

COMENSALIDAD

La dádiva de la hospitalidad a través de la gastronomía

Ewerton Reubens Coelho Costa^{*}
Instituto Federal de Educación, Ciencia y
Tecnología de Ceará (IFCE) - Fortaleza – CE, Brasil

Resumen: El presente artículo se refiere a la comensalidad como factor fundamental para que la hospitalidad sea ejercida en su plenitud, comprendiéndola también como una dádiva y no sólo como un contrato comercial ejercido a través de un acto humano con personas que se desplazan desde sus residencias. Para este trabajo se utilizó como metodología la exploración bibliográfica y un estudio de caso con profesores y alumnos para averiguar si en general se conoce la importancia de la comensalidad para la hospitalidad y si se transmite a los alumnos de la carrera superior de hotelería del Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Ceará (IFCE), en Fortaleza, Brasil. Entre los principales resultados se confirma que dicha carrera no aborda la comensalidad como factor fundamental para que la hospitalidad esté completa, hecho que puede comprobarse en la escasez de profesores con una formación básica en las áreas de hotelería y gastronomía.

PALABRAS CLAVE: Comensalidad, hospitalidad, gastronomía.

Abstract: Commensality: the Gift of Hospitality Through Gastronomy. This article is about commensality as key factor in hospitality in its fullness, understanding it as gift too, and not just as a commercial contract that is exercised through a human act with people who are away from their residences. For this case, it was used as a methodology bibliographic references and a case study, with teachers and students being investigated to ascertain the importance of commensality in hospitality, and if it is being taught to the students students in the Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE), Fortaleza-CE-Brasil. Among the main results confirmed why this course does not work as a key factor in commensality for hospitality in its fullness is evidenced by a deficiency of teachers who do not have basic training in the areas of hospitality and gastronomy.

KEY WORDS: Commensality, hospitality, gastronomy.

INTRODUCCIÓN

Cierto día, mientras el autor de este artículo hacía las compras en el supermercado escuchó una conversación entre dos señoras de mediana edad. El diálogo giraba en torno a lo que una de las señoras prepararía para un almuerzo especial con una amiga que llegaba a visitarla desde otro

^{*} Graduado en Gestión del Turismo por el Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Ceará (IFCE), Fortaleza, Brasil; Maestrando en Gestión de Negocios Turísticos por la Universidad Estadual de Ceará (UECE), Fortaleza-CE, Brasil; Especialización en Gestión Pública por la Universidad da Integração Internacional da Lusofonia Afro-Brasileira (UNILAB), Redenção-CE – Brasil; Formador de Gestores de las Políticas Públicas de Turismo por el Ministerio de Turismo y la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis-SC, Brasil. E-mail: ewertonreubens@hotmail.com

estado de Brasil. Al autor le llamó la atención lo que una de ellas dijo: *“hoy en día la gente no sabe recibir visitas como antes”*. La mujer que escuchaba coincidió y dijo que se debía a la *“modernidad, la falta de tiempo y de interés de los jóvenes en la cocina”*. Este hecho inspiró el presente estudio en un momento en el que la hospitalidad se ha tornado un tema de debate esencial para los brasileños que trabajan en formación, gestión y prestación de servicios ligados al turismo y la hotelería considerando los futuros mega eventos (Copa de las Confederaciones, Mundial de Fútbol y Juegos Olímpicos).

El objetivo principal de este artículo es explicitar la importancia de la comensalidad como una de las características fundamentales y de base para la hospitalidad no sólo en la actividad turística (el sector hotelero) sino en la vida social del individuo.

La hipótesis inicial es que la comensalidad es un factor primordial para que la hospitalidad esté completa. Este trabajo abordará conceptos y definiciones de hospitalidad y comensalidad para poder observar la presencia de las mismas y la interacción social creada con ellas. De esta forma, los métodos de investigación elegidos para fundamentar este escrito fueron la revisión bibliográfica y un estudio de caso.

EL MITO DE LA HOSPITALIDAD

Al tratar el tema hospitalidad no se puede huir del enunciado mitológico frecuentemente utilizado en las clases iniciales de las carreras de grado y hasta en las carreras técnicas de turismo y hotelería como premisa inicial para entender y desarrollar la hospitalidad. El mito en cuestión comprende a la hospitalidad como una virtud y la presenta como dádiva (Boff, 2005).

Reza la leyenda que cierta vez Zeus, el Dios del Olimpo, y Hermes, su hijo alado y Dios de la Comunicación, decidieron disfrazarse de pobres para andar entre los mortales sin ser percibidos para descubrir qué hacía la humanidad. Ellos vagaron por muchos lugares, conocieron mucha gente, les pidieron ayuda pero todos se la negaron. Los dioses oyeron palabras ofensivas, no eran mirados a los ojos y eran tratados con desdén. Así, pasaron hambre, sed y otras privaciones. Exhaustos, después de mucho caminar, ya no creían que el ser humano fuera capaz de darles un mínimo de hospitalidad (sólo querían beber agua fresca, comer algo caliente, lavarse los pies y descansar en una cama). Cuando llegaron a Frigia, lugar famoso por sus criminales y delincuentes, encontraron un par de ancianos pobres, Filémon y Báucis, que a pesar de las dificultades eran felices. El matrimonio se ayudaba el uno al otro en todo. Cuando los dioses-mendigos tocaron la puerta fueron recibidos con una gran sonrisa. El dueño de casa los invitó a entrar y la señora les ofreció sillas, luego buscó agua para que tomen y para lavarles los pies. Mientras los dioses descansaban los ancianos juntaron legumbres, tomaron el último pedazo de tocino que tenían y les prepararon una comida, hasta querían matar el último ganso que les quedaba pero los dioses lo impidieron. Los dioses tenían los ojos llenos de lágrimas ante tanta hospitalidad porque los ancianos les dieron todo lo que tenían sin pensar en el futuro. Después de comer los ancianos ofrecieron su cama a los dioses. Luego se

desató una gran tormenta y los ancianos salieron a ayudar a los vecinos, pero la lluvia desapareció y apareció un templo de mármol con un techo de oro resplandeciente. Zeus y Hermes mostraron su verdadera apariencia y el matrimonio quedó espantado pero lleno de alegría. Inmediatamente se pusieron de rodillas en señal de adoración y los dioses les permitieron que hicieran un pedido para cada uno de ellos. Como siempre, los dos pidieron juntos. Querían servirlos por el tiempo que les quedaba y morir juntos pues así no deberían cuidar el uno del otro. *“Después de años sirviendo en el templo, Filémon y Báucis fueron transformados en roble y tilo con sus copas abrazadas en lo alto, unidos para siempre”* (Boff, 2005: 85).

Hoy en día se sabe a través de los relatos de viajes de Turquía, región donde ocurrió el mito, que aún se encuentran los árboles entrelazados; y los habitantes más viejos de esa región continúan enseñando a los más jóvenes que quien hospeda a un peregrino hospeda a Dios.

Du Boulay (1991: 45) define la hospitalidad como una dádiva que se da cuando no se espera nada a cambio y destaca el poder de la historia de la hospitalidad a través de la importante contribución folclórica de la mitología (Du Boulay, 1991: 49).

