

HOSPITALIDADE E EMPREENDEDORISMO ÉTNICO: RESTAURANTES COM MAIS DE 50 ANOS NA CIDADE DE SÃO PAULO

Vera Cristina de Araújo¹
Sênia Regina Bastos²

Resumo:

Os empreendimentos étnicos apresentam importante papel na história paulistana. O comércio étnico funciona, muitas vezes, como uma saída profissional para quem se vê num país estranho e procura contornar a formalidade da economia institucionalizada. Ser proprietário de um estabelecimento constitui alternativa de enriquecimento e de sucesso, uma vez que a sua condição migrante dificilmente o permite escalar cargos significativos ou materialmente compensatórios na sociedade dominante. Atualmente encontram-se ainda empreendimentos gastronômicos remanescentes destas épocas que ajudaram a definir a cidade como um dos principais destinos gastronômicos da América Latina. Neste contexto, a problemática que move a pesquisa em andamento é se a longevidade dos empreendimentos gastronômicos encontra-se associada à hospitalidade advinda da dinâmica das relações entre o empreendedor étnico e seus conterrâneos. Caracterizada como uma pesquisa qualitativa, a metodologia apoia-se no levantamento bibliográfico e documental e na realização de entrevistas com os gestores e clientes dos estabelecimentos. Embora ainda em desenvolvimento, já apresenta resultados parciais advindos da pesquisa documental, tendo-se identificado 60 empreendimentos gastronômicos com mais de 50 anos na cidade de São Paulo, com destaque para os restaurantes, que representam 52% do total. O mais antigo e de origem imigrante é o Restaurante Carlino, fundado em 1881 por iniciativa italiana.

Palavras-chave: Hospitalidade. Empreendedorismo étnico. Gastronomia. Restaurantes.

¹ Mestranda em hospitalidade. Docente da Universidade Anhembi Morumbi. vera.araujo@anhembimorumbi.edu.br

² Doutora em História PUC/SP. Docente da Universidade Anhembi Morumbi. senia@anhembimorumbi.edu.br

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Introdução

Segundo Oliveira (2006), a partir dos anos 1980 o setor da gastronomia viveu uma verdadeira revolução no Brasil, saiu de um cenário estagnado, com negócios muito parecidos, de restaurantes em que imperavam pratos regionais e receitas estrangeiras mal adaptadas, para chegar ao novo milênio com uma expressiva oferta da culinária mundial. São Paulo se auto intitula capital mundial da gastronomia, título resultante de um projeto de uma das entidades representativas do setor junto à Câmara Municipal, a Associação Brasileira de Gastronomia, Hospedagem e Turismo (ABRESI), esta entidade que a multiplicidade de cozinhas³ que se encontram na cidade outorgava a São Paulo o título.

O título é resultado de um projeto político e portanto, parece sem legitimidade, pois fica sempre a pergunta, quem mais reconhece São Paulo como “Capital Mundial da Gastronomia” que não seja a própria cidade? O principal critério de avaliação fundamentou-se no número de cozinhas existentes na cidade e não na qualidade gastronômica ou de serviços das mesmas.

Em 1997, durante a 10ª edição do CIHAT - Congresso Internacional de Gastronomia, Hospitalidade e Turismo, evento anual promovido pela ABRESI, reunindo os empresários associados de todas as regiões do Brasil, empresas do segmento e autoridades da área, a Comissão de Honra das Nações outorgou o título de "Capital Mundial da Gastronomia" à Cidade de São Paulo. Na mesma ocasião, o título foi outorgado à Paris, na categoria "hors-concours", e a Nova Iorque, Tóquio, Roma, Madrid, Lisboa, Cidade do México e Buenos Aires. De todas as cidades homenageadas, São Paulo é a que possui o maior número de cozinhas internacionais representadas, podendo, portanto, portar o título na condição de real Capital Mundial da Gastronomia.⁴

Até a década de 1950, os estabelecimentos gastronômicos, em sua maioria, eram empresas de caráter quase que estritamente familiar e administração amadora. A partir da década de 1960, o Serviço de Apoio as Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE) passou a oferecer cursos breves de

³ No referido estudo a ABRESI relacionou 51 nacionalidades diferentes para as cozinhas na cidade: Brasil, Alemanha, Angola, Argentina, Armênia, Austrália, Áustria, Bélgica, Bulgária, Cabo Verde, Canadá, Chile, China, Coréia, Cuba/Caribe, Dinamarca, Egito, Espanha, Estados Unidos, Finlândia, França, Grã Bretanha, Grécia, Holanda, Hungria, Índia, Indonésia, Irlanda, Islândia, Israel, Itália, Japão, Líbano, Marrocos, México, Noruega, Paraguai, Peru, Polônia, Portugal, República Tcheca, Romênia, Rússia, Sérvia, Síria, Suécia, Suíça, Tailândia, Uruguai, Venezuela, Vietnã. A Revista Veja Comer e Beber de 2012 totaliza 12.500 empreendimentos gastronômicos entre restaurantes, bares, churrascarias, pizzarias com 55 tipos de nacionalidades nas cozinhas.

