

Características de hospitalidade e comensalidade no consumo coletivo de cervejas: cerveja tradicional africana e cauim

Hospitality and commensality characteristics in the collective consumption of beers: traditional african beer and cauim

Características de la hospitalidad y la comensalidad en el consumo colectivo de cervezas: cerveza tradicional africana y cauim

Robert Kenzo Falck¹
Elizabeth Kyoko Wada²

RESUMO

A comensalidade, como dimensão da hospitalidade, é a partilha de comida e bebida, universalmente celebrada em culturas e religiões ao redor do globo. A cerveja, presente nos momentos de fruição, socialização e lazer, transpõe esses conceitos modernos de consumo por meio do consumo simbólico de algumas variantes arcaicas, como as cervejas de sorgo e painço africanas e o cauim indígena sul-americano – tecnicamente, ambos cervejas. O consumo ritualizado dessas bebidas oferece pontes interessantes com conceitos de hospitalidade e comensalidade, permitindo estabelecer relações entre o ritual e a dádiva, pedra filosofal da hospitalidade. O ensaio divide-se em quatro partes: uma introdução aos conceitos de hospitalidade, comensalidade e cerveja; uma segunda parte sobre o consumo coletivo de cervejas africanas; uma terceira parte sobre as bebidas fermentadas ameríndias, em especial, o cauim; e uma quarta parte, a análise relacional entre hospitalidade, comensalidade e cervejas tradicionais. Este manuscrito, um ensaio sobre as relações entre a hospitalidade, a comensalidade e algumas bebidas consuetudinárias, visa analisar e esclarecer as conexões sociais e culturais do beber junto, em seus significados simbólicos africanos e sul-americanos.

Palavras-chave: Hospitalidade. Cerveja. Consumo ritual. Bebidas. Comensalidade.

ABSTRACT

Commensality, as a hospitality dimension, is the sharing of food and drink, universally celebrated in cultures and religions around the globe. Beer, present in moments of enjoyment, socialization, and leisure, transposes these modern concepts of consumption through the symbolic consumption of some archaic variants, such as African sorghum and millet beers and South American indigenous *cauim* – technically, both beers. The ritualized consumption of these drinks offers interesting bridges with concepts of hospitality and commensality, establishing relations between ritual and gift, the philosophical stone of hospitality. The essay is divided in four parts:

¹ Centro Universitário Estácio de São Paulo. São Paulo, SP - Brasil. E-mail: rfalckbr@yahoo.com.br

² Universidade Anhembi Morumbi, Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade. São Paulo, SP – Brasil

an introduction to the concepts of hospitality, commensality, and beer; a second part on the collective consumption of African beers; a third part on Amerindian fermented beverages, especially *cauim*; and a fourth part, the relational analysis between hospitality, commensality, and traditional beers. This manuscript, an essay on the relationships between hospitality, commensality, and some traditional drinks, analyzes and clarifies the social and cultural connections of drinking together, in its African and South American symbolic meanings.

Keywords: Hospitality. Beer. Ritual consumption. Drinks. Commensality.

RESUMEN

La comensalidad, como una dimensión de la hospitalidad, es compartir alimentos y bebidas, universalmente celebrado en culturas y religiones de todo el mundo. La cerveza, presente en los momentos de disfrute, socialización y ocio, transpone esos conceptos modernos de consumo a través del consumo simbólico de algunas variantes arcaicas, como las cervezas africanas de sorgo y mijo y el *cauim* indígena sudamericano, técnicamente, ambas cervezas. El consumo ritualizado de esas bebidas ofrece interesantes puentes con los conceptos de hospitalidad y comensalidad, estableciendo relaciones entre ritual y don, piedra filosofal de la hospitalidad. El ensayo se divide en cuatro partes: una introducción a los conceptos de hospitalidad, comensalidad y cerveza; una segunda parte sobre el consumo colectivo de cervezas africanas; una tercera parte sobre bebidas fermentadas amerindias, especialmente *cauim*; y una cuarta parte, el análisis relacional entre hospitalidad, comensalidad y cervezas tradicionales. Este manuscrito, un ensayo sobre las relaciones entre la hospitalidad, la comensalidad y algunas bebidas tradicionales, tiene como objetivo analizar y aclarar las conexiones sociales y culturales de beber juntos, en sus significados simbólicos africanos y sudamericanos.

Palabras clave: Hospitalidad. Cerveza. Consumo ritual. Bebidas. Comensalidad.

INTRODUÇÃO

A hospitalidade, subentendida como a relação entre um anfitrião e um hóspede, é regida por regras, ritos e leis^(1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11). Não deve ser descrita apenas sob o aspecto reducionista comercial, econômico e industrial⁽¹²⁾, dado que abrange, como guarda-chuva teórico de estudos humanos, áreas diversas como Economia, Ciências Sociais, Turismo, Administração, Recursos Humanos, Psicologia etc. A origem de seus estudos baseia-se nos trabalhos de Marcel Mauss⁽¹³⁾ sobre dádiva. A teoria maussiana discorre sobre a balança de poder estabelecida no dar-receber-retribuir que, em casos extremos (como o *potlatch* dos indígenas norte-americanos), chegava a causar a ruína econômica dos envolvidos.