Eliade (1994) considera que los mitos son comprendidos como narrativas antiguas que procuran revelar el sentido de las cosas y que para eso poseen tres funciones básicas: contar (aquello que tiene gran significado para la vida y afecta directamente a los hombres); explicar (aquello que es significativo y que tiene respuestas para las preguntas del ser humano); y revelar (los misterios del universo y las dimensiones del ser humano).

Así se puede concluir que el mito de la hospitalidad cuenta la historia del surgimiento de esta actividad donde se observa la interacción social y la comensalidad (Boff, 2005). En este mito en particular se pueden percibir: las necesidades y la precariedad de los viajeros; la existencia de sensibilidad para resolver o amenizar aquellas situaciones; el uso de la compasión cuando el anfitrión se olvida de cuidar de sí mismo y cuida del otro; la calurosa y animada recepción invitando a hospedarse, encender el fuego, ofrecer agua para higienizarse y ofrecer la propia cama; y la comensalidad al servir abundante comida y bebida a los visitantes.

En esta coyuntura inicial creyendo en la hospitalidad como una dádiva este estudio se refiere a la importancia de la comensalidad para que la hospitalidad sea ejercida plenamente.

LA HOSPITALIDAD

Lo que generalmente aparece cuando el sentido común piensa en la hospitalidad es una vaga percepción de qué es y por qué es entendida de formas tan diferentes, tanto en su definición como en su origen.

La palabra hospitalidad deriva del latín hospitalitate y de la palabra latina hospitalitas-ati. La hospitalidad se define como el acto de recibir y hospedar; la calidad del anfitrión; la buena recepción; el tratamiento afable, cortés y amable; y la gentileza (Plentz, 2007: 58).

Campos (2005: 19) agrega que la palabra hospitalidad proviene del latín “*hospitalis Jupiter*” (dios del viajero). El término se incorpora al vocabulario de algunos idiomas para indicar servicios del área de hospedaje y alimentación. Esto sucedía en un ambiente que Belchior & Poyares (1987 citado por Campos, 2005) llaman *hospitium*, término latino para denominar al lugar en el cual las personas se instalaban temporalmente para conseguir alimento y descanso durante sus viajes. Ese *Hospitium* (hospitalidad) para Cândido & Vieira (2003: 27) significa la hospitalidad dada o recibida. Pero se sabe que existe otro término en latín (*hospitalitas*) que posee el mismo significado de dar o recibir un buen acogimiento.

En el estudio de la hospitalidad se puede encontrar una distinción para definir el término. No obstante este trabajo busca basarse en dos de los estudiosos más relevantes sobre el tema, Camargo (2004) y Boff (2005).

Camargo (2004) apoya la existencia de dos escuelas para el estudio de la hospitalidad: una americana y otra francesa. La primera presenta la hospitalidad como una versión comercial fundamentada en un contrato y un intercambio, distanciándose de la antigua hospitalidad. Mientras que la escuela francesa considera a la hospitalidad como dar-recibir-retribuir sin enfocarse en lo comercial, apoyándose en la hospitalidad doméstica y pública. La premisa fundamental es que la hospitalidad no debe imponer condiciones, el sujeto es feliz cuando puede ser hospitalario con el otro.

Boff (2005: 198) cree que la hospitalidad es una virtud, una disposición del alma abierta e irrestricta. Se compara con el amor incondicional que no rechaza y no discrimina a nadie. Es simultáneamente una utopía y una práctica.

Así como Mauss (1974), Camargo (2004) y Boff (2005) este trabajo sigue la escuela francesa que considera a la hospitalidad como dádiva, sin preconceptos, ofrecida para sentirse bien. Se está de acuerdo con el proceso de hospitalidad comprendido en tres momentos: dar, recibir y retribuir creyendo que el contacto humano no se establece como un contrato comercial. Se entiende la hospitalidad como un ritual básico del vínculo humano que ocurre en un determinado espacio con la interacción de dos actores. En principio un actor se convierte en anfitrión para recibir al huésped y luego se invierten los papeles. Es como si existieran leyes no escritas para reglamentar este ritual de socialización y que la violación de esas leyes colocara al actor de esa violación como hostil, sin hospitalidad.

La hospitalidad es un proceso de comunicación interpersonal que implica contenidos no verbales o verbales que constituyen fórmulas rituales que varían de grupo social a grupo social, pero que al final son leídas sólo como deseo/rechazo del vínculo humano. (Camargo, 2004: 31)

Si existe algún factor que permite entender esas leyes ocultas de la hospitalidad son los mitos. Son justamente los mitos los que establecen una posibilidad lógica de comprender la hospitalidad. A través del mito se conocen las nociones primordiales de la hospitalidad como la posición del anfitrión y el huésped y lo que ellas implican. Se sabe que las creencias religiosas son las mayores proveedoras de mitos sobre la hospitalidad y a través de ellas se entiende la hospitalidad como dádiva que implica un cierto "sacrificio" en función del huésped; y que deja implícito un interés que puede ser religioso, noble o filantrópico (Camargo, 2004). Así, se percibe que la hostilidad comienza en el momento en que no se acepta la dádiva de ser hospitalario con el otro.

La hospitalidad supone el recibimiento, es una de las leyes superiores de la humanidad, es una ley universal. Recibir es permitir ciertas condiciones, la inclusión del otro en el propio espacio. La hospitalidad, como dice Jacques Godbout (1997), es un don del espacio; espacio a ser leído, habitado, atravesado o contemplado (Grinover, 2006: 32).

El mundo cambió y las personas crean motivos diversos para explicar la falta de hospitalidad. Algunos culpan a la globalización y otros a la falta de educación en familia. Esto ha abolido el sentido de dádiva de la hospitalidad generando el comercio de la misma al intercambiar servicios por dinero. La religión que antes dominaba el sentido de la hospitalidad sale de escena e ingresa la economía (Lashley & Morrison, 2004) y el lucro con el sector hotelero, repleto de normas reales para alcanzar la calidad y buena atención intentando satisfacer las necesidades del huésped. Aunque a veces esto no se logra porque los huéspedes no están estandarizados.

Si bien la hospitalidad fue un deber sagrado, moral y social de algunas sociedades antiguas, hoy en día tiene sentidos nuevos. Se puede hablar de una virtud de la burguesía para caracterizar el bienestar; se pueden mostrar sus características comerciales, su potencial económico; se puede decir que la hospitalidad continúa moviendo instancias sociales, políticas y económicas, pero no se puede decir que siga siendo vista sólo como una virtud teológica.

El sentido y el valor que ella tiene ahora piden una reflexión amplia para comprender sus nuevas fases y también el proceso por medio del cual desemboca en diversas instancias que, por su parte y en consecuencia, son estimuladas a absorber una nueva ética, una nueva política, recuperando la atracción del recibimiento, del bienestar [...] ¿Cuáles serían los motivos de su persistencia? [...] ¿Serían las mismas razones por las cuales se retomaron las reflexiones sobre la amistad (Derrida, Ortega, Arendt, Foucault) y el concepto de Mauss sobre el don (Godelier, Caillé)? (Bueno & Dencker, 2003: 1-2)

Este pensamiento es corroborado por Camargo (2003) y es el motivo que lo llevó a desarrollar dos ejes de espacio y tiempo para la comprensión y el estudio de la hospitalidad moderna: lo social y lo cultural. En lo social se distinguen cuatro categorías: doméstica (en los hogares), pública (en la ciudad), profesional o comercial (por medio de pagos) y virtual (a través de internet). En tanto que en el aspecto cultural la hospitalidad involucra: recibir, hospedar, alimentar y entretener.