⁴ http://www.abresi.com.br/realizacoes_capital_mundial_da_gastronomia.html

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

capacitação para o pessoal da área operacional. O ingresso de grandes redes de *fast food* no mercado brasileiro, como as lanchonetes Bob's e McDonald's, nos anos 70 e 80, impeliu uma reformulação de conceitos operacionais, a busca por informações técnicas mais apuradas e a implantação de sistemas de qualidade.

A profissionalização na gestão também se dá a partir dos anos 80, quando estudiosos de administração de empresas começam a enveredar pela gestão de restaurantes, mesmo sem conhecimentos específicos.

Todas as transformações, que começaram pelos restaurantes de luxo, não ficaram restritas às casas estreladas, espalhando-se de forma generalizada em todas as tipologias de preço e produtos. Apesar de toda esta mudança, o setor ainda mantém uma taxa de falência de aproximadamente 53% nos negócios após 02 anos de sua abertura, conforme dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de São Paulo (ABRASEL). Dado que demonstra ainda a falta de planejamento e de conhecimento técnico para a longevidade de um estabelecimento. Segundo o presidente da Abrasel, Joaquim Saraiva de Almeida "O mercado é versátil, exige mudanças constantes para adaptações às novidades, e as ofertas no mercado são maiores que a demanda. Por isso, é preciso analisar a concorrência e tentar diferenciar-se".

O setor exige cada vez mais conhecimento e competências que possam garantir resultados e permanência no mercado.

A transição para um mercado profissional e competitivo foram fatais para muitas casas fundadas na décadas de 1920, 30, até 1950, as exigências de uma gestão profissional, o alto grau de concorrência, as mudanças da cidade, da cultura e hábitos de uma São Paulo cosmopolita provocaram o fechamento e ainda provocam de muitas em tempo recorde. Poucas, menos de 100 são os estabelecimentos que sobreviveram e se mantêm em funcionamento neste século.

Há na cidade dois restaurantes com mais de 80 anos - o Capuano, na Bela Vista, e o Castelões, no Brás. Alguns com mais de 50, como a Cantina Roperto, o Gigetto e o Pandoro. Cantina Speranza, Sujinho e Acrópolis, com mais de 40. Outros na faixa de 30, como o Família Mancini, Lélis, Galeto's, C. Que Sabe. E centenas num tal de abre e fecha, muda de nome, de ponto e de cara - trocam de cantina para rodízio ou pizzaria (BASTOS, 2006).

Percebe-se em empreendimentos longevos que a maioria resulta de iniciativas empreendedoras de migrantes de diferentes nacionalidades, haja vista, o número de cozinhas que a cidade

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

apresenta. No objetivo de compreender o setor e suas histórias de sucesso, a relação da hospitalidade com a longevidade dos estabelecimentos, o papel da etnia neste processo, propôs-se esta pesquisa com ênfase nos questionamentos: Em que contexto surgiram estes restaurantes? Trata-se de uma iniciativa pautada pelo empreendedorismo étnico? Quais as bases sociais que influenciam e mantém a longevidade destes empreendimentos? A hospitalidade constitui um fator determinante para a continuidade destes estabelecimentos?

Para responder tais questionamentos empreendeu-se o levantamento dos restaurantes com mais de 50 anos em atividade, realizada em periódicos e sites especializados no setor, bem como nos sites dos empreendimentos previamente selecionados. Para entender o papel da hospitalidade na longevidade dos empreendimentos de origem étnica, realizou-se uma entrevista com o empreendedor do restaurante e doceria Di Cunto, estabelecimento fundado por italianos há cerca de 70 anos de mercado.

Empreendedorismo étnico

Se faz necessário antes de tudo, entender os conceitos referentes ao empreendedorismo, imigrante ou migrante e empreendedorismo segundo alguns autores para o que seria um empreendedor étnico.

O empreendedor é uma pessoa criativa, marcada pela capacidade de estabelecer e atingir objetivos que mantém alto nível de consciência do ambiente em que vive, usando-a para detectar oportunidades de negócios. Um empreendedor, que continua a aprender a respeito de possíveis oportunidades de negócios e tomar decisões moderadamente arriscadas que objetivam inovação, continuará a desempenhar um papel empreendedor (FILLION, 1999, p.19).

Segundo Halter (2006), imigrante são aqueles que deixaram seu país e foram morar em outro, étnico se refere a alguém nativo que pode pertencer à segunda geração de sua ascendência original. Segundo ainda a autora empreendedorismo étnico pode ser uma empresa de imigrantes ou uma empresa étnica e define: “Empreendedorismo étnico se refere a um setor da economia baseado em pequenas e médias empresas, dirigidas por imigrantes e suas famílias. Frequentemente é relacionado a um negócio familiar.” (HALTER, 2006, p.110)

Observa-se que a matriz do empresariado paulista originou-se da experiência de recepção de imigrantes, estabelecida a partir do final do século passado. Por certo, a maioria deles veio a São Paulo na condição de colonos, na expectativa de, após alguns anos de trabalho na lavoura

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

cafeeira, tornarem-se proprietários rurais. A cidade os atraía, devido às diferentes possibilidades de trabalho tais como, a abertura de pequenos negócios com seus patrícios, ou dedicação ao comércio ambulante, transporte de cargas ou de passageiros.

