leva o cliente a criar uma relação de afetividade com a cafeteria, cada uma dentro da proposta que apresenta. Para Bartoly (2011, p. 73) “(...) o lugar é produzido a partir da afetividade, da sensação de pertencimento, do modo como nos adaptamos e nos apropriamos das realidades globais que se introduzem no local”, com suas permanências diante da fluidez do cotidiano (Relph, 2012).

**Figura IV.**  
Cardápio de uma das cafeterias



Fonte: Acervo pessoal (2020)

Destaca-se a relação do cardápio, das técnicas e da apresentação com a personalidade do lugar. Nas cafeterias que apresentam um tema específico, estão presentes no cardápio cafés da casa com nomes temáticos, como nomes de personagens emblemáticos da literatura, ou cafés específicos de alguma parte do mundo. Outro exemplo relevante é a cafeteria com tema viagens que apresentar, como música ambiente, canções em diferentes línguas. Assim, as marcas do lugar derivam de sua personalidade e conversam com a mesma.

### **Ação solidária**

Ainda que se tratem, primariamente, de ambientes comerciais, as ações solidárias estão presentes nos convívios das cafeterias e se apresentam principalmente por meio da oferta de cursos e da transferência de saberes e técnicas, além da disponibilização de materiais a serem partilhados, como livros, revistas, entre outros. Esse intercâmbio de conhecimentos é parte do cotidiano das cafeterias, ainda que de forma simbólica. Em algumas cafeterias estudadas, estão presentes caixas de gorjetas e doações, como forma de contribuir voluntariamente para a manutenção do local. Esses espaço, que compõe dialógicas de complementaridades, antagonismos e interdependências (Morin, 2008) entre as perspectivas domésticas e comerciais se configuram em espaço de partilha e solidários na medida em que se tornam parte do cotidiano, do acontecer solidário e do vivido dos sujeitos, expresso em Santos (2004). Essa ação solidária, voluntária e comercial, de sociabilidade mais ou menos programada, de compensação, trabalho e prazer representa um microcosmo onde cada um se relaciona com o mundo, ou, nos termos de Relph (2012, p. 30), “O que acontece aqui, neste lugar, é parte de um processo em que o mundo inteiro está de alguma forma implicado.

### **Conclusão**

O presente trabalho perpassou por algumas perspectivas espaciais nos estudos da hospitalidade a partir do olhar do cotidiano, da alimentação e de seus lugares, em especial as cafeterias. A alimentação, integrante das necessidades básicas dos sujeitos, é um elemento arraigado à hospitalidade por meio da comensalidade. Sendo assim, um dos aspectos abordados no presente estudo foi as relações de hospitalidade e comensalidade que se estabelecem em cafeterias, seja pelos aspectos de consumo tradicionais ou pelos novos usos e funções que estes estabelecimentos assumiram na contemporaneidade, como espaços de trabalho, de encontros e reuniões, exposições fotográficas, literatura, troca de conhecimentos, entre outras, e que exercem uma centralidade no cotidiano de muitas pessoas, especialmente em espaço urbano, como no caso abordado da cidade de Curitiba.

A aplicação em campo das categorias de análise estabelecidas nesse estudo, então, permitiram observar que a personalidade do lugar está presente em suas características espaciais, ambientais e físicas e que a organização do espaço influencia na forma como o cliente se relaciona com as cafeterias, relação que é significativamente influenciada pelo quão a pessoa se sente pertencente àquele lugar. Verificou-se ainda, que as 5 categorias do quadro 1 denominadas de categorias da comensalidade no interstício da hospitalidade são apropriadas para a análise desses espaços e podem, objetivamente, implicarem em novos estudos com outros vieses analíticos.

A comensalidade somada às perspectivas de hospitalidade e as características dos lugares permitem a criação de um ambiente fértil para avançar na investigação proposta neste trabalho para além das cafeterias, propondo o uso do modelo de análise em outros contextos de alimentação como os restaurantes, lanchonetes, entre outros. Sugere-se também que outras pesquisas sejam feitas abarcando cafeterias com características diversas das apresentadas neste trabalho, como, por exemplo a proposição de um contexto de análise da paisagem das cafeterias e suas interpretações e elaboração de *frameworks* sobre os distintos usos desses espaços pelas diferentes categorias sociais.

### **Mini currículo dos autores**

**Eduarda Cividini Pagnussat** - Mestranda em Geografia pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Bacharel em Turismo pela mesma universidade. E-mail: [cividinieduarda@gmail.com](mailto:cividinieduarda@gmail.com)

**Vander Valdugra** - Docente do curso de Bacharelado em Turismo e do Mestrado em Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Pós-doutor em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (UAM). Doutor e Mestre em Geografia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). E-mail: [vandervalduga@gmail.com](mailto:vandervalduga@gmail.com)

**Alini Nunes de Oliveira** - Professora do curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT). Bacharel em Turismo pela Universidade Norte do Paraná (UNOPAR), Bacharel e Licenciada em Geografia pela Universidade Estadual de Londrina (UEL), Doutora e Mestre em Geografia pela mesma universidade. E-mail: [alini\\_oliveira@hotmail.com](mailto:alini_oliveira@hotmail.com)