El cruce de los ejes propuestos por Camargo (2003) hace surgir 16 campos teóricos para el estudio de la hospitalidad que se aplican a recibir, hospedar, alimentar y entretener en los ambientes doméstico, público, comercial y virtual. De esta forma se comprende que:

- El recibimiento doméstico se configura en los pequeños gestos de lo cotidiano y la continua asistencia a las personas que llegan y parten en el ámbito doméstico. El hospedaje doméstico ofrece abrigo y seguridad al huésped. La alimentación doméstica es el momento de recibir en casa para una comida. El entretenimiento doméstico son los rituales domésticos como casamientos, bautismos y cumpleaños.
- El recibimiento público es la hospitalidad expresada en el derecho de ir y venir en las ciudades. En el hospedaje público el visitante que llega a un lugar tiene el abrigo de la ciudad antes que cualquier otro. La alimentación pública es la cocina consolidada localmente como terminales mayoristas de alimentos, ferias, etc. El entretenimiento público son los equipamientos urbanos de ocio y eventos como parques y áreas al aire libre, centros culturales y deportivos, museos, etc.
- El recibimiento comercial es recibir a las personas a cambio de dinero, no necesariamente por placer sino respondiendo a las leyes de satisfacción del huésped. En el hospedaje comercial al huésped se le proporciona abrigo y seguridad porque él paga por el servicio. La alimentación comercial es proveída en ámbitos profesionales como restaurantes. El entretenimiento comercial también es pago, como el ocio nocturno.
- El recibimiento virtual es el envío y recepción de mensajes por medios electrónicos. El hospedaje virtual se realiza a través del sitio web de los anfitriones. La alimentación virtual es la gastronomía electrónica. El entretenimiento virtual son los juegos recreativos.

Camargo (2004: 52) dice que la hospitalidad puede ser definida como el acto humano ejercido en un contexto doméstico, público y profesional, de recepcionar, hospedar, alimentar y entretener personas temporalmente desplazadas de su hábitat natural. Esto lleva a una visión más amplia de la hospitalidad, que va más allá de los servicios de hotelería y restauración. Por lo tanto es necesario realizar estudios más profundos para comprender mejor a la hospitalidad.

La hospitalidad ganó más importancia cuando se convirtió en una disciplina académica, que Lashley & Morrison (2004: 2) presentan como relativamente nueva, aunque indican que el término venía siendo usado para referirse a las actividades de “hotelería y al catering”. Esto coincide con Telfer (2004: 54) quien define a la hospitalidad como una oferta de alimentos y bebidas, y ocasionalmente hospedaje, para personas que no son miembros regulares de la casa. Campos (2005) y Chon & Sparrowe (2003) también legitiman esta idea donde el término hospitalidad sirve para identificar los servicios de hospedaje y alimentación. Se presenta como sinónimo de *hospitality industry* (industria de la hospitalidad) y sus elementos son el hospedaje, los alimentos y bebidas, los eventos, los viajes y el turismo.

La hospitalidad a través de los tiempos y de la historia siempre significó la búsqueda de seguridad, alimento y confort. Y también a través de los tiempos el hombre siempre supo cómo obtener beneficios y rendimiento de esa actividad. (Campos, 2005: 24)

La industria de la hospitalidad comprende una gran variedad de negocios, todos dedicados a prestar servicios a personas que están lejos de sus casas. Hoy, como en el pasado, los principales componentes de la industria son aquellos que satisfacen la necesidad de abrigo y hospedaje y aquellos que proveen alimentos y bebidas a sus clientes. (Chon & Sparrowe, 2003: 3)

En estos autores se percibe la corriente americana sobre hospitalidad donde todo es planeado para ser consumido por los clientes que pagan. Esto deja ver que esa ‘industria de la hospitalidad’ ha crecido a todo vapor por el mundo a partir de la hotelería moderna. Y ha desarrollado maneras de interactuar de forma global a través de las cadenas hoteleras directamente ligadas a la actividad turística.

Es perceptible el tratamiento de cuño comercial de la hospitalidad en la hotelería moderna (Casteli, 2005). Esto ha generado grandes dificultades para comprender qué es la hospitalidad. Es tarea de los profesionales de la hotelería comprender el sentido amplio de su actividad para dirigir acciones que mejoren la hospitalidad.

LA HOSPITALIDAD EN LA HOTELERÍA

La unión de la hospitalidad con la hotelería es antigua. Lane & Dupré (1997) y Campos (2005) afirman que desde el año 2076 al año 405 A.C. en Babilonia ya existían los servicios de hotelería u hospitalidad y allí surgieron las primeras leyes que reglamentaban las actividades de los lugares que hospedaban personas. Los documentos de la era pre-cristiana en Babilonia, como el Código de Hamurabi y la comedia griega “Los Sapos”, ya hablan de hosterías y anfitriones. En la Grecia Antigua la hospitalidad y otros servicios ligados a lo que hoy se entiende por turismo y hotelería ya estaban presentes en la vida cotidiana.

De hecho se sabe que fue en Grecia donde surgió el primer establecimiento para recibir a los atletas y personajes ilustres durante los juegos olímpicos, el *Leonideum* (o *Leonidaion*), que es considerado el primer hospedaje del mundo. El mismo está situado dentro del complejo de *Altis* Sagrado, al pie del Monte Cronos en la ciudad de Olimpia. El *Leonideum* también servía para albergar personas que viajaban a participar de las ceremonias religiosas en el templo más famoso para los griegos que se localizaba en el mismo complejo, el Templo de Zeus.

El registro de información y documentos sobre la hospitalidad no es exclusivo de Grecia y Babilonia. Campos (2005) presenta otras fuentes documentales como la Biblia Sagrada, donde se puede observar una alusión directa a la hospitalidad y la comensalidad. En la Biblia un ejemplo clásico y tal vez el más antiguo caso de *overbooking* conocido en la historia de la humanidad es que debido a la superocupación de la ciudad de Belén José y María tuvieron que pasar la noche en un establo, donde nació Jesús (Mateo 1 y Lucas 2). En cuanto a la comensalidad en la Biblia se pueden citar las bodas de Caná (Juan 2:1-11), con la famosa transformación del agua en vino; y la Última Cena, que dio inicio al desenlace de la vida terrenal de Cristo (Mateo 26: 17-30, Marcos 14:1-26 y Corintios 11:20-29.).

Las visitas religiosas dieron origen a los peregrinos (viajeros motivados por la religión). Cândido & Vieira (2003) sugieren que con la oficialización del Cristianismo se intensificaron estos viajes y creció el número de lugares para albergar a las comitivas y a los animales. Así surgieron las posadas. Un hecho curioso es que en ese período este tipo de posadas ofrecía agua, pastos y alimentos para los caballos y refugio para los caballeros. Cuando los viajeros eran autoridades eclesiásticas o comerciantes dejaban a los animales en la posada y se hospedaban en casas particulares donde usufructuaban los escasos servicios para dormir y comer.