O capital necessário para o empreendedorismo definiu o setor no qual esse migrante se tornaria proprietário e dono de seu destino, a gastronomia foi para muitos o caminho mais rápido para estabilidade financeira.

O surgimento do comércio étnico funciona, muitas das vezes, como uma —saída profissional para quem se vê num país —estranho e procura contornar o *mainstream* formal da economia institucionalizada, por um lado (aspecto que pode representar um — desafio tremendo uma vez que o financiamento institucional se mostra, invariavelmente, difícil para um imigrante) e, por outro, ser — dono de um estabelecimento pode ser a forma mais rápida de enriquecimento e de sucesso, uma vez que a sua condição de imigrante dificilmente o permitirá chegar a cargos de relevo ou materialmente compensatórios na — sociedade dominante (CARDOSO, 2010, p. 10).

No final do século XIX, São Paulo recebeu cerca de 900 mil imigrantes, na maioria italianos. Em 1910, a população chegou a 375.439 habitantes, sendo que mais de 100 mil trabalharam como operários nas nascentes fábricas paulistas, das quais se destacaram as indústrias têxteis e alimentícias. Depois, vieram os sírio-libaneses e, a partir de 1908, os japoneses. Em 1917, calcula-se que a população da cidade tenha atingido 500 mil habitantes, volume dobrado em 1933⁵.

A conspiração de fatores de expansão e a abertura para receber novos habitantes – especialmente no Brasil recentemente abolicionista – forjaram uma situação extremamente fértil para que o Estado de São Paulo e sua capital absorvessem um grande fluxo de imigrantes que, se acreditava, ficaria restrito às atividades do campo, especialmente alocados na produção de café. Entre morrer de miséria e fome em seu país, milhares de europeus acreditaram no sonho de fazer a América [...] A promessa de melhora de vida pintava a imigração como um lance de sorte na vida familiar, criando diferentes ideias nem sempre condizentes com a realidade encontrada (COLLAÇO, 2009, p.21).

Esses imigrantes incorporaram-se à São Paulo, tornando-se parte de sua história.

Uma definição mais operacional do conceito de economia étnica requer defini-la como qualquer conjunto de empregadores, auto-empregados ou simplesmente

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

empregados pertencentes a um mesmo grupo étnico ou de imigrantes... A análise de uma economia étnica, isto é, de um ramo de negócios que opera segundo os critérios e características acima apontados, nos instrumenta a distinguir se um grupo, ao se hospedar em determinada economia, o fez majoritariamente capturando empregos já disponíveis ou criando e enxertando novas firmas e empregos na economia hospedeira (TRUZZI ; SACOMANO, 2007, p. 41).

Uma característica forte e contundente no empreendedorismo étnico é a formação de redes entre os empreendedores e seus co-étnicos. Martes (2006) enfatiza os recursos sociais e/ou culturais que os imigrantes trazem consigo ao aportarem nos novos países, um legado sobre as associações de crédito rotativo. “É uma forma de autoajuda coletiva, imposta pelo fato de não poderem tomar empréstimo em bancos formais. Quando a rede é forte, quando a associação de empréstimo funciona bem, é muito mais provável que aquela empresa de imigrantes seja bem sucedida.” (MARTES, 2006, p. 112).

Em sua dissertação focada em gastronomia italiana na cidade de São Paulo, Landi (2012), afirma que uma das manifestações culturais expressas por um grupo que emigra é a alimentação. Ela é uma expressão de memória, de pertencimento, de identidade, além de ser a que mais perdura no caso de um distanciamento, uma vez que é um hábito arraigado ao cotidiano, e um dos últimos a serem abandonados por um povo que emigra.

Heck e Beluzzo (1998, p.15), citam em seu livro⁶ que o imigrante inferiorizado tem na comida uma despesa simbólica que garante a autonomia de sua subjetividade, que a culinária representa um amplo arsenal de identidades, que, por não se diluírem no contato com o outro, mantêm a tensão da alteridade, do convívio multicultural, que resiste aos efeitos da perda de identidade ao terem que agregar, adaptar a uma nova nacionalidade.

A comida integra o patrimônio cultural do país, permite que cada sociedade reconheça, por meio da alimentação, sua história e seu passado. Suaudeau (2004, p. 10) é enfático ao dizer que “a alimentação deveria ser vista como um conceito cultural”. Nesse sentido, parece lógico uma das áreas a ser exploradas por estes imigrantes no Brasil, em São Paulo, ser a gastronomia.

Entendendo a Hospitalidade

⁶ Cozinha dos imigrantes, memórias e receitas, (1999).