Esta balança de poder baseia-se na necessidade de retribuição gerada por determinada dádiva ofertada – a raiz da hospitalidade.

Em uma conceituação além dos paradigmas previamente estabelecidos, Irina Aristarkhova^(14, 15, 16, 17) propôs a leitura da hospitalidade como o maternal/matricial, estabelecendo relações com o feminino/feminismo. Os textos da autora envolvem discussões e implicações filosóficas sobre o materno, a matriz, a origem, *chora* – um novo paradigma para a hospitalidade. Relações do corpo maternal com a hospitalidade, em nível filosófico, biomédico e cultural; o ambiente de origem e as dinâmicas com o que(m) foi gerado; e o local/espço original de criação e desenvolvimento são alguns dos questionamentos levantados pela autora. O maternal/matriz (assim grafado pela autora) é considerado como ato, e não apenas um espaço – o maternal/matriz é, e não apenas faz; não é um receptáculo, uma jarra, pois há interação. Por ser polimorfo, significa e evoca referências para uma diversidade de ideias, objetos ou fenômenos, como gravidez, relação Homem-Terra, políticas públicas e/ou sociais, arquitetura, sequência matemática etc. Os questionamentos dos paradigmas atuais da mulher circulam constantemente nas obras citadas, principalmente quanto ao dever do ser bem-sucedida, boa mãe (mãe fabricada vs. mãe por opção), boa forma física. A base filosófica da autora é a obra de Luce Irigaray⁽¹⁸⁾, que, muito além da discussão feminista, discute e repensa sobre o significado de ser um humano – juntos, porém, diferentes – dualidade amplamente discutida em outros campos de estudo, como *Power of And* de Freeman, Martin e Parmar⁽¹⁹⁾, e a *Modernidade Líquida* de Bauman⁽²⁰⁾. Neste ensaio, foram utilizadas conexões tanto das definições clássicas de hospitalidade, quanto da obra de Aristarkhova.

Considera-se, por meio de diversos autores^(21, 12, 22, 23, 24, 25, 26, 8, 27, 28), a comensalidade como a materialização da hospitalidade, graças à oferta de alimentos e/ou bebidas e/ou hospedagem, também regida por regras, ritos e leis – um complexo sistema simbólico materializado⁽²²⁾. A origem da comensalidade remonta à formação das primeiras cidades⁽²⁹⁾, e à delimitação dos limites, das fronteiras, do interno/externo, do anfitrião e do hóspede. A divisão dos alimentos e das bebidas, em especial, cria a comunidade⁽³⁰⁾, muito além dos temas incipientes de estudo,

voltados às implicações comerciais deste enfoque de hospitalidade⁽³¹⁾; trata-se, antes de tudo, do comer com os outros⁽³²⁾. Inserida profundamente na questão cultural das sociedades, a comensalidade não apenas indica o que é e o que não é alimento, mas estabelece prescrições das comidas que devem ser ingeridas e quando devem ser ingeridas, além de proibições severas (tabus alimentares). Também estabelece distinções sobre o que é considerado ‘bom’ e o que é considerado ‘ruim’⁽³³⁾. Após a transposição da soleira⁽³⁴⁾, passa a haver a oferta de alimentos e bebidas para o hóspede, sob uma série de ritos e significados/significâncias. Compartilhar uma refeição não pode e não deve ser caracterizado como a simples absorção de nutrientes, dado o aspecto de espiritualidade mais elevada da divisão dos alimentos⁽²⁶⁾: o lado mais autocentrado, excludente, egoísta do ser humano, o comer individual (em detrimento do alimento que poderia ser consumido por outro), transforma-se em um dos aspectos mais elevados do ser humano, a divisão igualitária do alimento no compartilhamento da refeição⁽³⁵⁾. Segundo Fischler⁽²⁶⁾, ingerir o mesmo alimento significa gerar a mesma carne e osso (aparentemente em todas as culturas humanas), aproximando os comensais, tornando-os mais parecidos. Observa-se um exemplo na comunhão cristã, na ligação do pão com o corpo de Cristo, além das conexões com consumo ritual da cerveja em culturas diversas.