Cândido & Vieira (2003) dicen que los animales de carga llevaban la comida que esas personas iban a consumir durante todo el viaje y si quien se trasladaba era una persona ilustre era necesario llevar criados y cocineros para preparar la comida acorde a las circunstancias. En este período se puede observar el surgimiento de la Orden de los Caballeros Hospitalarios, responsable de planear y organizar el hospedaje en los castillos de los señores feudales que dio nacimiento a la hotelería de la época.

Durante la Edad Media se destaca que la profesión del posadero o tabernero no era de gran importancia. Se trataba de un negocio considerado inferior porque el acto de hospedar y alimentar viajeros en aquella época estaba ligado a la cultura del trueque para satisfacer las necesidades de subsistencia de la población (Lane & Dupré, 1997). Los que tenían posesiones se hospedaban en los ricos monasterios y los pobres en su entorno, y cuando comían los ricos tenían derecho a platos abundantes y frescos y los pobres y enfermos recibían los restos.

Alrededor de 1420 surgió en Francia una ley que exigía el empadronamiento de los alojamientos y en Inglaterra se puede verificar el registro de un decreto real que ofrecía un sello especial para las posadas que ofrecían buenos servicios. Éstos eran fiscalizados por el gobierno y prohibía la discriminación entre los huéspedes, es decir que ninguno podía ser rechazado excepto por razones mayores (Campos, 2005).

En este contexto el sentido de la hospitalidad pasó a ser comprendido por los posaderos que desarrollaron servicios para atender mejor a su demanda. Entre los primeros servicios mejorados está la alimentación que será observada a continuación.

LA COMENSALIDAD

La historia de la alimentación se confunde con la propia historia del hombre. Y la comensalidad está presente en la historia desde hace más de 300 mil años cuando el *Homo Sapiens Sapiens* comenzó a compartir los alimentos y hace surgir la primer gran revolución social de la humanidad, la revolución alimentaria originada con el descubrimiento del fuego. Éste le proporcionó al hombre la transformación de los alimentos de su condición biológica hacia la social (Levi-Strauss, 2004; Costa, 2012). Esto le dio a la cocina un sentido más amplio.

No fue sólo el uso del fuego y la invención de la cocina y sus técnicas lo que llevó al hombre a modificar la condición biológica de los alimentos sino la comensalidad que proveyó la función social de la alimentación. La importancia de esa función puede observarse a lo largo del desarrollo de la humanidad y sirvió como un factor crucial para fortalecer las interacciones sociales y la comunicación. Dichas interacciones son perceptibles desde las primeras civilizaciones donde se observa la presencia de una ritualización de la comida, sobre todo en el ámbito religioso. Esto explicaría muchos de los tabúes alimentarios conocidos aún hoy (Douglas, 1973). Esa ritualización de los alimentos dio origen al proceso del desenvolvimiento del hombre en la mesa sugiriendo reglas de buen comportamiento durante la comida y creando utensilios para ayudar a preparar y manipular los alimentos.

Si bien Grignon (2001: 24) advierte que consumir alimentos y bebidas en grupo puede activar la solidaridad del ser humano, esto ocurre porque primero la comensalidad permite rediseñar los límites de un grupo. En éste existen las jerarquías internas que pueden ser redefinidas. De esta forma, en un estudio serio se consigue distinguir comensalidad de convivencia en la mesa y esta última sería una consecuencia de la anterior. Mars (1997) deja claro que la comensalidad, el acto de comer juntos, es considerada una manifestación simbólica de solidaridad social y de comunidad.

Para Carneiro (2003) y Poulain (2004) el término comensalidad deriva del latín "*mensa*" (convivir en la mesa) y abarca no sólo lo que se come, sino cómo se come. Éste se convirtió en vector de estructuración de la organización social de los alimentos en la vida cotidiana, mostrando que la familia

fue la primera 'sociedad' que se estableció alrededor de los alimentos compartidos. Saber qué, dónde, cómo, cuándo y con quién comen las personas es conocer el carácter de su sociedad (Crossan, 1995: 82).

Entre las principales características de la comensalidad se puede observar la cooperación y la solidaridad, donde los hombres se ayudan unos a otros e interactúan y construyen relaciones. Esto fue sólo el primer paso, aunque decisivo porque inauguró la característica básica de la especie humana, diferente de otras especies (Boff, 2006a: 16).

Boff (2005: 100) destaca que para que la comensalidad sea completa y verdadera es necesario que las comidas estén ligadas a las siguientes virtudes humanas: hospitalidad, recibimiento y convivencia. El autor considera que la más bella virtud del hombre es la hospitalidad, justificando su idea en *Publio Ovidio* (43 A.C. - 37 D.C.) quien narra una de las aventuras del Zeus mitológico, alegoría que cuenta el mito de la hospitalidad mostrándola como camino para compartir experiencias, comida, bebidas, casa o la vida misma. (Boff, 2005: 93-94)

A partir del análisis de esta aventura mitológica y observando el pensamiento de Boff (2005; 2006a; 2006b) se puede sugerir que la hospitalidad presenta las siguientes características fundamentales: convivencia, recibimiento, respeto, tolerancia y generalmente culmina con la comensalidad. La hospitalidad abre la puerta y recibe. La convivencia permite sentarse juntos, coexistir e intercambiar. Una es tan importante como la otra pues se prolongan y se complementan (Boff, 2006a: 9).

Godelier (1999) deja claro que los regalos y la hospitalidad diaria ofrecida a los amigos y vecinos son una representación de la solidaridad, que se transformaría en una reciprocidad equilibrada, condición necesaria para reproducir este comportamiento en la vida social.

La comensalidad es intrínseca al acto de recibir y convivir e inicialmente es percibida en el ámbito familiar. A partir del momento en que se es elegido y llamado para compartir la mesa se forma parte del grupo, de esa familia. Esto se puede observar a través de la forma en que los primeros cristianos se organizaban para celebrar la comensalidad eucarística (Boff, 2006a: 42-47).

En cuanto a la etimología de la palabra familia Mauss (2001) dice que proviene del sánscrito *dhaman*, que significa casa. Este término remite al *lar* (derivado del latín *lare*), que significa la parte de la cocina donde se enciende el fuego. Esto se interpreta como el lugar social de la casa donde se preparan los alimentos. La comensalidad trata de la práctica de compartir la comida. Hábito muy antiguo tanto entre los hombres como entre los animales, y se diferencian uno del otro por el sentido que los humanos atribuyen al compartir. Las reglas de jerarquía social y de identidad pueden ser organizadas por la comensalidad y sirve para mantener una red de relaciones e imponer límites y fronteras sociales, políticas y religiosas.

A lo largo de las épocas y regiones las diferentes culturas humanas siempre encararon la alimentación como un acto revestido de contenidos simbólicos, cuyo sentido buscamos actualmente identificar y clasificar como “políticos” o “religiosos”. El significado de esos contenidos no es interpretado por las culturas que lo practican, pero sí cumplido como un precepto incuestionable para el cual no se necesitan explicaciones. (Carneiro, 2005: 71-72)

La comensalidad (o sea el comer y beber juntos) lleva implícita una profunda simbología. Los significados de esta acción no sólo alimentan el cuerpo sino también el alma. Para Boff (2005) el proceso de hospitalidad, de convivencia, de respeto y tolerancia no termina sin la presencia de la comensalidad. Esto remite a una mesa donde todos están acomodados en un lugar común no sólo para comer y beber sino para celebrar y comulgar las interacciones sociales. Alrededor de la mesa los familiares, amigos y huéspedes se sienten parte de la familia y lo que se sirve (alimento o bebida) se convierte en un símbolo de unión y de comunión.