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Muitos são os pesquisadores e conceitos voltados à área da hospitalidade, há muita controvérsia em torno do conceito, aos mais puristas a hospitalidade está totalmente relacionada ao ambiente doméstico e sua definição fundamenta-se na dádiva⁷. Parafraseando Camargo (2004, p. 25), “o termo hospitalidade é pleno de ambiguidades, a busca de um entendimento unívoco do termo, comum às diferentes acepções em que é tomado e que permita o enunciado de um conceito é, assim, cheia de armadilhas”.

A hospitalidade, de acordo com Telfer (2004), passa por motivos pessoais e pela qualidade do relacionamento instituída entre anfitrião e hóspede. O desejo e prazer de receber gera a hospitabilidade - desejo de receber e estar com pessoas - inserindo-as no próprio convívio, e é considerada genuína ou não se o interesse do anfitrião em receber proporcionar bem estar e prazer mútuo a ambos.

A autora enfatiza o equilíbrio fino nestes relacionamentos ao definir que qualquer comportamento que priorize os desejos de satisfação do anfitrião, o simples desejo de ser reconhecido como “hospitaleiro” já deturpa a condição genuína de hospitalidade.

No âmbito comercial haverá sempre a condição “lucro” como objetivo principal e a frequência do receber, pois esta é inerente à vontade do anfitrião. Para Telfer (2004), estas condições não impossibilitam a realização de um relacionamento hospitaleiro se a motivação do comercial basear-se em interesse autêntico em proporcionar prazer e bem estar por um preço justo.

Ao tratar a hospitabilidade como virtude moral, a autora destaca as virtudes – generosidade, zelo, bem estar público, compaixão ou afetividade – como qualidades necessárias para se praticar hospitalidade e uma forma de se evitar a inospitalidade. É possível ser generoso ou afetivo sem ser obrigatoriamente hospitaleiro.

Na esfera comercial, o anfitrião deverá ser dotado das virtudes morais que o fazem assumir o modo e as qualidades necessárias para praticar a hospitabilidade e demonstrá-la em seu trabalho.

A hospitalidade é associada à satisfação de uma necessidade, e o recebimento de convidados associa-se à concessão de prazer. Contudo, essa diferença é apenas uma questão de nuança (...) frequentemente, as expressões “proporcionar hospitalidade” e “receber um convidado” são equivalentes, e usarei ambas com mesmo sentido. (TELFER, 2004, p. 55)

⁷ Teoria desenvolvido por Mauss no Ensaio sobre a dádiva, de 1924 (MARTINS, 2006)

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Gotman (2009) em seu artigo discute a hospitalidade através do turismo, seus questionamentos giram em torno da contrariedade ao conceito original da hospitalidade doméstica, onde o anfitrião abre a porta a seus hóspedes ou convidados de forma espontânea e ofertando o que há de melhor em seu espaço à proposta comercial que se intitula hospitaleira, mas oferta esta generosidade em forma contratual, estandizada, distante e fria, recorrendo ao termo, mas as próprias condições do relacionamento, só podem proporcionar esta hospitalidade de forma *fake*, encenada.

O sistema doméstico é, com efeito, uma verdadeira organização que deve assegurar a todos uma igualdade de tratamento (de tarefas e de recursos) e, como tal, exige de seus membros permanentes atenção ao outro, sacrifícios, providências, planejamento e coordenação (...) o hotel, favorecendo o isolamento e dispensando essa obrigação, é um luxo, o luxo: dispensa de cuidado com o outro e, assim, a hospedagem no hotel é preferida à casa de um amigo, na medida em que o hóspede compra sua liberdade de entrar e sair quando quiser, de espalhar desordem e sujeira (tudo o que não está no devido lugar é sujo), de se fazer servir. (GOTMAN, 2009, p.17).

A autora enfatiza hospitalidade e relação comercial em oposição constante, como encenada, mas posiciona que, simultaneamente uma se refere à outra e que a organização tanto no espaço doméstico como comercial é uma condição para a hospitalidade.

Restaurantes com mais de 50 anos na cidade de São Paulo

A primeira fase da pesquisa consistiu no levantamento de periódicos e mídia especializada, tendo como fonte principal a revista Veja Comer e Beber – 2012 (2013)⁸, que traz dados históricos dos restaurantes, sites e entidades representativas do setor. Foram contabilizados até o presente momento, 60 empreendimentos com mais de 50 anos, entre bares, padarias, pizzarias e restaurantes, inclusive produtoras de matéria-prima, tais como: Copenhagen e Laticínios Catupiry.

	RESTAURANTE	DESDE	NACIONALIDADE FUNDADOR	IDADE
1	Carlino Ristorante	1881	Italiano	132
2	Cantina Capuano	1907	Italiano	106
3	Cantina Castelões	1924	Italiano	89
4	Moraes Rei Do Filét	1929	Português	84
5	Di Cunto	1935	Italiano	78
6	Restaurante Freddy	1935	Francês	78

⁸ Edição com 652 páginas, 1.310 endereços de diferentes tipologias gastronômicas selecionadas, 36 críticos especializados e 1.153 endereços visitados para compor a edição que elege – de acordo com os críticos – os melhores do ano (VEJA, 2013).

