

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ

DANIELLE FERRAZ VIEIRA

**EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O
POLO GASTRONÔMICO DE SANTA FELICIDADE, CURITIBA, PR, BRASIL**

CURITIBA

2021

DANIELLE FERRAZ VIEIRA

**EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O
POLO GASTRONÔMICO DE SANTA FELICIDADE, CURITIBA, PR, BRASIL**

**Institutional entrepreneurship: a case study about the Gastronomic Pole of
Santa Felicidade. Curitiba. PR. Brazil**

Dissertação apresentada como requisito para
obtenção do título de Mestra em Administração,
Programa de Pós-Graduação em Administração da
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
(UTFPR).

Orientador: Prof. Dr. Márcio Jacometti.

CURITIBA

2021



[Atribuição – Uso Não
Comercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Esta licença permite remixe, adaptação e criação a partir do trabalho, para fins não comerciais, desde que sejam atribuídos créditos ao(s) autor(es). Conteúdos elaborados por terceiros, citados e referenciados nesta obra não são cobertos pela licença.



Ministério da Educação
Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Campus Curitiba



DANIELLE FERRAZ VIEIRA

EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL: UM ESTUDO DE CASO SOBRE O POLO GASTRONÔMICO DE SANTA FELICIDADE, CURITIBA, PR, BRASIL

Trabalho de pesquisa de mestrado apresentado como requisito para obtenção do título de Mestre Em Administração da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Área de concentração: Organizações E Tecnologia.

Data de aprovação: 03 de Setembro de 2021

Prof Marcio Jacometti, - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof Leonardo Tonon, Doutorado - Universidade Tecnológica Federal do Paraná

Prof Marcos De Castro, Doutorado - Universidade Estadual do Centro Oeste (Unicentro)

Documento gerado pelo Sistema Acadêmico da UTFPR a partir dos dados da Ata de Defesa em 04/09/2021.

AGRADECIMENTOS

Minha trajetória no mestrado foi construída a partir de uma pluralidade de pensamentos e vivências. Por isso, nesse momento tão especial, registro meu agradecimento a todos aqueles que estiveram comigo.

De forma especial, agradeço aos meus pais, Otair e Neusa. Reconheço cada esforço de vocês, que inúmeras vezes abrem mão de seus sonhos em prol dos meus. Obrigada por sempre me incentivarem em tudo. Obrigada por me apoiarem, especialmente nesses dois anos e meio, permitindo que eu pudesse me dedicar com mais tranquilidade ao mestrado. Com o mesmo carinho, agradeço a minha irmã, Daiane. Obrigada por seu apoio e paciência, principalmente nas vezes em que me ajudou alterando sua rotina por conta da minha. Sou muito grata. Pai, Mãe, Dai, sinto muito orgulho de vocês, e sou privilegiada por tê-los ao meu lado. Obrigada por tanto amor. Essa conquista é nossa! Amo vocês incondicionalmente.

A todos os colegas de turma, juntos construímos conhecimento e partilhamos nossas alegrias, medos, e incertezas. Obrigada pela parceria. Agradeço especialmente a Cintia, Fernanda, e Samya. Sou grata por nossa amizade.

A todos os professores, cada um, a seu modo, deixou valiosas contribuições.

Aos professores que compuseram minhas bancas de qualificação e defesa, Profa. Dra. Marystela Sanches; Prof. Dr. Leonardo Tonon, Prof. Dr. Marcos de Castro, agradeço pela disponibilidade e a forma carinhosa como transmitiram suas sugestões e elogios. Foram momentos especiais.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Márcio Jacometti, por compartilhar o seu conhecimento, e pela pronta disponibilidade de sempre. Obrigada por toda ajuda na construção dessa dissertação, da qual tenho muito orgulho. Além de um excelente mestre, conheci um ser humano grandioso. A construção do conhecimento científico é árdua, mas a forma como conduziu as orientações tornou a jornada mais leve. Muito Obrigada.

Aos entrevistados que, ao cederem gentilmente seu tempo e ao compartilharem informações, viabilizaram uma pesquisa científica de qualidade. Muito obrigada.

Por fim, tudo foi possível graças a Deus e a Nossa Senhora Aparecida, pois permitiram que eu chegasse até aqui de forma saudável, tanto fisicamente como psicologicamente. Obrigada por vosso amor e proteção.

RESUMO

O campo organizacional é resultado de interações ao longo do tempo entre organizações, indivíduos e o próprio contexto onde está inserido. Os fundamentos da nova teoria institucional permitem essa leitura e, nesse sentido, considerando a temática do empreendedorismo institucional, o objetivo desta pesquisa foi compreender como as ações de empreendedorismo institucional influenciaram na formação do campo organizacional do Polo Gastronômico no Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Capital do Paraná, Brasil. Para atingir este propósito, foi adotada a estratégia de pesquisa qualitativa, por meio do método de estudo de caso, cujo objeto analisado é o setor turístico-gastronômico do referido Bairro. A análise ocorreu através de recorte seccional com aproximação longitudinal no período entre os anos de 1920 a 2020. As técnicas de coleta de dados foram: pesquisa documental; e entrevistas semiestruturadas, aplicadas aos fundadores, proprietários e representantes das organizações que compuseram a amostra. Os dados foram analisados utilizando a técnica de análise de conteúdo temática, conforme Bardin (2011). No intuito de estabelecer aproximação com o campo empírico, inicialmente foi empreendida a pesquisa documental. Os dados iniciais foram então tensionados com a teoria, resultando nas categorias analíticas: empreendedorismo institucional (DIMAGGIO, 1988) no nível da ação; instituições (GREENWOOD *et al.*, 2008) no nível do contexto institucional; e campo organizacional (DIMAGGIO; POWELL, 2005; SCOTT, 1994). Posteriormente, após coleta de dados primários, as categorias foram subdivididas considerando: os eventos precipitantes (GREENWOOD; SUDDABY; HININGS, 2002); as ações de empreendedorismo institucional (DORADO, 2013); práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa (SCOTT, 2008); os atores sociais relevantes (DIMAGGIO; POWELL, 2005); e os diferentes estágios do campo organizacional (HARDY; MAGUIRE, 2008). De acordo com os achados, considera-se que as ações de empreendedorismo institucional desempenhadas pelos atores sociais identificados neste campo (tanto indivíduos; grupos e organizações), resultaram em inúmeras práticas sociais. Dentre essas, algumas se tornaram perenes, atingindo o nível de instituição. Com isso, ocorreram mudanças de ordem institucional culminando tanto na criação como manutenção de instituições. Embora a difusão institucional tenha sido amplamente realizada de forma *bottom-up*, foram ainda identificadas práticas sociais decorrentes de pressões de natureza *top-down*. Assim, conclui-se que: as ações de empreendedorismo institucional permitiram a criação de estabelecimentos voltados à gastronomia, através de práticas sociais que foram amplamente difundidas no setor. O campo organizacional, inicialmente voltado à produção agrícola, foi reconfigurado à medida que as novas práticas se institucionalizaram. Atualmente, é um campo organizacional maduro e legitimado que se tornou Polo Gastronômico e destino turístico, procurado em razão de seus restaurantes, adegas e lojas de artesanato em vime. À vista disso, a principal contribuição teórica desse estudo foi além de corroborar com o desenvolvimento da teoria sobre empreendedorismo institucional, demonstrar que as instituições se estabelecem de forma gradativa, conforme previsto por Mahoney e Thelen (2010). Em termos de contribuição prática verificou-se a institucionalização do Polo Gastronômico de Santa Felicidade, similar ao que ocorre em outros clusters.