Lo que se puede observar actualmente es que la cultura contemporánea modificó este sentido de la comensalidad en función de las jornadas de trabajo y de la productividad. Esto generó nuevas formas de consumo de alimentos como las redes de *fast food*, donde la falta de tiempo es el requisito inicial para obtener lucro. Luego la convivencia que se generaba entre los comensales migró a otros tipos de mesa: de juegos, de debate o de negociaciones.

Boff (2006b) alerta sobre la migración de las mesas observando que la comensalidad hace humano al hombre y estaría ligada a la esencia del ser humano. Pues “consumir comensalmente es comulgar con quienes comen conmigo. Es entrar en comunión con las energías escondidas en los alimentos, con su sabor, su olor, su belleza y su densidad” (Boff, 2006b: 18). Como dice Castelli (2005: 42) los banquetes son “momentos de sociabilidad y de ejercicio de la hospitalidad con la que se realizaban diversas manifestaciones culturales características de un pueblo o una civilización”.

Así, el estudio de la hospitalidad hace necesario observar las conductas alimentarias y las posturas de los comensales en la mesa analizando las diferentes sociedades con sus interacciones pobladas de distintas creencias y valores. Eso permite comprender cómo el compartir la mesa fomenta la virtud de la hospitalidad.

Ese poder de comunión que implica la alimentación puede ser observado como un proceso de ritualización de la sociedad que da espacio a las diferencias y a la comunicación. Como indica Maffesoli (2002) las creencias, la religiosidad y lo cotidiano siempre presentan disputas gastronómicas. Aunque algunos investigadores (Maffesoli, 2002; Boff, 2005; 2006a; 2006b) dicen que del mismo modo que la mesa puede unir y generar afecto y estrechar lazos, también puede ser el lugar donde surjan las más temibles discordias e intrigas homéricas.

COMENSALIDAD VERSUS HOTELERÍA

En los estudios actuales de la actividad turística, sobre todo de hotelería, la hospitalidad es un tema frecuente principalmente cuando se trata de mejorar los servicios ofrecidos. Los estudios sobre la demanda se enfocan en satisfacer los gustos y afinidades del cliente.

En la actividad turística los servicios de restauración y alimentos y bebidas están presentes no sólo en la hotelería, pero es a partir de los servicios de alimentación prestados por los hoteleros que se tiene el primer termómetro para evaluar la importancia y alcance de la comensalidad. Lo que se observa es que el servicio de alimentación en hotelería, como en los restaurantes y el *room service*, han pasando por significativos cambios estructurales y de comportamiento. Esto generó el desarrollo de un nuevo modelo de gestión de servicio y calidad del producto que es ofrecido a los clientes para atender las expectativas y la satisfacción del huésped de acuerdo con la premisa inicial de la hospitalidad (Paula, 2004).

Este hecho atenta contra la importancia de que la hotelería mantenga sus huéspedes de la mejor forma posible evitando gastos para captar nuevos clientes. De este modo los servicios de alimentación terminan resultando fundamentales para conquistar ese público. Con los servicios de alimentación el hotel podrá intencionalmente corresponder la necesidad básica de comida del huésped y superar sus expectativas.

Se apela al sentido común para ejemplificar una hipótesis que justifique el comentario anterior: si un huésped no tiene sus necesidades básicas de alimentación atendidas (observando sus gustos personales y en hotelería se puede tomar como base el desayuno), si los empleados no fueron cordiales y hospitalarios y si el servicio y el ambiente no fueron agradables. Independientemente de cuántos sectores posea el hotel y el esfuerzo que ellos hayan hecho para agradar al cliente, la calidad del servicio y la imagen del hotel se ven afectadas.

Para Paula (2004: 160) *“hospitalidad y servicios de alimentación son dos términos que encierran el mismo significado: ambos representan el acto de elegir y prestar servicios a alguien que esté fuera de su hogar”*. Para esto es necesario el uso de la hospitalidad en todos sus ámbitos, sobre todo en la comensalidad para que el huésped sienta que la misma está completa. A grandes rasgos la hospitalidad puede ser entendida como un intercambio comercial de servicios de alojamiento y alimentación. Campos (2005) trata a la hospitalidad referida a la hotelería como un negocio donde los clientes pagan por esa hospitalidad. Camargo (2003; 2004) propone que la hospitalidad abarca más que la hotelería y la restauración en el ámbito comercial. Nace de la hospitalidad humana ejercida en un contexto doméstico, público y profesional, al recibir, hospedar, alimentar y entretener personas temporalmente desplazadas de sus casas. Para Cruz (2002) la hospitalidad es un fenómeno amplio que no se restringe simplemente a alojar y alimentar al huésped, sino que se caracteriza por la acción

de recibir con intensidad a través del desarrollo de estructuras, servicios y comportamientos para proporcionar bienestar a los huéspedes.

Como se puede observar en Cândido & Vieira (2003), desde el surgimiento de los primeros hospedajes en la antigüedad, el concepto de la hospitalidad en el mundo se fue modificando con el correr de los tiempos (dejó de ser una dádiva y pasó a ser fuente de lucro y enriquecimiento). Esto refleja el olvido de la comensalidad como factor de relevancia para comprender en forma completa a la hospitalidad.

En lo que respecta a la comensalidad en la hotelería brasileña algunos estudiosos como Cândido & Vieira (2003), Dória (2008) y Atala & Dória (2008) muestran que no fue un negocio desde la época colonial hasta 1970, excepto para algunos hoteleros de Rio de Janeiro a fines del siglo XIX cuando al servicio de alojamiento le agregaron el de alimentación (con influencia de la cocina francesa). En este período se nota la presencia del “movimiento de la cocina internacional” invadiendo la hotelería brasileña para atraer clientes. Esta estrategia movilizó la actividad turística en todo el mundo que percibió la oportunidad e invirtió en el desarrollo del turismo gastronómico, que también puede ser segmentado y estar presente en los restaurantes de los hoteles.

Asociar el deleite gastronómico con la posibilidad de conocer otros lugares y culturas resultó en una fórmula tan bien hecha que dio origen a un nuevo segmento de mercado turístico gastronómico: el turismo gourmand o turismo de alta gastronomía (Costa, 2012: 328)

Reconocer una estrategia para atraer huéspedes y generar lucro elevó la competitividad en la hotelería brasileña. Esto hace que los espacios de alimentación contemporáneos se conviertan en espacios para el acogimiento y la sociabilidad. Se observa cierta negligencia respecto de la importancia de la comensalidad en la hotelería. Por este motivo se investigó y se comprobó esa negligencia en una carrera superior de hotelería, donde se espera que el profesional tenga una formación completa para trabajar con excelencia en todos los ámbitos de la hospitalidad.

ESTUDIO DE CASO: PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS Y RESULTADOS

Partiendo de la idea de que la hospitalidad y los servicios de alimentación son dos términos con el mismo significado, recibir y servir a quien está fuera de su casa (Paula, 2004: 160), se realizó un estudio para averiguar el tratamiento dado a la comensalidad durante la formación de alumnos de una institución de enseñanza superior que ofrece la carrera de hotelería. Así este análisis fue realizado a partir de la Carrera Superior de Tecnología en Hotelería del Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de Ceará (IFCE), Campus Fortaleza.