### **Referências**

- Andrade, H. C. C.; Alcântara, V. C.; Aldano, A. P. de M.; Santos, A. C. dos. (2015). Atribuição de sentidos e agregação de valor: insumos para o Turismo Rural em regiões cafeicultoras. *Revista Brasileira de Ecoturismo*, 8 (2), 333-346, maio/jul. <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2015.v8.6441>.
- Baechler, J. (1995). Grupos e sociabilidade. In: R. Boudon (Ed.). *Tratado de sociologia*. Lisboa: Asa. p. 57-95.
- Baptista, I. (2008). Hospitalidade e eleição intersubjectiva: sobre o espírito que guarda os lugares. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, 5 (2), 5-14.
- Baptista, I. (2005). Para uma geografia de proximidade humana. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, 2 (2), 11-22.
- Baptista, I. (2002). Lugares de Hospitalidade. In C. M. M. Dias (Org.), *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole.
- Bartoly, F. (2011). Debates e perspectivas do lugar na geografia. *GEOgraphia*, 13 (26), 66-91.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bourdieu, P. (2008). *A miséria do mundo*. Petrópolis: Vozes.

Pagnussat, E.C.; Valduga, V.; Oliveira, A.N.de. Lugar e hospitalidade: proposição de um modelo de análise aplicado a cafeterias.

Boutaud, J. J. (2011). Comensalidade - Compartilhar a mesa. In A. Montandon. *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas* (pp. 1213-1230). São Paulo: Senac.

Carlos, A. F. A. (2007). *O lugar no/do mundo*. São Paulo: FFLCH.

Carneiro, H. (2003). *Comida e sociedade: Uma história da alimentação*. Rio de Janeiro: Editora Campus.

Flandrin, J. L., Montanari, M. (1998). *História da alimentação*. São Paulo: Estação Liberdade.

Fischler, C. (2011). Commensality, society and culture. *Social Science Information*. 50th anniversary issue 50 (3-4), 528-548.

Frémont, A. (1999). *La région: espace vécu*. Paris: Flammarion.

Gotman, A. (2013). Entrevista a Marie Raynal. *Revista Hospitalidade*, 10 (1), 146-157.

Gotman, A. (2001). *Le sens de l'hospitalité. Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre*. Paris: PUF.

Habermas, J. (1989). *Consciência moral e agir comunicativo*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

Jeon, J., Yoo, M., & Christodoulidou, N. (2019). The impact of Wi-Fi service on millennial diners. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10 (3), 383-400. doi:10.1108/jhtt-11-2017-0133

Lashley, C.; Morrison, A.; Randall, S. (2005). Uma refeição inesquecível! A hospitalidade como experiência emocional. In D. Sloan (Org.). *Gastronomia, restaurantes e comportamento do consumidor*. São Paulo: Manole.

Lipovetsky, G., Charles, S.. (2004). *Os tempos hipermodernos*. São Paulo: Barcarolla.

Marinho, C. de S.; Almeida, S. de L.; Salazar, V. S. (2017). Uma xícara de Café? A importância dos atributos de uma cafeteria na decisão de consumo. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, 14 (2), 1-24, ago. <https://doi.org/10.21714/21799164.2017v14n2.762>.

Massey, D. (2008). *Pelo espaço: por uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

Massey, D., Keynes, M. (2004). Filosofia e política da espacialidade: Algumas considerações. *GEOgraphia*, Niterói, 6 (12).

Mauss, M. (2003). *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Cosac Naify.

Morin, E. (2008). *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget.

Morin, E. (2007). *O método 5. A humanidade da humanidade: a identidade humana*. Porto Alegre: Sulina.

Morin, E. (2003). *Ciência com consciência*. Rio de Janeiro: Bertrand.

Poulain, J. P. (2004). *Sociologias da alimentação. Os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: UFSC.

Raffestin, C. (1997). Réinventer l'hospitalité. *Communications*, 65, 165-177.

Relph, E. (2012). Reflexões sobre a emergência, aspectos e essência de lugar. In E. Marandola Jr. et al (Org.). *Qual o espaço do lugar?* São Paulo: Perspectiva.

Ritzer, G. (2015). *The McDonaldization of society*. USA: SAGE Publications.

Salles, M. R. R., Bueno, M. S., Bastos, S. R. (2014). Receber e acolher em São Paulo: desafios da hospitalidade numa feira boliviana, Kantuta. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, 4 (1), 95-109.

Santos, M. (2006). *A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: EDUSP.

Santos, M. (1994). *Técnica, espaço, tempo, globalização e meio técnico-científico informacional*. São Paulo: Hucitec.

Sarno, E. (2013). The recognition of intellectual spaces as a cultural heritage: A territorial perspective. *PASOS Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural*, 11(2), 459-470. doi:10.25145/j.pasos.2013.11.030

Stefanelli, M. M. C. (2015). *Lugar de hospitalidade na cidade: Acolhimento aos i-migrantes na missão paz. São Paulo/SP (2004-2014)*. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo.

Stefanelli, M. M. C., Bastos, S. M. (2016). Missão Paz: Lugar de hospitalidade e acolhimento aos i-migrantes na cidade de São Paulo, SP. *Rosa dos Ventos*, 8 (3), 256-273.

Tuomainen, H. (2014). Eating alone or together? Commensality among Ghanaians in London. *Anthropology of food*, 14 (S10).

Tuan, Y. F. (1983). *Espaço e Lugar: A perspectiva da experiência*. São Paulo: Difel.

Yázigi, E. (2013). *Reencantamento da cidade: miudezas geográficas e devaneio*. São Paulo: Scortecci.

Yázigi, E. (2001). *A alma do lugar: Turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas*. São Paulo: Contexto.