Palavras-chave: Contexto Institucional. Empreendedorismo Institucional. Instituições. Campo Organizacional. Mudança gradual.

ABSTRACT

The organizational field is the result of interactions over time between organizations, individuals and the context in which it is inserted. The foundations of the new institutional theory allow this reading and, in this sense, considering the theme of institutional entrepreneurship, the objective of this research was to understand how institutional entrepreneurship actions influenced the formation of the organizational field of the Gastronomic Pole in the Santa Felicidade District, in the city from Curitiba, Capital of Paraná, Brazil. To achieve this objective, a qualitative research strategy was adopted, through the case study method, whose object of study is the tourist-gastronomic sector of the referred neighborhood. An analysis was carried out through a sectional profile with longitudinal approximation in the period from 1920 to 2020. As data collection techniques were: documentary research and semi-structured interviews, applied for the founders, owners and employees of the associations that made up the sample. The data were analyzed using a thematic content analysis technique, according to Bardin (2011). In order to establish an approximation with the empirical field, a documentary research was undertaken. The recent data were then tensioned with a theory, resulting in the analytical categories: institutional entrepreneurship (DIMAGGIO, 1988) at the action level; institutions (GREENWOOD et al., 2008) at the institutional context level; and organizational field (DIMAGGIO; POWELL, 2005; SCOTT, 1994). Later, after collecting primary data, the categories were subdivided considering: the precipitating events (GREENWOOD; SUDDABY; HININGS, 2002); as institutional entrepreneurship actions (DORADO, 2013); social practices supported by cultural-cognitive, normative and regulatory elements (SCOTT, 2008); the relevant social actors (DIMAGGIO; POWELL, 2005); and the different stages of the organizational field (HARDY; MAGUIRE, 2008). According to the findings, it is considered that institutional entrepreneurship actions performed by social actors identified in this field (both individuals, groups and organizations) resulted in numerous social practices. Among these, some have become perennial reaching the level of an institution. As a result, institutional changes occurred, culminating in both the creation and maintenance of institutions. Although institutional diffusion has been largely carried out of a bottom-up nature, social practices resulting from pressures of a top-down nature were also identified. Thus, it is concluded that: institutional entrepreneurship actions allowed the creation of specifications aimed at gastronomy, through social practices that were widely disseminated in the sector. The organizational field, initially focused on agricultural production, was reconfigured as new practices became institutionalized. Currently, it is a mature and legitimate organizational field, it has become a Gastronomic Pole and tourist destination, sought after due to its restaurants, wineries and wicker craft stores. In view of this, the main theoretical contribution of this study went beyond supporting the development of the theory on institutional entrepreneurship, demonstrating that institutions are gradually established, as predicted by Mahoney and Thelen (2010). In terms of practical contribution, the institutionalization of the Santa Felicidade Gastronomic Pole was verified, similar to what happens in other clusters.

Keywords: Institutional Context. Institutional Entrepreneurship. Institutions. Organizational Field. Gradual Change.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Processos inerentes à institucionalização	34
Figura 2 – Estágios da mudança institucional	36
Figura 3 – Processos <i>top-down</i> e <i>bottom-up</i> na criação e difusão institucional	38
Figura 4 – Tipos básicos de projetos para estudo de caso	54
Figura 5 – Delineamento da pesquisa	55
Figura 6 – Empreendimentos que constituem o Polo Gastronômico de Santa Felicidade (2017)	58
Figura 7 – Coleta, tratamento e análise dos dados da pesquisa	68
Figura 8 – Linha do tempo: contextualização histórica, social, e econômica do Bairro	82

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 – Foto de imigrantes italianos junto à igreja (1891).....	74
Imagem 2 – Foto de uma colona de Santa Felicidade comercializando produtos agrícolas em Curitiba (1957)	75
Imagem 3 – Foto de almoço sob encomenda: sala do Armazém da Casa dos Arcos (1945).....	78
Imagem 4 – Foto produção artesanal de vinho	80
Imagem 5 – Espaço para eventos.....	120
Imagem 6 – Coletânea de fotos da Festa da Uva de Santa Felicidade (edições 2018 a 2020).....	126
Imagem 7 – Foto de reunião da ACISF com entidades e sindicatos do setor de alimentos e bebidas, para a definição de normas de reabertura dos empreendimentos (2020).....	139