Para Yin (2005) y Goldenberg (2003) la elección del estudio de caso como procedimiento metodológico es la mejor opción para compilar datos en ámbitos naturales. Sirve para analizar el

conocimiento que las personas tienen de los fenómenos individuales, organizacionales, sociales, políticos, de grupo, etc. Asimismo permite *“una investigación para preservar las características holísticas y significativas de los acontecimientos de la vida real”* (Yin, 2005: 20). Se entiende que el estudio de caso retrata una realidad que puede mostrar su multiplicidad de acuerdo con las condiciones del objeto en estudio.

Para trabajar en las etapas del estudio de caso se siguieron las recomendaciones de Martins & Lintz (2000): etapa exploratoria, delimitación del estudio y análisis sistemático y redacción del informe. Así, se creó un cuestionario compuesto por 12 ítems para aplicar a los docentes y estudiantes cuyos resultados se presentan a continuación.

El IFCE es una institución pública que ofrece la mayor cantidad de carreras volcadas a la actividad turística en el nordeste brasileño, *“representando en 2011 el 61,5% de las carreras en oferta (ocho de trece) en la región”* (Mota, 2011:197). Actualmente posee 102 años de historia, cuenta con 23 campus y es una institución de referencia en el Estado de Ceará.

Este estudio fue realizado en el mes de noviembre de 2012 en la sede del Campus del IFCE ubicada en Fortaleza; donde se encuentra el departamento de Artes, Turismo y Ocio responsable de las carreras superiores de Artes Visuales, Artes Escénicas, Bachillerato en Turismo, Tecnología en Gestión del Turismo, Tecnología en Gestión Deportiva y de Ocio y Tecnología en Hotelería (objeto de este análisis).

La oferta de carreras en el área de turismo y hospitalidad del IFCE surgió en la década de 1970, colocando a Ceará como un estado pionero de la misma. La deliberación n.109 del 8 de diciembre de 1972 del Consejo de Representantes de la Escuela Técnica de Ceará dio origen a la primer carrera técnica de turismo de la entonces Escuela Técnica Federal de Ceará (ETFCE), buscando atender la demanda de profesionales del área debido al potencial turístico cearense (Vasconcelos, 1995).

Las características técnico-industriales de la ETFCE formaban profesionales para trabajar en el área de la administración y organización turística del estado. La carrera tenía una carga horaria inicial de 2.640 horas aula en tres series con dos semestres cada una, siendo la primera serie básica y común a todas las carreras. La misma atravesó algunas adaptaciones entre 1990 y 2002, cuando pasó a ser ofrecida como nivel superior. En 2011 el IFCE contaba con una experiencia de 40 años enseñando en el área de turismo.

El alumno se certifica en hotelería por el IFCE después de pasar por los siguientes módulos: I módulo introductorio, II módulo de atención en servicios de hospitalidad, III módulo de comercialización de servicios hoteleros y IV módulo de gestión de procesos operativos de empresas hoteleras. Su objetivo es formar profesionales que asuman funciones administrativas, tácticas y operacionales en las áreas de hospedaje, bar y comercial de los alojamientos. El primer modelo

curricular de la carrera de hotelería contaba con 2.400 horas aula en cinco semestres. Se abrió en 2003 con el nombre de Tecnología del Hospedaje y fue creada para satisfacer las necesidades de dos grandes ejes de la hotelería: el hospedaje y los servicios de alimentos y bebidas (A&B).

La actual carrera superior de Tecnología en Hotelería posee una carga horaria de 2.620 horas aula con 51 materias distribuidas en seis semestres. Entre las materias volcadas al área gastronómica se pueden mencionar Iniciación al estudio de Alimentos y Bebidas; Higiene alimentaria y nociones de nutrición; Bases de la producción culinaria; Servicios de coctelería y vinos; Sistemas y técnicas de bar; y Gestión de alimentos y bebidas. En ellas se enfatiza la comensalidad.

El IFCE ofrece 8 carreras de tecnología en turismo y áreas afines en Ceará, el 61,5% del total ofrecido en el nordeste en diversos campus, e inclusive la carrera de hotelería en la modalidad a distancia semipresencial. (Mota, 2011: 241).

Observando los parámetros iniciales de la carrera de hotelería del IFCE, se analizó cómo los profesores y alumnos están lidiando con la importancia de la comensalidad. El cuestionario estuvo compuesto por 12 preguntas sobre los siguientes ejes: 1) el perfil del entrevistado (nombre, edad, área de formación/educación); 2) la visión de los entrevistados como huéspedes (servicios de hospedaje que frecuentan; tipo de servicio de alimentos y bebidas que utilizan durante el hospedaje); 3) comprensión de qué es la comensalidad y de su importancia para la hotelería; 4) verificación de la existencia de contenido sobre comensalidad en la carrera de hotelería del IFCE.

La investigación con el cuerpo docente fue realizada del 22 de noviembre al 2 de diciembre de 2012 e intentó observar la opinión de los profesores del IFCE sobre la comprensión básica de la comensalidad en la enseñanza de la hotelería. Durante la investigación la institución estaba saliendo de una huelga de casi dos meses y buena parte de los profesores estaban alejados, por lo tanto se los entrevistó por e-mail. Se envió el cuestionario a la gerente del departamento solicitando que se los hiciera llegar a todos los profesores y participaron sólo 7 de ellos (23,33% de los profesores del área de turismo y hospitalidad). Los docentes no tuvieron dificultades para responder el cuestionario, pero algunos alegaron no tener el conocimiento suficiente para tratar el tema (comensalidad). Se destaca que dichos profesores tienen una formación académica en áreas diferentes a la del turismo y la hotelería.

El 86% de los docentes entrevistados era de sexo femenino. La franja etaria varió de 30 a 58 años. El 70% dijo dictar más de una materia en las carreras de turismo y hotelería. El cuadro de profesores de la carrera de hotelería cuenta en promedio con 30 profesionales (entre efectivos y temporarios) y sólo el 13,34% está graduado en el área de turismo y hotelería. Estos 30 profesores atienden todas las carreras del área (Bachillerato en Turismo, Tecnología en Gestión de Turismo, Tecnología en Gestión Deportiva y de Ocio y Tecnología en Hotelería). Cuando se les preguntó a los docentes sobre su formación mencionaron: economía doméstica; metodología de la investigación

social; licenciatura en química; licenciatura en biología; licenciatura en física; geografía; planificación regional; estudios sociales; pedagogía, etc.

El 100% de los docentes afirmó que cuando viaja se hospeda en hoteles. El 90% se hospeda una vez al año y el 10% una vez cada semestre. Respecto del tipo de hotel que más frecuentan el 14,29% opta por hoteles de la categoría negocios/lujo; el 28,6% negocio/económico; el 28,6% posadas y el 28,6% otros. Al preguntarles sobre las comidas que consumen en el hotel el 100% toma el desayuno; el 14,29% opta por la cena y el 14,29% por el almuerzo. Se indagó sobre qué es lo que haría que una comida fuera hospitalaria (se daban las siguientes elecciones: precio justo, ambiente agradable, ambiente limpio, presentación de los alimentos, calidad de los productos ofrecidos, presentación de los empleados, agilidad, cordialidad y organización del servicio). Los más elegidos fueron el precio justo (71,42%), la calidad de los productos ofrecidos (42,85%), la cordialidad (42,85%), el ambiente limpio (42,85%), la organización del servicio (28,6%) y la agilidad (28,6%).