Quanto à cerveja, esta pode ser considerada como toda bebida fermentada alcoólica de qualquer produto amiláceo⁽³⁶⁾. Sob este enfoque, não apenas o produto tradicional como o conhecemos – água, malte de cevada, lúpulo, levedura – é definido, mas também o saquê (cerveja de arroz), a chicha andina (cerveja de milho mascado e outros grãos), o caxiri amazônico (cerveja de mandioca embolorada não mascada), dentre outros. Basicamente, trata-se da ação de algum tipo de levedura sobre formas mais simples de açúcares⁽³⁷⁾, sejam estes derivados de germinação (o processo de *malteação* na cerveja comum), de insalivação (o processo de mascar e cuspir da chicha e do cauim) ou de bolor (a ação de bolores – leveduras – no saquê, caxiri e *pajauru*)⁽³⁶⁾. Nas variedades mascadas, a ptialina presente na saliva humana catalisa o amido em maltose, facilitando a fermentação em açúcares mais simples.

Este manuscrito, um ensaio sobre as relações entre a hospitalidade, a comensalidade e algumas bebidas tradicionais, visa analisar e esclarecer as conexões sociais e culturais do beber junto, em seus significados simbólicos africanos e sul-americanos.

Hospitalidade, comensalidade e cervejas tradicionais

A comensalidade, observada aqui como dimensão da hospitalidade, permeia as relações humanas, na forma das atividades sociais de associação entre indivíduos e na criação de laços de solidariedade. Pode ser associada aos movimentos verdes, voluntariado e organizações não-governamentais – ONG's, além da clara associação com a religião. Dentre os movimentos verdes, o *locavorismo* (a preferência pelo consumo de produtos e preparações produzidos próximos aos locais de venda e consumo) e o *neolocalismo* (o esforço consciente das empresas para o desenvolvimento do pertencimento, baseado nos atributos da comunidade local^(38, 39)) relacionam-se ao estudo de cervejas artesanais e localidades. Porém, a relação mais clara de comensalidade e cervejas pode ser observada no consumo coletivo de cerveja em culturas africanas, ingeridas com um canudo a partir de um recipiente coletivo – a divisão generosa, porém, estratificada (mesmas classes sociais consumindo o produto em tempos diferentes). Segundo Standage⁽⁴⁰⁾, as bebidas podem ser partilhadas genuinamente, pois, quando várias pessoas bebem do mesmo recipiente, estão consumindo o mesmo líquido, diferentemente de quando dividem um alimento, com partes mais desejáveis que outras; desta maneira, a divisão de bebidas torna-se um símbolo universal de hospitalidade e amizade.

Em alguns dos primeiros registros pictográficos humanos, em ânforas da Mesopotâmia de 4000 a.C.⁽⁴⁰⁾, o consumo coletivo de cerveja por canudos pôde ser observado (Figura 1

):



Figura 1 – Pictograma sumério representando consumo coletivo de cerveja, cerca de 4000 a.C.

Nota 1: SDA World History, disponível em <http://sdaworldhistory.edublogs.org/files/2015/08/6-Beer-10zx8by.pdf>. Acesso em 20 jun. 2021.

Esse pictograma retrata duas pessoas tomando cerveja com longos canudos, provavelmente de junco. Tais canudos eram utilizados para se ingerir o líquido presente sob uma nata de resíduos, já que os métodos mais eficientes de filtração ainda não haviam sido inventados. Porém, há indícios de consumo entre 15.000 a.C. e 4.000 a.C.^(41, 42).

O costume de ingestão por longos canudos permanece até hoje em alguns povos africanos, como os Nandi quenianos. Uma cerveja é elaborada com painço ou sorgo, espécies de grãos, e depois é ingerida por longos canudos. O costume observado na

guarda forte similaridade com o pictograma sumério.



Imagem 1 - Povo Nandi queniano, consumindo cerveja de painço.

Nota 2: Alamy Fotos, disponível em <<https://www.alamy.com/stock-photo-nandi-men-and-women-enjoy-a-drink-from-a-brew-of-millet-beer-sucked-18339327.html>>. Acesso em 20 jun. 2021.

O costume de ingestão de cerveja de painço ou sorgo⁽⁴³⁾ na África Central e Sul foi pouco documentado⁽⁴⁴⁾. As cervejas produzidas com esses grãos são ácidas, de coloração rosa-marrom única, opacas, de fermentação contínua até o serviço (não-pasteurizadas), diferentemente das *lagers* europeias. Foram denominadas, pelos colonialistas europeus, como cerveja *kaffir*, “nativa” ou “africana”; nos dialetos locais, são conhecidas como *utywala*, *utshwala*, *doro* ou *chibuku*. A tarefa de produção (ainda hoje nos meios rurais) sempre foi feminina, como o paralelo histórico europeu da Idade Média (as *alewives* na Inglaterra medieval eram as mulheres responsáveis pela produção e fornecimento de cerveja aos homens, em ambientes domésticos⁽⁴⁵⁾). O processo de produção industrial somente se desenvolveu no continente africano a partir de 1955, com a inauguração da companhia Heinrich Chibuku Breweries⁽⁴⁴⁾.

Aspectos de comensalidade podem ser observados no costume, perpetuado na história africana de consumo de cerveja. Em um primeiro ponto, o consumo social de um mesmo recipiente implica, antes de tudo, em segurança alimentar – se o produto pode ser consumido por determinada pessoa, pode ser consumido pelo restante da comunidade. Neste aspecto, pode-se relacionar o conceito do “interesse desinteressado”, dado a segurança do consumo coletivo da bebida, sem segundas intenções (prejudiciais) – uma bebida envenenada ou elaborada de maneira precária

não seria, em tese, consumida pelo perpetrador do crime/más práticas higiênicas. Segundo ponto, a unidade de uma família tradicional africana (como os Nguni, Mpondo ou Xhosa, do sul da África) pode ser lida como uma unidade econômica, territorial e política⁽⁴⁶⁾, e produção e consumo sociais de cerveja implicam em trocas entre unidades familiares (ou culturais), noção básica da dádiva. Terceiro ponto, o consumo cerimonial de cervejas implica em unificação da dualidade externo/interno, individualidade/coletivo, na forma de simbolização do processo. A dualidade se transforma em padrão único de interação: a casa simboliza o mundo, e o consumo de cerveja simboliza a encenação do mundo como um universo ordenado⁽⁴⁷⁾. Diferença do item anterior pela carga simbólica retratada, não a simples troca. Quarto ponto, as trocas realizadas seguem o regime da *ukuhlonipha*, uma série de regras de respeito, morais⁽⁴⁷⁾. Quinto aspecto, há a possível representação de um *habitus*⁽⁴⁸⁾, nos princípios emergindo do fluxo social de consumo de cerveja, com efeito estruturante em termos simbólicos e espaciais⁽⁴⁶⁾.

Em outras palavras, o consumo de cerveja está inserido em um conjunto mais amplo de ideias morais e normativas referentes às relações sociais cotidianas e os princípios organizacionais derivados delas⁽⁴⁶⁾. Sexto e último aspecto, as cervejas africanas de sorgo ou painço têm durabilidade muito baixa, dois ou três dias. Ou seja, são elaboradas para consumo imediato, e não para armazenamento ou comércio (o que não impede a exploração comercial da bebida, como nos casos observados por Wolputte e Fumanti⁽⁴⁹⁾ no norte da Namíbia ou em Angola). O consumo imediato da bebida implica em um enfoque social mais importante que o econômico, dadas as particularidades da bebida.

Aspectos de comensalidade e convivialidade também podem ser observados no caso analisado, principalmente quanto à divisão da bebida observada em momentos de lazer, de convívio familiar e de reuniões do patriarcado⁽⁴⁶⁾. Segundo McAllister⁽⁴⁶⁾, a cerveja é consumida entre iguais, porém, em momentos distintos, a partir de idade e sexo, resultando em um comportamento estratificado temporal. Tal comportamento não impede o consumo coletivo, mas o separa em momentos distintos. O paralelo com a comensalidade pode ser observado na divisão entre os iguais nestes momentos específicos, sejam entre a própria família, entre famílias

distintas e em reuniões oficiais. Estes aspectos identitários de uma cerveja africana “de origem” foram utilizados por algumas companhias africanas, notadamente a SAB-Miller (*South African Breweries*), para criarem uma bebida de baixo *shelf-life* conhecida como *chibuku*, muito similar às cervejas originais africanas⁽⁵⁰⁾. O sucesso, baseado na tradição, segurança alimentar e equilíbrio alcoólico, foi tamanho, que a bebida está presente em 14 países africanos⁽⁵⁰⁾.

Por outro lado, o cauim e outras bebidas fermentadas estão presentes nas culturas ameríndias de terras baixas há séculos. No Brasil, o consumo de bebidas alcoólicas dos colonos se misturou aos costumes indígenas preexistentes (bebidas elaboradas com mandioca, aipim, milho, caju etc.), sendo a principal, o cauim – também conhecido como “cerveja da terra”. O nome, inclusive, foi a adaptação portuguesa do tupi *ca’o-y*, água bêbada; outras nomenclaturas permearam a grafia da época: *cauy*, *caùy*, *caguy*, *cauhi*, *cauin*, *kauin* etc.⁽⁵¹⁾. Elaborado por mulheres, o cauim era elaborado mascando-se o produto principal (normalmente, mandioca) e fermentando-se o líquido resultante⁽⁵²⁾. O consumo coletivo de cauim, conhecido como *cauinagem*, foi um dos principais focos de repressão das autoridades coloniais e dos missionários, visando a diminuição dos ataques entre tribos e contra os europeus, até mesmo contra o canibalismo⁽⁵³⁾, dada a vasta presença da bebida no litoral brasileiro – o ambiente típico da mandioca, nos primórdios do Brasil⁽²²⁾. Associa-se à repressão a repugnância dos europeus⁽⁵⁴⁾, que, inclusive, tentaram produzi-lo sem a mastigação, com insucesso. O cauim, aliado à cachaça e à cerveja, eram as bebidas do gentio, dos pobres, a ‘água de bêbado’⁽⁵⁵⁾; a alta sociedade consumia o vinho vindo de Portugal⁽⁵⁶⁾. Neste artigo, será discutido especificamente o consumo do cauim.