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Instituições: conceitos	26
Quadro 2 – Os três pilares de Scott	28
Quadro 3 – Trabalho Institucional (criação / manutenção / dirupção)	47
Quadro 4 – Categoria e subcategorias analíticas: empreendedorismo institucional	50
Quadro 5 – Categoria e subcategorias analíticas: instituições	51
Quadro 6 – Categoria e subcategorias analíticas: campo organizacional.....	51
Quadro 7 – Amostra do estudo (proposta inicial)	59
Quadro 8 – Amostra do estudo (final)	60
Quadro 9 – Perfil entrevistas	61
Quadro 10 – Catálogo de documentos utilizados na análise (<i>corpus</i>)	65
Quadro 11 – Correlação entre os objetivos específicos e as categorias analíticas	72
Quadro 12 – Eventos precipitantes <i>versus</i> ações de empreendedorismo institucional	102
Quadro 13 – Práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural- cognitiva em decorrência das ações de empreendedorismo institucional	135
Quadro 14 – Práticas sociais suportadas por elementos de natureza normativa em decorrência das ações de empreendedorismo institucional	142
Quadro 15 – Práticas sociais suportadas por elementos de natureza regulativa em decorrência das ações de empreendedorismo institucional / fatores <i>top-down</i>	150

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Processo de transcrição das entrevistas	67
--	----

LISTA DE SIGLAS

Sigla	Significado
ABRABAR	Associação Brasileira de Bares e Casas Noturnas
ABRASEL	Associação Brasileira de Bares e Restaurantes
ACISF	Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade
ACP	Associação Comercial do Paraná
ALEP	Assembleia Legislativa do Estado do Paraná
ANVISA	Agência Nacional de Vigilância Sanitária
B2C	<i>Business to Consumer</i>
CCVB	<i>Curitiba Convention & Visitors Bureau</i>
CIPA	Comissão Interna de Prevenção de Acidentes
ECAD	Escritório Central de Arrecadação e Distribuição
EOR	Estudos Organizacionais
IMT	Instituto Municipal de Turismo
IPPUC	Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PMC	Prefeitura Municipal de Curitiba
PPGA	Programa de Pós-Graduação em Administração
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SMS	Secretaria Municipal de Saúde
UTFPR	Universidade Tecnológica Federal do Paraná
VISA	Vigilância Sanitária

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Formulação do problema de pesquisa.....	17
1.2	Objetivos da pesquisa: geral e específicos	17
1.3	Justificativas: teórica e prática.....	18
1.4	Estrutura da dissertação	21
2	QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA	22
2.1	Teoria Institucional e Institucionalismo Organizacional	23
2.2	Contexto Institucional: ambientes técnico e institucional	24
2.2.1	Instituições	26
2.3	Campo Organizacional	29
2.4	Institucionalização, Desinstitucionalização e Mudança Institucional	33
2.5	Empreendedorismo Institucional	37
3	METODOLOGIA	49
3.1	Especificação do problema.....	49
3.1.1	Perguntas de pesquisa	49
3.2	Categorias analíticas da pesquisa.....	50
3.2.1	Definição Constitutiva (DC) e Operacional (DO) das categorias e subcategorias analíticas.....	50
3.2.2	Definição constitutiva de outros termos relevantes	52
3.3	Delimitação e delineamento da pesquisa	52
3.3.1	Delineamento e etapas da pesquisa	52
3.3.2	Procedimentos de coleta de dados	56
3.3.2.1	<u>Primeira etapa: coleta de dados secundários.....</u>	<u>56</u>
3.3.2.2	<u>Segunda etapa: coleta de dados primários</u>	<u>57</u>
3.3.3	Procedimentos de tratamento e análise de dados	63
3.3.3.1	<u>Tratamento e análise de dados secundários.....</u>	<u>63</u>
3.3.3.2	<u>Tratamento e análise de dados primários</u>	<u>66</u>
3.3.4	Facilidades e dificuldades na coleta de dados	68
3.3.5	Limitações da pesquisa.....	69
3.3.6	Aspectos éticos envolvidos na condução da pesquisa	70
4	ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	71
4.1	O caso em estudo: Contexto histórico, social, e econômico.....	72
4.2	Categoria analítica: Empreendedorismo Institucional no Polo Gastronômico.....	82
4.2.1	Eventos precipitantes <i>versus</i> ações de empreendedorismo institucional	83

4.3	Categoria analítica: Instituições constituídas no Polo Gastronômico.....	104
4.3.1	Práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva	105
4.3.2	Práticas sociais suportadas por elementos de natureza normativa	137
4.3.3	Práticas sociais suportadas por elementos de natureza regulativa.....	143
4.4	COVID-19: Evento precipitante ou processo de desinstitucionalização?.....	150
4.4.1	Alterações e impactos provocados pela pandemia	152
4.4.2	Novas ações e a intensificação de velhas práticas	163
4.4.3	Tendências pós-pandemia	172
4.5	Categoria analítica: Campo Organizacional	174
4.5.1	Atores sociais relevantes	175
4.5.2	Diferentes estágios do Campo Organizacional	179
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	183
	REFERÊNCIAS.....	188
	APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido (Entrevistas).	204
	APÊNDICE B – Roteiro de entrevista (Empresas).	206
	APÊNDICE C - Roteiro de entrevista destinado a Paróquia São José e Santa Felicidade (Festa da Uva / Festa do Frango, Polenta e Vinho)..	209
	APÊNDICE D - Roteiro de entrevista (ACISF).	211
	APÊNDICE E – O início do estudo	213

1 INTRODUÇÃO

A área de Estudos Organizacionais (EOR) propõe debates que abordam as organizações e os indivíduos nelas inseridos. Thiollent (2014), ao apresentar esse escopo, aponta diferentes perspectivas, uma vez que é necessário considerar a existência de tipologias distintas como entidades públicas, privadas e as de sociedade civil.

Nesse sentido, uma ampla análise pode ser realizada ao investigar questões tanto do ambiente interno, como das interações que acontecem junto ao ambiente externo. Observando-se, assim, práticas, princípios, estruturas, processos e condições diversas que envolvem atores múltiplos. Ainda segundo o autor (2014, p. 3), “as organizações agem e evoluem em função de fatores de competição, posições de mercado, estratégias de atividades e interações em redes”.

Levando em consideração esses aspectos, a perspectiva institucional de análise tem sido amplamente utilizada como fundamentação teórica para o entendimento dos fenômenos sociais que permeiam as organizações. Essa realidade é expressa por Jacometti *et al.* (2016, p. 429), ao comentar que:

na teoria institucional, os norteadores das práticas sociais são as instituições que configuram e conferem certas probabilidades maiores de ação em detrimento de outras. Não se trata de predeterminação, no sentido de que as coisas vão acontecer de modo uniforme, independente da vontade dos atores sociais, e sim que elas nascem numa realidade institucionalizada com tipificações que dizem como as coisas devem ser, exercendo assim pressão de configuração.

Permitindo assim, aprofundar a compreensão sobre elementos como crenças, práticas isomórficas, legitimação e institucionalização, por exemplo. Em virtude dessa versatilidade, a teoria institucional pode ser capaz de auxiliar no entendimento do ambiente organizacional.

É importante considerar que os elementos institucionais podem ser observados em níveis distintos de análise. Muitos estudos estão concentrados em analisar a pressão que as instituições exercem em um determinado contexto. Todavia, o estudo de Zucker (1977) configura-se como um diferencial ao analisar a

institucionalização a partir de uma perspectiva de microanálise, dando ênfase as interações promovidas entre indivíduos em um dado ambiente.

Caminhando em direção paralela, a partir da década de 1980, iniciam-se discussões sobre competências que determinados atores sociais possuem para empreender mudanças institucionais, surgindo o conceito de empreendedores institucionais (EISENSTADT, 1980).

Entre os autores, DiMaggio (1988) propõe que o entendimento sobre processos de criação e transformação de instituições pode ser realizado ao analisar atores sociais, quanto a capacidade de empreender institucionalmente. Assim, os chamados empreendedores institucionais articulam inovações que alteram a lógica institucional vigente, seja através de novas práticas ou conferindo novo sentido para as já existentes (DIMAGGIO, 1988; MAGUIRE; HARDY; LAWRENCE, 2004).

Posto isto, essa perspectiva teórica, considerando a temática do empreendedorismo institucional, pode ser empregada em diversos estudos que busquem o entendimento sobre campos organizacionais. Entre as possibilidades, tem-se a utilização para compreensão de organizações em ambiente turístico.

O Turismo, em si, é uma atividade de cunho socioeconômico, que quando bem planejada é capaz de promover inúmeras externalidades positivas para o destino, como a geração de empregos e de renda, aumento de divisas, novos investimentos, além de promover bem-estar (SOUSA-SANTOS; SILVA-PEREIRA, 2020; GUIZI, 2019; STEIN; NETO; DECHECHI, 2018; PINTEUS, 2017; FAGUNDES; ASHTON, 2010; SILVA, 2004). Trata-se de uma atividade que interliga diversos setores e atores da economia e atende a demandas e motivações distintas.

Essa versatilidade permitiu ao setor turístico reagir com enfrentamento mesmo diante de fortes crises econômicas. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) aponta que, mediante dados da Organização Mundial do Turismo (OMT), no ano de 2016, esse setor foi responsável pela geração de 1 a cada 11 empregos, pela movimentação de 1,84 bilhão de pessoas e realização de US\$ 1,5 trilhão em exportações, representando 10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial (SEBRAE, 2018). No caso do Brasil, segundo pesquisa realizada pela *Oxford Economic*, em 2017, a atividade turística resultou em um acréscimo de 7% do valor injetado na economia brasileira, quando comparado ao ano anterior, saltando

de US\$ 152,2 bilhões para US\$ 163 bilhões, o que representa o equivalente a 7,9% do PIB nacional (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2017).

Em nível municipal, a capital Paranaense apresenta também números expressivos. Em 2018, o Instituto Municipal de Turismo (IMT) realizou a pesquisa de demanda turística de Curitiba. Dentre alguns dos aspectos abordados, estima-se que a cidade tenha recebido em torno de 5,5 milhões de turistas, com tempo médio de permanência de quatro dias e média diária de gastos de aproximadamente 275 reais (IMT, 2018).

De acordo com o Prefeito de Curitiba, Rafael Greca, e o Vereador curitibano Mauro Ignácio, o Bairro Santa Felicidade é apontado como importante centro de comércio e um dos maiores Polos Gastronômicos do Brasil, desencadeando constante fluxo de turistas. Flora Madalosso, empresária local, enfatiza a importância dos restaurantes para o setor, ao argumentar que somente em seus estabelecimentos, os Restaurantes Madalosso e Velho Madalosso, são atendidas mensalmente cerca de 100 mil pessoas (CURITIBA, 2017a).

O Polo Gastronômico de Santa Felicidade está situado ao longo da Avenida Manoel Ribas, a partir do portal de Santa Felicidade até a Rua Ângelo Stival, abrangendo 32 empreendimentos¹ ligados à gastronomia, entre eles, restaurantes diversos, panificadoras (cafés/confeitarias), sorveteria e petiscaria (CURITIBA, 2017b).

Conforme Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 181):

Turismo gastronômico: uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos vinculados às práticas gastronômicas de uma determinada localidade. O turismo gastronômico pode ser operacionalizado a partir de atrativos como culinária regional, eventos gastronômicos e oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados, bem como roteiros, rotas e circuitos gastronômicos.

É importante ressaltar que ao enfatizar nessa localidade a tipologia Turismo Gastronômico, não se pretende excluir outras formas de turismo ali existentes, ao contrário, significa ter uma preocupação didática, que visa um direcionamento conforme o enfoque da pesquisa. Vale ressaltar que, conforme Barretto e Rejowski (2009, p. 15), diante da pluralidade humana, “toda e qualquer tipologia constitui

¹ Quantitativo indicado no mapa oficial do Polo, delimitado em 2017 (CURITIBA, 2017b).

apenas uma ferramenta epistemológica que os pesquisadores utilizam conforme suas necessidades [...]”.

Assim, a partir desta breve introdução, propõe-se como objeto de pesquisa a ser explorado, o Setor Turístico-Gastronômico do Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil. O fenômeno de sua configuração e formação se insere como oportunidade para a presente investigação.

1.1 Formulação do problema de pesquisa

Conforme exposto anteriormente, diante da relevância do Turismo enquanto atividade socioeconômica e cultural, e da importância de compreender as organizações que compõem esse setor, a partir da temática do empreendedorismo institucional, ao considerar a capacidade de ação de atores sociais imersos em um campo organizacional, esta pesquisa apresenta a seguinte indagação:

Como as ações de empreendedorismo institucional influenciaram na formação do campo organizacional do Polo Gastronômico no Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil, constituído ao longo do período entre 1920 a 2020?

1.2 Objetivos da pesquisa: geral e específicos

Exposto o problema de pesquisa, o objetivo geral é compreender como as ações de empreendedorismo institucional influenciaram na formação do campo organizacional do Polo Gastronômico no Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil, constituído ao longo do período entre 1920 a 2020.

Para o atingimento do objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

1. Descrever a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade.
2. Identificar as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020.

3. Identificar as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa.
4. Descrever e avaliar a formação do campo organizacional no período de 1920 a 2020.

1.3 Justificativas: teórica e prática

Antes de discorrer sobre as justificativas deste estudo, é necessário ainda que brevemente, apresentar as motivações pessoais para esta pesquisa. Sou Turismóloga, e possuo interesse em compreender o desenvolvimento e promoção da atividade turística em determinados ambientes. À vista disso, somado ao cumprimento de requisitos acadêmicos, o delineamento inicial surgiu em torno de uma inquietação pessoal, quanto aos motivos que levaram ao desenvolvimento segmentado de empresas voltadas a gastronomia nessa região, e que atraem inúmeros visitantes, excursionistas e turistas ao longo dos anos.

Uma situação similar é percebida, por exemplo, nas cidades irmãs de Canela e Gramado (RS), com a inúmera concentração de chocolaterias. Aqui, ainda, caberia discussão para os mais variados exemplos, como: a Cidade de Campo Largo (PR), devido à produção de louças em porcelana; Imbituva (PR), conhecida como “Cidade das malhas”; Jáu (SP), considerada a capital do calçado feminino; entre tantas outras localidades que perduram em função de seus aglomerados, sejam eles em contexto turístico ou não.

Dito isto, e considerando o andamento do mestrado, mais especificamente as leituras realizadas durante a disciplina de Tecnologia, Mudança e Instituições, adotou-se como pressuposto que a teoria institucional seria capaz de fornecer conceitos para compreensão do objeto de estudo em questão.

À face do exposto, ao efetuar a busca por referenciais teóricos, constatou-se que, embora a teoria institucional seja amplamente discutida na Administração, existe uma lacuna a ser explorada no que tange a abordagem voltada para organizações em contexto turístico. A pesquisa inicial considerou o panorama quantitativo referente às produções acadêmicas que utilizam essa perspectiva teórica.

Para tanto, foi utilizada a ferramenta de pesquisa *Google Scholar*, devido a sua ampla capacidade de indexação, uma vez que compila diversas bases de dados de conteúdo aberto. Assim, foi delimitado o período entre 2010 a 2019, no qual os argumentos de busca poderiam ocorrer em qualquer parte do texto. O termo “*institutional theory*” resultou 40.300 publicações, contra apenas 741 resultados quando utilizadas conjuntamente as *tags* “*institutional theory, institutional entrepreneurship and tourism*”. Esse quantitativo se mostrou ainda mais limitado ao empregar os respectivos termos em português, totalizando apenas 32 ocorrências. Falaster, Zanin e Guerrazzi (2017) corroboram com os números encontrados, uma vez que, conforme os autores, ainda são restritos os estudos ligados ao turismo que se apropriam da perspectiva institucional, além de defenderem que essa é uma lacuna a ser explorada.

Ademais, dentro do panorama nacional foi considerado o termo “polo gastronômico”, resultando 548 estudos. Todavia, ao pontuar os termos “polo gastronômico” e “teoria institucional”, apenas duas ocorrências foram observadas, sendo elas o estudo de Zaneti (2012), realizado em Brasília, que descreve a valorização de produtos tradicionais (pequi) na alta gastronomia, e a pesquisa de Freitas (2018), feita em Uberlândia. A última analisou as múltiplas manifestações culturais no ambiente de trabalho gastronômico, bem como o reflexo destas no preparo de pratos.

No entanto, ao consultar os dois trabalhos, foi possível constatar que o termo teoria institucional foi mencionado nos textos uma única vez como ótica de análise de autores citados nas pesquisas, respectivamente, Fligstein sobre a Sociologia dos mercados, e Hatch e Cunliffe sobre as inter-relações organização-ambiente. Desta forma, os estudos observados possuem abordagens distintas àquelas propostas nesta pesquisa. Ainda, é necessário destacar que não houve quantitativo ao utilizar simultaneamente os argumentos de busca “polo gastronômico”, “teoria institucional” e “empreendedorismo institucional”.

Frente ao exposto, sob a ótica da relevância teórica, este estudo mostra-se pertinente e se apresenta como uma oportunidade ao buscar elementos empíricos que possam dialogar com essa teoria, uma vez que investiga a temática do empreendedorismo institucional e sua relação com a criação e manutenção de

instituições, bem como a formação de campo organizacional. A partir da análise de organizações em nível setorial com aproximação longitudinal, foi resgatado mais de um século de história, e foram identificadas as mudanças institucionais desde o início da formação deste ambiente organizacional até o ano de 2020.

Para além de aspectos teóricos, há de se considerar ainda a valorização da região em virtude de traços culturais, imbricados no próprio objeto de estudo. Santa Felicidade possui importância histórico-cultural enquanto núcleo de imigrantes italianos, indo além, pela simbologia gastronômica que reflete, a exemplo de estudos representativos sobre o tema, como o de Maranhão (2014), e de Bellio (2018). E ainda, observado em homenagem proferida pela Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (ALEP) para as famílias de imigrantes italianos, conforme Campana (2013) ao registrar a fala do então deputado Ney Leprevost “um pedaço da Itália na capital paranaense”. São memórias visuais, gustativas e olfativas, que estão presentes na vida de curitibanos, paranaenses, e para além-fronteiras estadual e nacional.

Por conseguinte, quanto à relevância prática, uma vez que o estudo pondera sobre organizações ligadas à atividade turística e reconhece a importância dos atores para a composição do Setor, ao descrever as ações de empreendedorismo institucional por eles desenvolvidas, espera-se que a partir dos resultados obtidos seja possível fornecer *insights* para novas pesquisas. Auxiliando ainda, esta e demais localidades quanto a ações futuras, ligadas, por exemplo, ao planejamento da atividade turística; estratégias de *marketing* de destinos turísticos; questões relacionadas ao bem-estar das comunidades locais; políticas de promoção; e desenvolvimento e fortalecimento da competitividade setorial.

Além de, valorizar e propiciar uma reflexão sobre as contribuições promovidas por estas organizações sejam as de aspectos culturais, elencadas anteriormente; as de cunho socioeconômico, como geração de renda e de empregos diretos e indiretos; ou ainda outras que se encaixem neste cenário.

Por fim, é importante salientar que os esforços empreendidos nesta pesquisa estão alinhados ao Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), pois, enquanto discente, estou inserida na linha de pesquisa Tecnologia e Desenvolvimento Organizacional.

Assim, a descrição contida em Maximiano (2009, p. 313) pode clarificar a relação existente entre organizações e tecnologia, em que:

as organizações (e todos os tipos de grupos sociais) transformam o conhecimento e a experiência em recursos, produtos e serviços [...]. Tecnologia é o repertório de conhecimentos utilizados pelas pessoas e organizações para resolver problemas.

Assim, findado o propósito do estudo, a estruturação da pesquisa é apresentada a seguir.

1.4 Estrutura da dissertação

Esta dissertação está dividida em cinco capítulos, conforme:

Capítulo 1. Introdução. Anteriormente apresentada. Contempla o tema, o problema de pesquisa, o objetivo geral e os específicos, bem como a relevância do estudo expressa pelas justificativas teórica e prática.

Capítulo 2. Quadro Teórico. Utiliza como lente a nova teoria institucional, promovendo a discussão sobre termos como: instituições, institucionalização, campo organizacional, mudança institucional e empreendedorismo institucional.

Capítulo 3. Metodologia. Este item corresponde aos procedimentos metodológicos adotados nessa pesquisa, expondo o delineamento do estudo e as etapas de coleta e tratamento de dados.

Capítulo 4. Análise dos dados e discussão dos resultados. Dispõe sobre o capítulo onde são apresentados e discutidos os resultados, em consonância com a perspectiva teórica adotada.

Capítulo 5. Considerações finais. Nesse capítulo são apresentadas as ponderações finais do estudo, inclui os principais achados e recomendações de estudos futuros.

2 QUADRO TEÓRICO DE REFERÊNCIA

Para Demo (1985, p. 25), “o grande valor da pesquisa empírica é o de trazer a teoria para a realidade concreta”. Dessa forma, este capítulo de fundamentação teórica retrata a lente utilizada na análise do objeto de estudo.

Primeiramente, apresenta uma introdução sobre a teoria institucional em sua vertente sociológica, com enfoque no institucionalismo organizacional. Aborda o contexto institucional, formado pelos ambientes técnico e institucional. Adota o conceito proposto por Greenwood *et al.* (2008) de instituição enquanto prática social, em complemento a proposição defendida por Scott (2008), tendo como base os pilares regulativo, normativo e cultural-cognitivo. Estes conceitos foram utilizados para explorar a categoria analítica instituições e correspondem ao terceiro objetivo específico: Identificar as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa.

Em relação a campo organizacional, o debate tem por finalidade explorar o tema relacionado ao quarto objetivo específico: Descrever e avaliar a formação do campo organizacional no período de 1920 a 2020. Foi embasado conforme concepções de DiMaggio e Powell (2005); Scott (1994); e Hardy e Maguire (2008) .

A seção sobre empreendedorismo institucional apresenta os elementos necessários para compreensão do conceito, correspondente ao segundo objetivo específico: Identificar as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020. Utilizando as definições propostas por DiMaggio (1988); Greenwood, Suddaby e Hinings (2002); e Dorado (2013), considerando ainda a lógica de microanálise institucional (SCOTT, 2008; ZUCKER, 1977), bem como trazendo contribuições teóricas e empíricas encontradas nos trabalhos de: Battilana (2006); Li, Feng e Jiang (2006); Mutch (2007); Svejenova, Mazza e Planellas (2007); Czarniawska (2009); Avrichir e Chueke (2011); Baratter, Ferreira e Costa (2010); Ometto e Lemos (2010); Smothers *et al.* (2014); e Arruda (2016).

2.1 Teoria Institucional e Institucionalismo Organizacional

A partir de influências dos sociólogos europeus Émile Durkheim e Max Weber, Talcott Parsons torna-se um dos precursores da teoria institucional. Entre as obras do autor, França (2009) sinaliza a importância do livro *The structure of social action* (1937), a qual reside uma sociologia das organizações, fato que contribui para o debate sobre instituições. Posteriormente, Regatieri (2019, p. 194), menciona que em *The social system* (1951), “[...] Parsons concebe três sistemas de ação: personalidade, sociedade e cultura”.