Cuando se les preguntó a los docentes si sabían de qué se trata la comensalidad el 85,71% respondió que sí, pero no dieron explicaciones claras. Mientras que el resto (14,29%) dijo que no sabía. Para averiguar más sobre este tema se preguntó si para ellos la comensalidad era un factor importante para que el hotel sea considerado como hospitalario. El 85,71% respondió que sí y el 14,29% prefirió no responder.

Las preguntas finales se referían directamente a la comensalidad en la carrera de hotelería. Se indagó si para ellos la carrera de hotelería del IFCE muestra la comensalidad como uno de los factores fundamentales para que la hospitalidad sea completa. El 71,42% respondió que sí, el 14,29% dijo que no sabía y otro 14,29% no respondió.

Cuando se realizó el estudio en el IFCE, Campus Fortaleza, la carrera de hotelería contaba con 164 alumnos matriculados (dato oficial de la Dirección de Educación del IFCE cedido por la Jefa del Departamento de Turismo Rúbia Valério Pinheiro). El mismo cuestionario que se aplicó a los docentes se utilizó con los alumnos. Se envió un comunicado al Grupo de alumnos de hotelería en una red social (Facebook), donde la mayoría estaba presente y se les solicitó que respondieran la entrevista virtual. Contestaron sólo 25 alumnos (el 15,24% del total de los alumnos matriculados). El 74% era de sexo femenino y el 26% de sexo masculino. Pertenecían a una franja etaria de entre 20 y 50 años y el 12% de los alumnos ya se había graduado en otra carrera.

El 100% de los alumnos dijo que durante sus viajes se hospeda en hoteles. El 74% se hospeda una vez por año y el 26% una vez por semestre. El tipo de hotel más frecuentado son las posadas (33%), albergues/casa de amigos/otros (22%), hoteles de la categoría negocio/económico (22%), hoteles de la categoría negocio/lujo (11%) y hoteles de ocio (11%). El 100% de los alumnos toma sólo el desayuno cuando se hospeda en hoteles. Al preguntarles sobre lo que haría que una comida fuera hospitalaria eligieron el precio justo (74%), la calidad de los productos ofrecidos (74%), el ambiente

agradable (67%), la presentación de los platos (33%), la cordialidad (22%) y la organización del servicio (11%).

El 67% de los alumnos respondió que sabe de qué trata la comensalidad y el 33% afirmó que no sabe. El 89% dijo que comprende la comensalidad como un factor importante para que un hotel sea considerado como hospitalario. Mientras que el 11% prefirió no responder. Se les preguntó a los alumnos si la carrera de hotelería a la que asistían muestra la comensalidad como uno de los factores fundamentales para que la hospitalidad sea completa y el 89% coincidió en que no atiende a estas expectativas. Sólo el 11% acreditó que la carrera de hotelería del IFCE atiende de alguna forma ese requisito.

CONSIDERACIONES FINALES

Considerando a la comensalidad como uno de los factores fundamentales para que la hospitalidad esté completa se observa la existencia de pocos estudios sobre la real importancia de la primera para la segunda. Desde la antigüedad se puede observar el placer de comer y beber juntos en las más distintas sociedades. Esto permite identificar una necesidad del hombre de intercambiar experiencias a partir de la socialización en la mesa. Si bien la hospitalidad remite a la antigüedad se sabe que fue gracias a los estudiosos modernos que hoy se la puede entender mejor.

Este trabajo presentó dos líneas de estudio sobre la hospitalidad. Una de ellas es una versión comercial (escuela americana) y la otra (escuela francesa) presenta a la hospitalidad como una dádiva y tiene como principal característica dar-recibir-retribuir. El uso de la mitología para entender la hospitalidad permite establecer una posibilidad lógica de comprenderla a través de "leyes ocultas" que implican directamente posiciones sociales distintas (anfitrión y huésped). A través de ellas se observa la dádiva de la hospitalidad como una especie de sacrificio en función del huésped, o la hostilidad cuando no se acepta la dádiva de ser hospitalario con el otro sufriendo consecuencias futuras generalmente negativas.

Así, se concluye que la hospitalidad abarca algunos requisitos básicos para estar completa: recibir, hospedar, alimentar y entretener (en los ámbitos doméstico, público, comercial y virtual). La comensalidad posee dos (alimentar y entretener) de los cuatro pilares fundamentales para que la hospitalidad esté completa. A través de la comensalidad se puede percibir la interacción y cooperación mediante las relaciones construidas en la mesa. También se pueden observar conductas alimentarias, la postura de los comensales, la interacción social y la relación de la comida con las ritualizaciones y simbologías de las distintas creencias y valores de las sociedades.

Hoy parece imperceptible, pero la comensalidad en la hotelería se configura como una especie de termómetro para indicar la hospitalidad del emprendimiento hotelero. Los servicios de alimentación de los hoteles fueron mejorados y sofisticados y los esfuerzos gastronómicos para agradar a los

huéspedes aportaron cierta "calidad" relacionada directamente con la hospitalidad. Buscar la excelencia en la calidad de los servicios que involucran a la hospitalidad no es tarea fácil. Sobre todo en los tiempos actuales que los huéspedes están cada vez más exigentes y bien informados. No obstante es la dedicación al huésped por parte del anfitrión lo que hace la diferencia. Cuando se trata de comensalidad en la hotelería los servicios de alimentación también pueden indicar si el ambiente es o no hospitalario.

El estudio de caso presentado en este trabajo sirvió para mostrar la falta de comprensión acerca de lo que es y cómo se desarrolla la comensalidad en la hospitalidad. Este es un hecho curioso (si se observa que el estudio fue realizado en una institución que se destaca en la formación de hoteleros) que debe ser discutido para mejorar el contenido ofrecido a los alumnos. Si se considera que un hotelero tiene que estar preparado para trabajar la hospitalidad con todas sus características posibles se provocará frustración al percibir la deficiencia real en la forma de comprender a la hospitalidad.

La carrera superior de hotelería del IFCE, Campus Fortaleza, ofrece 51 materias en su currícula. Entre ellas se destacan siete donde los profesores podrían explorar contenidos sobre comensalidad, pero para el 89% de los alumnos consultados ésta no aparece como un elemento explorado y valorado en el contenido presentado en dicha carrera.

Otro hecho que debe ser observado es que los profesores de hotelería son exactamente los mismos que los de las carreras del departamento de Turismo y Artes, y que se dividen para dictar materias en todas las carreras del área de turismo del IFCE. Así, se puede percibir una eminente sobrecarga horaria que acaba afectando directamente la escasa importancia dada a la comensalidad en la hospitalidad. El cuerpo docente, compuesto mayormente por profesores que no tienen formación de base o especialización en hotelería/gastronomía, dicta materias que exigen conocimientos específicos y esto es evidente en los resultados encontrados en el estudio.