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

7	Gigetto	1938	Italiano	75
8	Cantina Roperto	1942	Italiano	71
9	Zi Tereza Di Nápoli	1945	Italiano	68
10	Casa Santos	1946	Português	67
11	Brasserie Victória	1947	Libanesa	66
12	Cantina 1020	1948	Italiano	65
13	Windhuk	1948	Alemão	65
14	Jardim De Nápoli	1949	Italiano	64
15	Almanara	1950	Libanesa	63
16	Caverna Bugre	1950	Austríaco	63
17	Jaber	1951	Libanesa	62
18	O Gato Que Ri	1951	Italiano	62
19	Casa Garabed	1951	Armênio	62
20	La Paillote	1953	Francês	60
21	Roma Ristorante	1954	Italiano	59
22	La Casserole	1954	Francês	59
23	Marcel	1955	Francês	58
24	Baby Beef Rubayat	1957	Espanhol	56
25	Tatini	1958	Italiano	55
26	Don Curro	1958	Espanhol	55
27	Acrópolis	1959	Grego	54
28	Fuentes	1960	Espanhol	53
29	Dinho's	1960	Libanesa	53
30	Cantina Mamarana	1961	Italiano	52
31	Presidente	1962	Português	51

Quadro 1 - Restaurantes com mais de 50 anos de funcionamento na cidade de São Paulo (2012)

Fonte: Revista Veja Comer e Beber 2012/2013 (2013)

Em um universo de 12.500 estabelecimentos (ABRASEL, 2012) o percentual de restaurantes com mais de 50 anos corresponde a 0,5% de participação no mercado de alimentação. Dentre estes 60 31 são restaurantes cujo proprietário é de origem imigrante o que corresponde a 52% do total dos estabelecimentos, reunidos no quadro 1.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

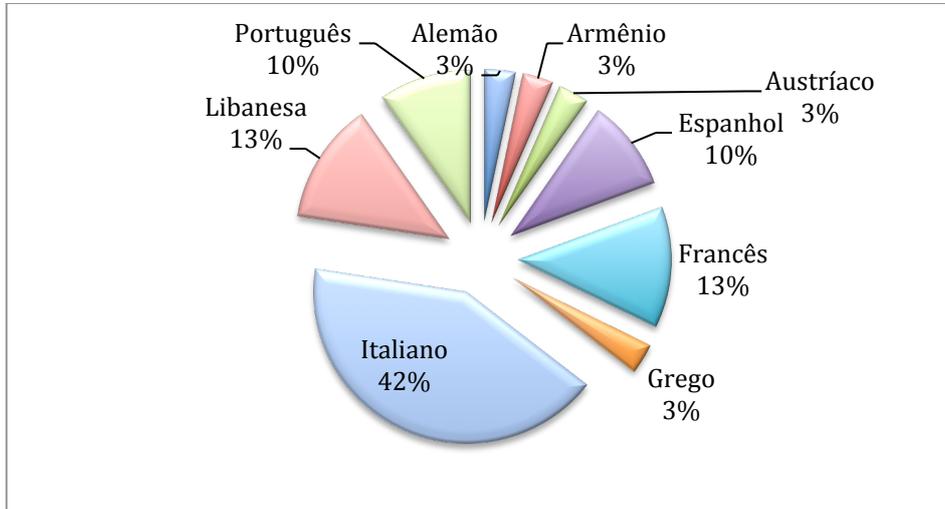
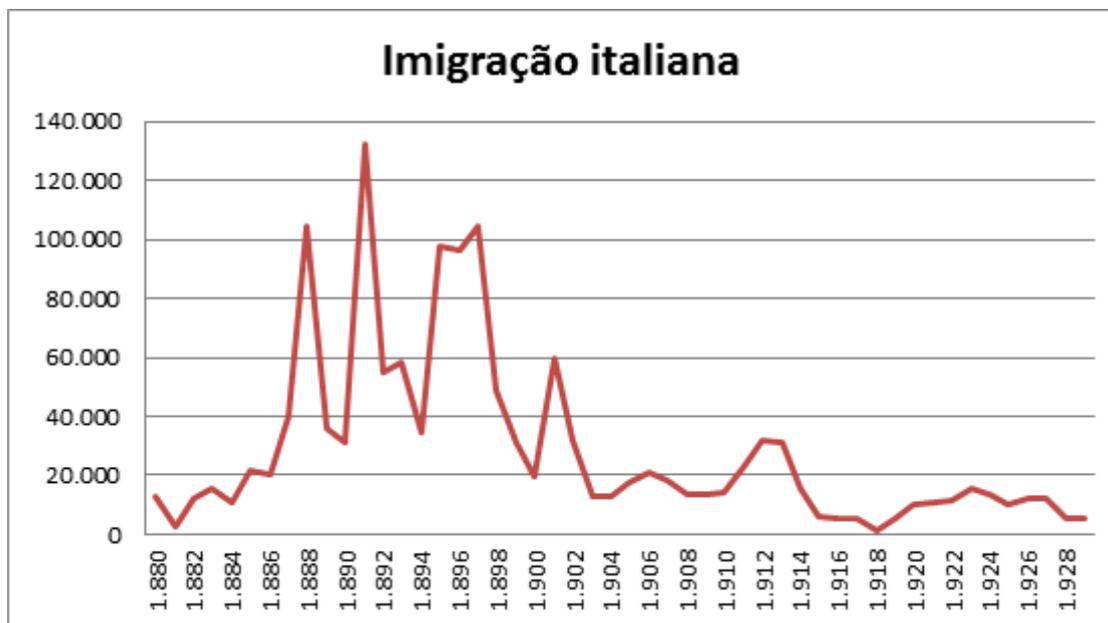


Gráfico 1: Nacionalidade do empreendedor fundador dos restaurantes com mais de cinquenta anos na cidade de São Paulo (2012)

Fonte: Revista Veja Comer e Beber 2012/2013

A sistematização da nacionalidade dos fundadores dos restaurantes (gráfico 1) revela: 1 alemão, 1 armênio, 1 austríaco, 3 espanhóis, 4 franceses, 1 grego, 13 italianos, 4 libaneses e 3 portugueses. O número de empreendimentos italianos se justifica em virtude do grande número de italianos que ingressaram no Brasil no final do século XIX, de acordo com Levy (1974) ingressaram no Brasil 1.622.491 italianos no Brasil durante o período 1872 a 1972. Veja os gráficos abaixo.



X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul



Tais dados justificam o estudo de um dos restaurantes, para o que se realizou uma entrevista com o seu proprietário, descendente do fundador, em busca de dimensões que demonstrem fundamentos e características de hospitalidade.

Di Cunto - um estudo de caso

Aos dados contidos no site da Di Cunto foram acrescentados do depoimento do Sr. Reinaldo, neto do fundador. A história⁹ do estabelecimento se confunde com a história da imigração italiana, a empresa se mantém no mercado, e na Mooca, há mais de 100 anos Reinaldo Di Cunto, 68, e Marco Di Cunto Júnior, 32, são tio e sobrinho e representam duas gerações que hoje fazem funcionar uma empresa com 155 funcionários e uma produção diária de 400 tipos de produtos.

Em 1878, Donato Di Cunto, o patriarca da família ítalo-paulista, desembarcou em São Paulo achando que estava em Montevideo, onde tinha parentes. Nesta época iniciou seu aprendizado, dando os primeiros passos para fazer pão, hoje a empresa produz quase mil itens que vão do pãozinho as massas elaboradas.

⁹ História compilada do site do empreendimento: www.dicunto.com.br

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Oficialmente, a Di Cunto tem 78 anos, mas a realidade é bem mais longa. Depois de desembarcar no Porto de Santos, Donato, então com 17 anos, enfrentou desafios. Como era carpinteiro, a família acredita que ele tenha conseguido trabalho rapidamente nessa área.

Em 1895 (ou 1896, não se sabe a data exata), já em São Paulo, Donato decide se arriscar na abertura de uma padaria, afinal, a essa altura a imigração italiana se acelerava em São Paulo. O negócio começou na Rua Visconde de Parnaíba e, pouco tempo depois, comprou o terreno onde a Di Cunto funciona até hoje, na Rua Borges de Figueiredo, e construiu o casarão que abriga a casa no pavimento superior e padaria no térreo.

Foi uma compra na palavra. Custava 11 contos de réis e ele deu 1 conto de réis de sinal. Depois, ocorreu algum problema na Itália e ele teve que voltar. Foi falar com o Borges de Figueiredo e dizer que perderia o dinheiro e desfazia o negócio. O Borges de Figueiredo não aceitou, devolveu o 1 conto de réis e desfizeram o negócio, (Reinaldo di Cunto, 2013)

De volta à Itália, Donato teve mais oito filhos e, de alguma forma, incutiu neles a ideia de que deveriam vir ao Brasil para prosperar. E foi o que acabaram fazendo. Lorenzo Di Cunto, avô de Marco e tio de Reinaldo, foi o primeiro a chegar, em dezembro de 1934. O restante da família veio logo depois e, no dia 14 de março de 1935 o forno da padaria foi novamente aceso. A partir daí, começa a história oficial da empresa.

A Irmãos Di Cunto começou com os irmãos Vicente, Lorenzo, Roberto e Alfredo, que não sabiam nada de panificação. “Eles não sabiam, mas foram procurar aprender. Isso, herdaram do pai. Na época, a família passou muita dificuldade, viviam modestamente e todo o resultado era repartido de forma igual para todos. O que sobrava era reinvestido no negócio, ou seja, o negócio crescia e a família também”, conta Marco di Cunto (2013).

Hoje, a Di Cunto, é um *mix* de negócios gastronômico com padaria, restaurantes em diferentes endereços, confeitaria e *rosticceria*. A administração já está em sua quarta geração e prioriza o relacionamento familiar como forma de manutenção e perenidade do negócio.

Durante conversa com Sr. Reinaldo, desde sempre trabalhando na casa, assim diz ele, indagou-se sobre o seu papel na empresa e suas considerações a respeito da relação familiar, do mercado na atualidade e sua relação com clientes. São suas palavras:

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Desde que Donato Di Cunto começou a empresa, muita coisa mudou. A começar pelas condições socioeconômicas do País. A empresa, claro, precisou acompanhar todo o desenvolvimento. Mas pelo menos uma coisa continua igual: a paixão e o respeito que as gerações da família nutrem pela empresa e sua história. O grande legado deixado pelos antepassados não foram as receitas nem o patrimônio, mas honestidade, dignidade, gostar do que se faz. (Reinaldo di Cunto, 2013)

A empresa na atualidade trabalha de forma profissional, a equipe conta com chef de cozinha, nutricionista, profissional de marketing, e adota gestão profissionalizada. Mas, mantém espontaneidade, originalidade em expressões e atos, que remetem à hospitalidade, de acordo com Reinaldo di Cunto, “eu preciso retribuir o Adrianinho, meu funcionário...” ou o convite para conhecer os mais de 4000 m de área da empresa, durante o horário comercial.

Segundo Reinaldo, os clientes são tudo, ele não é nada. Durante a realização da entrevista, apresentou clientes que frequentam a casa há mais de 20 anos, todos de origem italiana, que atravessam a cidade para almoçar no restaurante ou comprar o panetone ali produzido durante todo o ano.

Ao final da entrevista, Reinaldo indagou: “Há quanto tempo nos conhecemos? Respondi: “três ou quatro horas” ao que respondeu: “Não parece que já somos amigos há anos? Tem que ser assim, escolheu minha casa, tenho que receber e tratar bem.”

Considerações finais

[...] a abertura pra o acolhimento, que já foi um dever sagrado, moral e social, sempre teve aspectos diversos. Por isso, pode-se falar em hospitalidade como virtude burguesa associada à ideia de bem receber [...] Em relação a aspectos mais recentes, o domínio comercial seria também abordado. Isso evidencia que a hospitalidade permanece e ultrapassa fronteiras, permeando instâncias sociais, coletivas, políticas e econômicas. A sociedade se tornou laica, e a hospitalidade naturalmente não se apresenta mais como uma virtude teológica. O sentido e o valor que ela passa a ter agora pedem uma reflexão ampla para compreender suas novas faces e, também o processo por meio do qual ela desemboca em diversas instâncias [...] (BUENO, 2003, p. 1-2)

No conceito de hospitalidade de Telfer (2004) e Gotman (2009) a incondicionalidade constitui premissa do receber, do acolhimento do espaço doméstico à adequação teatralizada, cuja distância é garantida pelo contrato. Como anfitrião, por vezes, acredita-se estar praticando hospitabilidade – generosidade, prazer em receber – e nos declaramos hospitaleiros e

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

transformamos nossos hospedes em reféns de nossas próprias vontades e desejos, fazemos do receber uma forma de ascender e alimentamos nossas vaidades ou recebemos, acolhemos e depois sofremos dias pela invasão do nosso espaço “hospitaleiro”.

No âmbito comercial, a distância entre os conceitos e a necessidade de conhecimento de quem realmente recebe o hospede, só tornam possível a hospitalidade, mesmo encenada, a proporcionada em ambientes de luxo e planejamento prévio. Ao estabelecer o contrato, um “empreendedor da hospitalidade”, dotado de conhecimento e preparo, constrói ambientes e prepara colaboradores aptos a proporcionar prazer e lazer livre de obrigações.

Nos dias de hoje, onde as pessoas privilegiam a individualidade e na esfera política e social o estado defende-se da invasão estrangeira, atribui-se aos órgãos governamentais a decisão do acolhimento àqueles que alguma forma perderam seu lugar no mundo, uma prática de hospitalidade baseada em generosidade ou regida por leis. Existem necessidades prementes de recuperação de valores e do papel do outro, de se redesenhar e reconstruir um conceito que atenda todas as dimensões sociais – doméstica e comercial – adequada e de resgate de valores éticos e fraternos e também de lucro.

O fundador do estabelecimento, Donato di Cunto, mesmo com as dificuldades encontradas ao chegar no país, inclusive a barreira da língua, não se intimidou e vislumbrou oportunidades, oportunidades estas que o fizeram incentivar seus filhos a virem explorar o país e fazerem suas vidas e histórias. A implantação do negócio na região da Mooca, reduto italiano até os dias atuais, estabelece um elemento facilitador, pois o que era empecilho passa a ser vantagem, e o empreendimento se desenvolve dentro de sua própria comunidade.

Referências bibliográficas

BROTHERTON, B. e WOOD, R.C. **Hospitalidade e administração da hospitalidade**. In: LASHLEY, C., MORRISON, A. (Org.) *Em busca da Hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole, 2004, cap. 8, p. 191-219.

BUENO, M.S. **Festa dos Santos Reis**: uma forma de hospitalidade. In: DENCKER, A.F.M., BUENO, M.S.B (Org.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, v., p. 113-120.

CAMARGO, L.O.L. **Hospitalidade**. 2ª. Ed. São Paulo: Editora Aleph, 2004.

CARDOSO, J.P.G. Faria Real. **Comércio Étnico**: O aspecto humano para lá da vantagem económica. Dissertação (Mestrado em Antropologia: Imagem e Comunicação) Instituto Universitário de Lisboa, 2010.

X SEMINÁRIO ANPTUR 2013

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

COLLAÇO, Janine H. Leicht. **Sabores e Memórias: Cozinha italiana e construção identitária em São Paulo.** Tese (Doutorado em Antropologia Social), Faculdade de Filosofia, Letras e Educação da Universidade de São Paulo, 2009.

DERRIDA, Jacques. **Cosmopolitas de todos os países**, mais um esforço! Tradução de Fernanda Bernardo. 1ª. Ed. Coimbra: Edições Minerva Coimbra, 2001.

FILLION, L.J. Empreendedorismo: empreendedorismo e proprietários-gerentes de pequenos negócios. Disponível em http://www.dge.ubi.pt/msilva/OE_OGE/Empreendedorimo.pdf. Acessado em 14/05.2013.

GOMES, Paula Cabral. **Menu.** Histórias de restaurantes antigos de São Paulo. 1ª. Ed. São Paulo: Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2009.

GOTMAN, Anne. **O Comércio da Hospitalidade é Possível?** Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VI, n. 2, p. 3-27, jun.- dez. 2009.

HECK. M. E BELLUZZO. R. **Cozinha dos Imigrantes**, memórias & receitas. 1ª. Ed. São Paulo: Companhia Melhoramentos, 1998.

LANDI, Camila de Meirelles. **Da cozinha à gastronomia: a comida italiana nos restaurantes paulistanos.** Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2012.

LEVY, Maria Stella Ferreira. **O papel da migração internacional na evolução da população brasileira (1872-1972).** *Revista de Saúde Pública.* São Paulo, 8 (supl.), p. 49-90, 1974.

MARTES, A.C.B e RODRIGUEZ, C. L. **Afiliação religiosa e empreendedorismo étnico: o caso dos brasileiros nos Estados Unidos.** RAC, v. 8, n. 3, Jul/Set. 2004: 117-140.

_____ **Etnicidade, marketing e empreendedorismo: entrevista com Marilyn Halter.** RAE, out/dez 2006: 109-114.

MARTINS, Paulo Henrique. **Polifonia do dom.** Recife: Editora da UFPE, 2006.

MONTANARI, M. **O mundo na cozinha: história, identidade e trocas.** São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

OLIVEIRA, Mário S. **Gestão de restaurantes: uma prática de hospitalidade.** Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) Universidade Anhembi Morumbi. São Paulo, 2006.

QUADROS, Alexandre Henrique de. **A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço.** *Revista Hospitalidade.* São Paulo, v. VIII, n. 1, p. 43-57, jan.-jun. 2011.

SPANG, Rebecca L. **A invenção do restaurante – Paris e a moderna cultura gastronômica.** Rio de Janeiro: Editora Record, 2003.

SAUDEAU, L. **Cartas a um jovem chef.** São Paulo: Editora Campus, 2004.

TELFER, Elizabeth. **A filosofia da “hospitalidade”.** In: LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alison (orgs.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado.* São Paulo: Manole, 2004.

TRUZZI, Oswaldo Mário Serra. SACOMANO, Mário. **Economia e Empreendedorismo étnico: Balanço histórico da experiência paulista.** São Paulo: Revista de Administração de Empresas, 2007. (http://rae.fgv.br/sites/rae.fgv.br/files/artigos/10.1590_S0034-75902007000200005.pdf). Acessado em 30/04/2013.

X SEMINÁRIO 2013 ANPTUR

X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
9 a 11 de outubro de 2013 – Universidade de Caxias do Sul

Revista Veja São Paulo. **Comer & Beber 2012/2013**, edição especial. São Paulo: Editora Abril, 2012.

ABRASEL www.abrasel.org.br Acessado em 11/05/2013.

<http://www.brasil.gov.br/empreendedor/empreendedorismo-hoje/sobrevivencia-e-mortalidade> Acessado em 10/05/2013.

Revista Veja online, disponível em veja.abril.com.br/especiais/comida/sp. Acessado em 13/05/2013.

Revista Gosto disponível em www.revistagosto.com.br. Acessado em 13/05/2013.

www.baressp.com.br. Acessado em 13/05/2013.

ABRESI disponível em http://www.abresi.com.br/realizacoes_capital_mundial_da_gastronomia.htm. Acessado em 12/05/2013.

www.portaldamooca.com.br. Acessado em 12/05/2013.

www.dicunto.com.br. Acessado em 02/05/2013.

http://www.aprenda450anos.com.br/450anos/vila_metropole/2-3_fisionomia_europeia.as. Acessado em 14/05/2013.

http://www.ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Artigo2/Victor_Dias_Maia_Soares.pdf, acesso em 18/04/13.

<http://pimentanegra.blogspot.com.br/2005/02/o-cosmopolitismo.html>, acesso em 19/04/13.