Lévi-Strauss⁽⁵⁷⁾ já apontava a importância da cerveja (termo especificamente utilizado pelo autor) – no caso, o cauim – como uma ‘bebida de imortalidade’, fundamental na vida cerimonial, por exemplo, dos Apinayé, Tenetehara e Tukuna (Mito 82 – M₈₂, páginas 189 e 190⁽⁵⁷⁾). A beberagem, conhecida como *cauinagem*, era considerada uma ponte entre o mundo terrestre e o sobrenatural, além de facilitar a socialização⁽⁵⁶⁾. Esses dois conceitos, amplamente debatidos na discussão teórica sobre os significados da bebida alcoólica, relacionam-se diretamente ao

conceito do matricial/maternal de Irina Aristarkhova^(14, 15, 16, 17): ao mesmo tempo em que há o recebimento do mundo “mágico”, abrindo-se como a matriz de origem da vida através da ponte bebida/meio terrestre, há também a socialização, a alternância maussiana da dádiva entre o dar e o receber. Deste modo, a instrumentalização da bebida como veículo de comunicação no plano terrestre/espiritual e no plano inter-humanos envolve diretamente a discussão entre anfitrião e hóspede – a base da hospitalidade.

Deve-se salientar que, na maioria das nações indígenas nas quais o cauim era elaborado, haviam duas versões da bebida, uma de baixo grau alcoólico, e outra de alto grau. A primeira, denominada por Karsten⁽⁵⁸⁾ como *nihanánchi*, era uma bebida do dia a dia, de baixo grau alcoólico, muito diluída em água e utilizada como alimento de subsistência. A segunda, denominada pelo mesmo autor⁽⁵⁸⁾ como *sangucha shiki*, era altamente alcoólica, fermentada por vários dias e utilizada apenas em festividades específicas nas raras beberagens relatadas. O trabalho do autor envolveu os Jívaros do oeste do Amazonas, corroborado por Harner⁽⁵⁹⁾; outros paralelos foram elaborados por Acosta⁽⁶⁰⁾, nas terras ameríndias do alto; por Viveiros de Castro⁽⁶¹⁾, com os Araweté; por Baldus⁽⁶²⁾, com os Tapirapés; por Silva⁽⁶³⁾, quanto a sete diferentes tipos de caxiri dos Uaupés (Simão de Vasconcelos⁽⁶⁴⁾ cita 32 tipos de cauims entre os Tupinambás), dentre outros. Desta maneira, diferencia-se a finalidade de cada bebida: o dia a dia ou a festividade, a normalidade ou a exceção, embrenhando-se na definição de comensalidade de bebidas – o beber junto, em situações e regras específicas. Salienta-se que, em muitas sociedades indígenas, as bebidas de usos diferentes tinham o mesmo nome, o que causou confusão na interpretação de seus usos por testemunhos ocidentais⁽⁶⁵⁾, gerando a noção de povos constantemente ébrios – muito distante da verdade.

Sobre a composição das variantes de cauim, pode-se elencá-las em duas variedades⁽⁶⁶⁾: bebidas fermentadas não-alcoólicas (à base de mandioca doce ou brava, beiju, batata-doce, milho, cará, taioba, abóboras, abacaxi, ananás, caju, banana, mangaba, acaiá, jenipapo etc., podendo ou não ser mastigadas, elaboradas como alternativa à monotonia dietária do fervido, assado ou torrado) e bebidas fermentadas alcoólicas (elaboradas de maneira semelhante, mas com ocasional

adição de outros açúcares, como mel ou frutas, além de fungos e outros vegetais, para aumento do conteúdo alcoólico).

Sob o aspecto técnico de produção do cauim, ilustra-se o alto grau de complexidade da produção do cauim e outras bebidas através das vasilhas específicas^(67, 68, 69, 70), além de raladores, pilões, tipitis, facas, furadores e raspadores de pedra, concha, dente, osso e madeira, cestos, estruturas de suporte para o tipiti, fogões, áreas cobertas anexas ou no interior das casas⁽⁷¹⁾. No caso específico da mandioca brava, devido ao ácido cianídrico, havia um maior número de passos, sendo prensada no tipiti (ou outros tipos de prensa), pré-cozida, torrada, transformada em farinha ou beiju, e depois seguindo o método de preparo das outras variantes⁽⁷²⁾. A etapa de fervura era realizada em vasilhas de tamanhos variados, chegando a até 250 litros⁽⁶⁶⁾. A iconografia de Hans Staden, observada na

, ilustra uma parte do processo de elaboração do cauim: o cozimento da mandioca em panela funda (acima, à direita), a mastigação e respectiva cuspada (acima, à esquerda), e a colocação do líquido em grandes vasilhas, as talhas, para fermentação e serviço (abaixo à esquerda).



Figura 2 – O trabalho de mulheres na fabricação de cauim.

Nota 3 – Hans Staden, 1974⁽⁷⁷⁾.

O uso extenso de produtos da floresta (alguns autores consideram até 140 variedades de cauim de frutas no Brasil^(73, 74) e as diversas técnicas empregadas no preparo do cauim ilustram a profunda conexão dos povos locais com a natureza – um dos aspectos possíveis de conexão entre o meio natural e o ser humano, o maternal/matricial com a inventividade humana.

CONCLUSÃO

O consumo de bebidas alcoólicas permeia a humanidade, e a cerveja, assim como o vinho e como outras bebidas fermentadas, esteve presente ao longo da história, criando a ponte entre o mundo real e o “mágico” (os destilados só vieram muito tempo depois, com o aperfeiçoamento do destilador pelos muçulmanos por volta do século 8 d.C.⁽⁴⁰⁾). O estudo das bebidas como elemento de interpretação dos contextos culturais e sociais locais, seja na América ou na África ou em outra localidade, permite o entendimento das motivações de consumo a partir do paradigma da hospitalidade. O consumo ao qual a sociedade pós-moderna está habituado tem suas raízes na simbologia criada pelo copo compartilhado, o momento entre amigos e familiares, a pausa das atribulações diárias, dado que o compartilhamento de alimentos e bebidas pela comensalidade constrói e fortalece os laços humanos. Segundo Selwyn⁽⁷⁵⁾, a hospitalidade visa, basicamente, estabelecer um relacionamento ou promover um relacionamento já estabelecido. Desta maneira, os atos relacionados à hospitalidade podem consolidar estruturas de relações, afirmando-as ou as transformando⁽⁷⁶⁾.

O *bonding* existente na comensalidade – a natureza da ligação entre família, amigos, colegas de trabalho e outros⁽²⁶⁾ – refere-se normalmente a um grupo. Além desta característica da comensalidade, outros aspectos a influenciam⁽²⁷⁾, como os papéis e hierarquias dentro do grupo e os sentimentos, positivos ou negativos, existentes entre componentes. Adiciona-se às influências o contexto no qual o grupo está inserido, ou seja, as configurações de espaço e tempo, como formalidade de ambiente, o momento, o interno/externo. Todas estas influências, facilmente observáveis nas relações contemporâneas, podem transportar-se automaticamente ao simbolismo das bebidas arcaicas, ilustrando como as relações humanas, desde o

surgimento da vida social, baseiam-se nos preceitos básicos da hospitalidade: dar, receber e retribuir.

REFERÊNCIAS

1. Cassee E. Introduction. In: Cassee E, Reuland R, editores. *The Management of Hospitality*. Oxford, Oxfordshire: New York Pergamon Press, 1983.
2. Hepple J, Kipps M, Thoson J. The concept of hospitality and an evaluation of its applicability to the experience of hospital patients. *International Journal of Hospitality Management*. 1990;9(4):305–18.
3. Brotherton B. Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 1999;11(4):165–73.
4. Lashley C, Morrison, A, editores. *In search of hospitality: theoretical perspectives and debates*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000.
5. Camargo LOL. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.
6. Lashley C, Lynch P, Morrison A, editores. *Hospitality: a social lens*. Netherlands: Elsevier, 2007.
7. Lynch P, Molz JG, McIntosh A, Lugosi P, Lashley C. Theorizing hospitality. *Hospitality & Society*. 2011;1(1):3–24.
8. Montandon A., organizador. *O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2011.
9. Bell D. Tourism and hospitality. In: Jamal T, Robinson M, editores. *The Sage Handbook of Tourism Studies*. Thousand Oaks: Sage Publications Ltd, 2012.
10. Lugosi P. Hospitality and organizations: Enchantment, entrenchment and reconfiguration. *Hospitality & Society*. 2014;4(1):75–92.
11. Lombarts A. The hospitality model revisited: developing a hospitality model for today and tomorrow. *Hospitality and Society*. 2018;8(3):297-311. Doi: 10.1386/hosp.8.3.297_7
12. Brotherton B, Wood R. Hospitality and hospitality management. In: Lashley C, Morrison AJ. *In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates*. Londres: Butterworth Heinemann, 2000.
13. Mauss M. *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas*. São Paulo: Edições 70, 2008.
14. Aristarkhova I. Hospitality - Chora - Matrix – Cyberspace. *Filozofski Vestnik*. 2002;23(2):27-43.
15. Aristarkhova I. Hospitality and the maternal. *Hypatia*. 2012;27(1).
16. Aristarkhova I. *Hospitality of the matrix*. Columbia University Press, 2012.
17. Aristarkhova I. *Arrested welcome: hospitality in contemporary art*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2020.
18. Irigaray L. A questão do outro. *Labrys, estudos feministas*. 2002;1-2.
19. Freeman RE, Martin KE, Parmar BL. *The power of and: responsible business without trade-offs*. New York: Columbia University Press, 2020.
20. Bauman Z. *Modernidade líquida*. São Paulo: Zahar, 2000.
21. Montanari M. Sistemas alimentares e modelos de civilização. In: Flandrin JL, Montanari M. *História da alimentação*. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 1996.
22. Carneiro HS. *Comida e sociedade: uma história da alimentação*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
23. Poulain JP. *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

24. Boutaud JJ. Comensalidade: compartilhar a mesa. In: Montandon A. O livro da hospitalidade. São Paulo: SENAC, 2011.
25. Contreras J, Gracia M. Alimentação, sociedade e cultura. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011.
26. Fischler C. Commensality, society and culture. *Social Science Information*. 2011;50(3-4):528-548.
27. Giacomani C. The dimensions and role of commensality: a theoretical model drawn from the significance of communal eating among adults in Santiago, Chile. *Appetite*. 2016;107:460-470. Doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.appet.2016.08.116>
28. Carvalho LGA, Bastos SR, Gimenes-Minasse MHS. Comensalidade na família nuclear paulistana: 1950 a 2000. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*. 2017;9(1).
29. Raffestin C. Réinventer l'hospitalité. *Communications*. 1997;65. Doi: <https://doi.org/10.3406/comm.1997.1997>
30. Gotman A. Alcool et hospitalité. In: Bernard C, organizador. *Désirs d'ivresse*, 72-89. Paris: Autrement, 2000.
31. Hemmington N. From service to experience: understanding and defining the hospitality business. *The Service Industries Journal*. 2007;27(6). Doi: 10.1080/02642060701453221.
32. Sobal J, Nelson MK. Commensal eating patterns: a community study. *Appetite*. 2003;41(2):181-190. Doi: 10.1016/s0195-6663(03)00078-3
33. Maciel ME. Cultura e alimentação ou o que têm a ver os macaquinhos de Koshima com Brillat-Savarin? *Horizontes Antropológicos*. 2001;7(16).
34. Grassi MC. Hospitalidade: transpor a soleira. In: Montandon A, organizador. O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac, 2011.
35. Simmel G. The sociology of the meal. In: Frisby D, Featherstone M, editores. *Simmel on culture: selected writings*. London: Sage, 1997 [1910].
36. Carneiro HS. Pequena enciclopédia da história das drogas e bebidas: histórias e curiosidades sobre as mais variadas drogas e bebidas. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.
37. Simoncini JBVB, Tanagino PID, Celestino SM, Debussi VAZ, Larivoir FN, Raad ML, Vallejo IM, Yung HC. História, memória e inovação tecnológica das cervejarias em Juiz de Fora – MG. *ANALECTA - Centro Universitário Academia*. 2020;5(5).
38. Flack W. American microbreweries and neolocalism: 'Ale-ing' for a sense of place. *Journal of Cultural Geography*. 1997;16(2):37-53.
39. Eberts D. Neolocalism and the branding and marketing of place by Canadian microbreweries. In: Patterson M, Hoalst-Pullen N, editores. *The geography of beer: regions, environment, and societies*. New York: Springer, 2014.
40. Standage T. História do mundo em 6 copos. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.
41. Katz B [homepage na internet]. Traces of 13,000-year-old beer found in Israel [acesso em 21 abr. 2019] Disponível em <https://www.smithsonianmag.com/smart-news/traces-13000-year-old-beer-found-israel-180970282/>
42. Liu L, Wang J, Rosenberg D, Zhao H, Lengyel G, Nadel D. Fermented beverage and food storage in 13,000 y-old stone mortars at Raqefet Cave, Israel: investigating Natufian ritual feasting. *Journal of Archaeological Science: Reports*. 2018;21.
43. Novellie L. Kaffir beer brewing: ancient art and modern industry. *Wallerstein Lab. Commun*. 1968;31(104).
44. Rogerson CM, Tucker BA. Commercialization and corporate capital in the sorghum beer industry of Central Africa. *Geoforum*. 1985;16(4).
45. Protz R. Ale-wives. In: Oliver G, editor. *The Oxford Companion to beer*. New York: Oxford University Press, 2012.
46. McCallister P. Domestic space, Habitus, and Xhosa ritual beer-drinking. *Ethnology*. 2004;43(2).

47. Kuckertz H. *Creating order: the image of the homestead in Mpondo social life*. Johannesburg: Wits University Press (University of the Witwatersrand), 1990.
48. Bourdieu P. *Outline of a theory of practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
49. Wolputte S, Fumanti M. *Beer in Africa: drinking spaces, states and selves*. Zürich: Lit Verlag, 2010.
50. Hesse BJ. *Africa's intoxicating beer markets*. *African Studies Review*. 2015;58(1).
51. Cunha AG. *Dicionário Histórico das Palavras Portuguesas de Origem Tupi*. São Paulo: Melhoramentos, 1989.
52. Raminelli R. *Da etiqueta canibal: comer antes de beber*. In: Venâncio RP, Carneiro H, organizadores. *Álcool e drogas na história do Brasil*. Belo Horizonte: Ed. PUC Minas, 2005.
53. Pierce G, Toxqui A. *Alcohol in Latin America: a social and cultural history*. Arizona: University of Arizona Press, 2014.
54. Monteleone J [homepage na internet]. *Cauim, a bebida ritual dos índios* [acesso em 1 jul. 2021]. Disponível em <https://www.brasildefato.com.br/2019/09/06/cauim-a-bebida-ritual-dos-indios>
55. Stradelli E. *Vocabulário...* *Revista do Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro*. 1929;104 (158):5-768.
56. Acselrad G, Karam ML, David HMSL, Alarcon S. *Consumo de bebidas alcoólicas no Brasil: estudo com base em fontes secundárias*. Rio de Janeiro: FLACSO, 2012.
57. Lévi-Strauss C. *O cru e o cozido – Mitológicas 1*. São Paulo: Cosacnaify, 1964.
58. Karsten R. *The head hunters of Western Amazonas: the life and culture of the Jíbaro indians of Eastern Ecuador and Perú*. Elsingfors: Societas Scientiarum Litterarum, 1935.
59. Harner M. *The Jíbaro: people of the Sacred Waterfalls*. Berkeley: University of California Press, 1972.
60. Acosta J. *Historia natural y moral de las Indias*. Estudio preliminar y edición del P. Francisco Mateos. Madrid: Atlas, 1954 [1588].
61. Castro EV. *Araweté: os deuses canibais*. Rio de Janeiro: J. Zahar Editor, 1986.
62. Baldus H. *Bebidas e narcóticos dos índios do Brasil*. *Sociologia*. 1950;12(2):161-169.
63. Silva ABA. *A civilização indígena do Uaupés*. São Paulo: Missão Salesiana do Rio Negro, 1962.
64. Vasconcelos S. *Crônica da Companhia de Jesus*. Petrópolis: Vozes/MEC, 1977.
65. Barghini A. *Cauim: entre comida e ebriedade*. *Bol. Mus. Para. Emílio Goeldi. Cienc. Hum.* 2018;13(3):561-571.
66. Noelli FS, Brochado JP. *O cauim e as beberagens dos Guarani e Tupinambá: equipamentos, técnicas de preparação e consumo*. *Rev do Museu de Arqueologia e Etnologia*. 1998;8:117-128.
67. Brochado JP, Monticelli G, Neuman E. *Analogia etnográfica na reconstrução gráfica das vasilhas Guarani arqueológicas*. *Veritas*. 1990;35(140):727-743.
68. Brochado JP, Monticelli G. *Regras práticas na reconstrução gráfica das vasilhas cerâmicas Guarani a partir dos fragmentos*. *Estudos Ibero-Americanos*. 1994;20(2):107-118.
69. Brochado JP. *What did the Tupinambá cooking in their vessels?* *Revista de Arqueologia*. 1991;6:40-89.
70. Assis VS. *A classificação da cerâmica Tupinambá através da analogia etnográfica*. *Anais do VIII Congresso de Arqueologia Uruguaya*. 1995;455-457.
71. Ribeiro BG. *Dicionário do artesanato indígena*. Belo Horizonte: Itatiaia, 1988.
72. Dole G, Gandavo PM. *Tratado de Terra do Brasil. História da Província de Santa Cruz*. São Paulo: Itatiaia/EDUSP, 1980.
73. Gatti C. *Enciclopédia Guarani-Castellano de Ciências Naturales*. Asunción: Arte Nuevo Editores, 1985.
74. Noelli FS. *Sem Tekohá Não Há Tekó [tese de mestrado]*. Porto Alegre: IFCH- PUCRS. (Dissertação de Mestrado); 1993.
75. Selwyn T. *An anthropology of hospitality*. In: Lashley C, Morrison A J. *In search of Hospitality: theoretical perspectives and*

- debates. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000.
- 76.Oliveira AC, Santos MMC. No panorama conceitual da hospitalidade, a presença de novos aportes teóricos. In: Anais do VI seminário de pesquisa em turismo do Mercosul. Caxias do Sul: Universidade Caxias do Sul, 2010.
- 77.Staden H. Duas Viagens ao Brasil. São Paulo: Itatiaia/EDUSP, 1974.