Para resolver la falta de contenido sobre la comensalidad en la formación en hotelería del IFCE la solución más práctica y certera sería inicialmente contratar más docentes formados en las áreas específicas de hotelería/turismo/gastronomía, reformular el contenido presentado en las materias sobre alimentos y bebidas y la gestión de los mismos, reciclar el cuerpo docente profundizando la hospitalidad para mejorar el contenido de las disciplinas y promover la interdisciplinariedad. Además, es necesario que este debate tenga continuidad en otros estudios, sobre todo los que sugieren mejorar la calidad de la formación en hotelería en el país.

La entrevista realizada intentó reflejar si los profesores y alumnos se perciben a sí mismos como huésped/comensal y analizar cómo está siendo tratada la comensalidad en la carrera superior de hotelería del IFCE. Este estudio podrá servir de base para realizar análisis futuros más profundos sobre el tema en cuestión. La investigación se configura como una "realidad crítica" que puede ocurrir en otras carreras de hotelería de Brasil.

Considerando que el conocimiento evoluciona cuando existen debates fundamentados que aportan soluciones a los problemas encontrados, se sugiere de inmediato que las instituciones de enseñanza que trabajan con la hotelería se enfoquen en estudios más profundos sobre la hospitalidad que involucren la comensalidade como factor de importancia para la actividad hotelera, sobre todo para mejorar la calidad de la educación.

Considerando la naturaleza multidisciplinaria que puede ofrecer la hospitalidad resulta necesario integrar el conocimiento especializado y una mejor dirección pedagógica y/o estratégica para mirar con nuevos ojos la hospitalidad contemporánea.

Se sugiere profundizar en la aproximación del contenido teórico a la realidad práctica para mejorar la comprensión de la hospitalidad y la calidad de la formación en hotelería. De esta forma, se espera que este estudio sea un punto de partida para mejorar el entendimiento de la hospitalidad en toda su dimensión y que los estudios sobre la comensalidade sean encarados con construcciones más sólidas y fundamentadas para el conocimiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atala, A. & Dória, C. A.** (2008) "Com unhas, dentes e cuca: Prática culinária". SENAC, São Paulo
- Boff, L.** (2005) "Virtudes para um outro mundo possível". Vozes, Petrópolis
- Boff, L.** (2006a) "Virtudes para um outro mundo possível". Vozes, Petrópolis
- Boff, L.** (2006b) "Virtudes para um outro mundo possível". Vozes, Petrópolis
- Bueno, M. S. & Dencker, A. F M.** (2003) "Hospitalidade: cenários e oportunidades". Thomson, São Paulo
- Cândico, Í. & Vieira, E. V.** (2003) "Gestão de hotéis: técnicas, operações e serviços". Educus, Caxias do Sul
- Camargo, L. O. L.** (2004) "Hospitalidade". Aleph, São Paulo
- Camargo, L. O. L.** (2003) "Os domínios da hospitalidade". In: Bueno, M. S. & Dencker, A. F M. (orgs.) Hospitalidade: cenários e oportunidades. Pioneira Thomson Learning, São Paulo, pp. 7-14
- Campos, J. R. V.** (2005) "Introdução ao universo da hospitalidade". Papirus, Campinas
- Carneiro, H. S.** (2005) "Comida e sociedade: significados sociais na história da alimentação". In: Ribeiro, L. C. (Editor). História: questões & debates. Editora UFPR, Curitiba, pp. 71-80
- Carneiro, H. S.** (2003) "Comida e sociedade. Uma história da alimentação". Editora Campus, Rio de Janeiro
- Castelli, G.** (2005) "Hospitalidade: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria". Saraviva, São Paulo
- Chon, K. & Sparrowe, R. T.** (2003) "Hospitalidade: conceitos e aplicações". Pioneira Thomson Learning, São Paulo
- Costa, E. R. C.** (2012) "Turismo gourmand: o luxo e a gastronomia como vetores para o apetite de viajar". Turismo & Sociedade 5(1): 310-339

- Crossan, J.** (1995) "Jesus: uma biografia revolucionária". Imago, Rio de Janeiro
- Cruz, R. C. A.** (2002) "Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais". In: Dias, C. M. M. (org.) Hospitalidade: reflexões e perspectivas. Manole, Barueri: Manole, pp. 3-57
- Dória, C. A.** (2008) "Gastronomia e turismo: relações perigosas". Revista da ESPM 15(2): 56 – 67
- Douglas, M.** (1973) "Pureza y peligro – un análisis de los conceptos de contaminación y tabu". Siglo XXI de España Editores, Madrid
- Du Boulay, J.** (1991) "Stranger and gifts: hostility and hospitality in rural Greece". Journal of Mediterranean Studies I(1): 37-53
- Eliade, M.** (1994) "Mito e realidade". Perspectiva, São Paulo
- Godelier, M.** (1999) "The enigma of the gift". Polity Press, Cambridge
- Goldenberg, M.** (2003) "A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais". Record, Rio de Janeiro
- Grignon, C.** (2001) "Commensality and social morphology: an essay of typology". In: Schollier, P. (Ed.) Food, drink and identity - cooking, eating and drinking in Europe since the middle ages. Peter Scholliers, Oxford, pp. 23-33
- Grinover, L.** (2006) "A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade". Revista Hospitalidade III(2): 29-50
- Lane, H. & Dupré, D.** (1997) "Hospitality world! An introduction". Van Nostrand Reinhold, New York
- Lashley, C. & Morrison, A.** (2004) "Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado". Ed. Manole, Barueri
- Levi-Strauss, C.** (2004) "O cru e o cozido: Mitológicas". Cosac & Naify, São Paulo
- Maffesoli, M.** (2002) "Mesa, espaço e comunicação". In: Dias, C. M. M. (org.) Hospitalidade: reflexões e perspectivas. Manoele, Barueri
- Mars, L.** (1997) "Food and disharmony: commensality among Jews". Food and Foodways: explorations in the history and culture of human nourishment. OPA (Overseas Publishers Association), Amsterdam, 7(3): 189-202
- Martins, G. A. & Lintz, A.** (2000) "Guia para elaboração de monografias e trabalhos de conclusão de curso". Atlas, São Paulo
- Mauss, M.** (1974) "Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas". Edusp, São Paulo
- Mauss, M.** (2001) "Ensaio sobre a dádiva. Perspectivas do homem. As culturas. As sociedades". Edições 70, Lisboa
- Mota, K. C. N.** (2011) "Educação superior em turismo no Brasil: análise dos cursos contemporâneos e a oferta tecnológica nos Institutos Federais no Nordeste". Tese de doutoramento apresentada ao Programa de pós-graduação em Administração e Turismo da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), Balneário Camboriú - SC
- Paula, N. M.** (2004) "Planejamento e gestão da hospitalidade em restaurantes". In Dencker, A. F. M. (coord.) Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade. Pioneira Thomson Learning, São Paulo, pp. 149-166
- Plentz, R. S.** (2007) "Dialética da hospitalidade: caminhos para a humanização". USC, Caxias do Sul

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

Telfer, E. (2004) "A filosofia da hospitalidade". In Lashley, C. & Morrison, A. Em Busca Da Hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Ed. Manole, Barueri, pp.54-68

Vasconcelos, A. N. (1995) "A importância do curso de turismo da ETFCE para o desenvolvimento turístico de Fortaleza". Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza

Yin, R. (2005) "Estudo de caso: planejamento e método". Bookman, Porto Alegre

Recibido el 21 de agosto de 2013

Reenviado el 24 de octubre de 2013

Acceptado el 11 de noviembre de 2013

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués