

LA HOSPITALIDAD EN LA ESCENA GASTRONÓMICA

Sitios de internet de comida compartida

Maria Cláudia Gavioli
Sênia Regina Bastos
Universidade Anhembi Morumbi (UAM)
São Paulo, Brasil

Este artículo se refiere a la hospitalidad y los negocios de la comensalidad realizados en internet. Se trata de la comensalidad en la caracterización de las escenas de hospitalidad y gastronomía en el ámbito doméstico que tiene como protagonistas a los chefs-anfitriones y huéspedes-comensales; y aborda el papel de los sitios de internet de comida compartida, los “Airbnb’s de la comida”, que transformaron en negocio el creciente interés por la gastronomía y la tendencia a la economía compartida. El procedimiento metodológico de la investigación de carácter exploratorio y descriptivo comprende el relevamiento y análisis de los sitios web, la observación participante de las experiencias gastronómicas promovidas por los referidos sitios, y entrevistas semiestructuradas a los anfitriones, comensales y emprendedores de startups. El marco teórico se refiere a la hospitalidad y la comensalidad a fin de caracterizar la escena gastronómica en cuanto a las relaciones entre anfitriones y huéspedes y el ritual de la mesa de carácter simbólico e identitario. A partir del marco teórico se hace el análisis de contenido de los sitios web y de las entrevistas. Como resultado, el trabajo describe el escenario de la hospitalidad y la gastronomía en el ámbito doméstico y reflexiona sobre la noción de hospitalidad presente en los sitios web de comida compartida, que se apoyan en las redes sociales para alcanzar a sus clientes-comensales. El análisis de esos sitios web abre camino a nuevos estudios sobre los negocios de la comensalidad que utilizan tecnologías y redes digitales para ser promovidos.

PALABRAS CLAVE: hospitalidad, comensalidad, escena gastronómica, sitios de internet de comida compartida.