Domingues (2001), ao discorrer sobre a Sociologia de Parsons, argumenta que a ação social é defendida como qualquer conduta humana, cuja motivação ocorre a partir de um evento externo. Já o sistema social representa a totalidade integrada, que abrange tanto o indivíduo, como o meio e a sociedade. Na existência de um problema, em qualquer uma dessas partes, a totalidade do sistema será atingida.

Ainda, atribui-se a Phillip Selznick o pioneirismo da abordagem institucional nos estudos organizacionais, por meio de uma importante obra lançada em 1957, intitulada *Leadership in Administration* (GOULART; VIEIRA; CARVALHO, 2005). Selznick (1957) discorre sobre o funcionamento das organizações e como a liderança impacta na institucionalização, não se limitando apenas a conceitos de eficiência, mas considerando a história da organização ao longo do tempo, e as variáveis que a compõe, como por exemplo, pessoas, grupos de interesse, e o ambiente a qual pertence.

Em conformidade, Holanda (2003), aponta que nesse período de transição da década de 1950 para 1960, as organizações, antes vistas de forma isolada, agora passam a ser analisadas como uma estrutura conectada e interdependente do meio onde estão inseridas, e argumenta:

não obstante as diferenças e variações de enfoque, a teoria institucional se destaca da [sic] demais teorias organizacionais por colocar o ambiente como determinante central da estrutura organizacional, analisando, porém, a interação organização-ambiente sob o prisma dos elementos culturais – valores, símbolos, mitos, sistemas de crenças e programas profissionais (HOLANDA, 2003, p. 26).

Nesse momento, o posicionamento defendido por Berger e Luckmann (2004, p. 76), é o de que “a ordem social existe unicamente como produto da atividade humana”, conceituando que as organizações são um produto baseado na construção social da realidade, onde ocorrem compartilhamentos imbuídos de significados em comum, condições estas necessárias para a institucionalização.

O institucionalismo sociológico surge ao final da década de 1970 e defende que as novas instituições devem surgir em um contexto já permeado por instituições, servindo como modelo para as demais. Além disso, considera os indivíduos como atores sociais dentro de um ambiente social específico (HALL; TAYLOR, 1996).

Sendo assim, o contexto institucional é formado pela reunião de acontecimentos que influenciam as organizações (HALL, 2004). Se por um lado, no velho intitucionalismo as organizações se transformavam em instituições, de outro, o novo institucionalismo considera que as instituições são práticas passíveis de transformação (CHAERKI; RIBEIRO; FERREIRA, 2019).

Nesse cenário, Powell e DiMaggio (1991) compilam importantes estudos da época, na obra intitulada *The new institutionalism in organizational analysis*, avaliando a evolução das organizações por meio da perspectiva institucional, ou institucionalismo organizacional, como ficou conhecido. Os autores também fornecem especial atenção à criação e mudança de instituições, levando em consideração os aspectos históricos e o papel dos indivíduos envolvidos nesses processos.

2.2 Contexto Institucional: ambientes técnico e institucional

A perspectiva institucional como ferramenta de análise da competitividade organizacional, não se limita apenas em torno das pressões de ordem técnica e financeira. Mas, procura também compreender a influência gerada por aspectos sociais e culturais (MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996). Em outras palavras, as organizações devem ser interpretadas considerando o contexto institucional em que estão imersas.

Scott (1992, pp. 157-158), por sua vez, defende uma distinção entre ambiente institucional e ambiente técnico. Para ele, o ambiente institucional se dá

“pela elaboração de normas e exigências a que as organizações se devem conformar se querem obter apoio e legitimidade do ambiente”, enquanto que ambiente técnico se refere a oferta de “um produto ou serviço que é trocado no mercado e às organizações que são premiadas pelo controle eficiente e eficaz do processo de trabalho”.

Aqui, a distinção dicotômica de ambientes promovida por Scott (1992) é útil e interessante no sentido didático, tornando mais claro o entendimento sobre os elementos que compõem a totalidade do contexto institucional. No entanto, o mesmo autor reconhece posteriormente que tanto aspectos de ordem técnica como institucional são facetas de um mesmo ambiente (SCOTT, 2008). Nesse sentido, embora os ambientes sejam empiricamente concomitantes, Machado-da-Silva e Fonseca (1996) argumentam sobre a possibilidade de existir uma sobreposição de um em relação ao outro, quanto a sua influência, ditada conforme cada realidade organizacional.

De acordo com Fonseca (2003) o ambiente técnico é aquele onde ocorrem trocas de bens e serviços, com ocorrência de isomorfismo competitivo. Uma vez que este ambiente segue uma lógica de ordem econômica, as organizações passam a ser avaliadas conforme sua eficiência técnica (FONSECA, 2003; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996). Buscando alinhar-se ao contexto em que estão inseridas e almejando a legitimidade, as organizações muitas vezes necessitam promover adequações seja, por exemplo, em produtos e serviços, ou em suas políticas de atuação (MEYER; ROWAN, 1977).

Considerando o ambiente institucional, Scott (1987) menciona que a análise deve levar em consideração tanto o nível geral como o imediato. Nesse sentido, Machado-da-Silva e Fonseca (1996) parecem complementar esta ideia, argumentando que estas relações podem ocorrer em diferentes níveis, a saber: local, regional, nacional, ou ainda internacionalmente. Considerando então este objeto de estudo, os elementos presentes nos ambientes técnico e institucional que compõem o contexto institucional do Polo Gastronômico de Santa Felicidade, serão observados localmente, uma vez que as relações interorganizacionais ocorrem dentro de um setor bem delimitado geograficamente.

2.2.1 Instituições

Peci (2006), em seu estudo sobre a aplicação da nova teoria organizacional em estudos organizacionais, lança uma crítica quanto à variedade conceitual de instituição, por possuir aspectos questionáveis tanto em relação à argumentação teórica, como quanto a sua aplicabilidade,

A exemplo, o Quadro 1 remete ao estudo de Chaerki, Ribeiro e Ferreira (2019) que a partir de uma coletânea da literatura institucional, realizaram um compilado de conceitos adotados como instituição.

Quadro 1 – Instituições: conceitos

Autores	Definição de instituição	Palavras-chave
Scott (2001).	Estruturas sociais multifacetadas e duráveis, feitas de elementos simbólicos, atividades sociais e recursos materiais. Estruturas sociais que atingiram um alto grau de resiliência e aceitação social, fornecendo significado coletivo para as ações particulares. [...]. Instituições impõem restrições definindo limites legais, morais, e culturais que separam atividades legítimas de ilegítimas e também sustentam e autorizam atividades e atores. Instituições fornecem guias e recursos para agir bem como proibições e pressões sobre a ação.	Estrutura social (regras, recursos e elementos simbólicos) resiliente e aceita. Guias. Significado coletivo.
Greenwood <i>et al.</i> (2008).	Comportamento social repetitivo dado como certo, que é amparado por sistemas normativos e entendimentos cognitivos que dão sentido ao intercâmbio social que permitem a autorreprodução da ordem social.	Repetição dada como certa. Autorreprodução.
Powell e DiMaggio (1991).	Modelos de expectativas dadas como certas que constroem e constituem os caminhos nos quais soluções são procuradas. Portanto, as possíveis escolhas individuais e as suas preferências são alteradas ao serem entendidas dentro de <i>frameworks</i> culturais e históricos, nos quais os indivíduos estão imersos.	Modelos de expectativas dadas como certas.
Peci, Vieira e Clegg (2006).	É um tipo de convenção que assume o <i>status</i> de regra. Modelos de referência. As instituições regulam a imagem da realidade para os sujeitos que atuam e participam de certa sociedade. Essas interpretações tipificam atores e ações e circulam como saber comum de todos os sujeitos que participam dessa sociedade.	Regras. Modelos de referência. Saber comum.
Selznick (1957).	Resultado de processos de interação e adaptação, sendo o produto naturalmente constituído por meio das necessidades e das pressões sociais, desse modo, caracterizando-se por um sistema social.	Sistema social
Jepperson (1991).	Representa um padrão que alcançou <i>status</i> de aceito.	Padrão
Berger e Luckmann (2005).	Qualquer tipificação que alcança <i>status</i> de que algo pode ser dado como certo (<i>taken-for-granted</i>).	<i>Taken-for-granted</i>
Giddens (2003).	Características mais duráveis da vida social que são solidificadas através do tempo e espaço.	Durabilidade. Solidificação.

Fonte: Adaptado de Chaerki, Ribeiro e Ferreira (2019, p. 67)

Tendo como base o Quadro 1, associado ainda a outros autores, torna-se claro a diversidade de posicionamentos sobre o que pode ser considerado uma

instituição. Holanda (2003, p. 29), por exemplo, pontua que “[...] uma instituição pode ser definida como uma regra, formal ou informal, criada pelos indivíduos para regular a interação entre eles numa sociedade”, nesse sentido definindo instituição enquanto regra/coerção.

No mesmo caminho, enquanto estrutura coercitiva, Scott (2008) compreende uma instituição como estruturas ou processos sociais que tendem a ser permanentes, porém não imutáveis. São orientadas por elementos reguladores, normativos e cultural-cognitivos², considerando aspectos relacionados a símbolos, comportamentos, atividades e recursos. Ora são responsáveis por restringir ações, ora agem capacitando atividades e atores.

Por outro lado, há ainda, autores como Powell e DiMaggio (1991) que estabelecem instituição enquanto *frameworks*; outros como Jepperson (1991) pontuando instituição enquanto padrões. Para Greenwood *et al.* (2008, p. 5), instituição:

refere-se ao comportamento social repetitivo dado como certo, que é amparado por sistemas normativos e entendimentos cognitivos que dão sentido ao intercâmbio social e permitem a auto reprodução da ordem social.

Nesse sentido, entre as possibilidades apresentadas, essa dissertação adota a definição de Greenwood *et al.* (2008), que segundo Baratter (2014) remete ao entendimento de instituição enquanto prática social perene em um dado campo organizacional. No caso aqui expresso, entendendo as práticas sociais que se institucionalizaram ao longo do tempo, configurando o atual Polo Gastronômico de Santa Felicidade.

Somado ao conceito definido por Greenwood *et al.* (2008), associa-se também nessa dissertação a definição de elementos institucionais trazida por Scott (2008, p. 48), na qual “instituições são compostas por elementos reguladores, normativos e cultural-cognitivos que, juntamente com atividades e recursos associados, fornecem estabilidade e significado para a vida social”. Assim, a análise desse estudo compreende as práticas sociais suportadas por elementos de natureza

² Scott (2008) confere pesos iguais aos elementos regulativos, normativos e culturais-cognitivos.

cultural-cognitiva, normativa e regulativa. O Quadro 2 apresenta as relações existentes em cada pilar.

Quadro 2 – Os três pilares de Scott

	Pilar Regulativo	Pilar Normativo	Pilar Cultural-Cognitivo
Bases da submissão	Utilidade	Obrigação social	Práticas garantidas
Mecanismos	Coercitivo	Normativo	Mimético
Indicadores	Regras; Leis; Sanções.	Certificação, Acreditação	Crenças comuns; Lógica de aço compartilhada; Isomorfismo.
Bases da legitimidade	Legalmente sancionado	Moralmente governado	Culturalmente sustentado

Fonte: Adaptado de Scott (2008, p. 51)

De acordo com Scott (2008), o pilar regulador institui a es de restri o ou capacita o de comportamentos em um determinado contexto, por meio de processos regidos por regras, a es monitoradas e ainda pela aplica o de sanç es, sejam elas punitivas ou compensat rias. A operacionaliza o desse pilar pode ocorrer tanto por mecanismos informais como formais.

O pilar normativo, por sua vez, est  relacionado   ideia de prescri o, avalia o e obriga o, aos quais os membros de um contexto social est o submetidos. Fornecendo assim, diretrizes para as a es e, estabelecendo defini es quanto a direitos e obriga es sociais. H  uma tend ncia de que institui es formadas nesse pilar sejam partid rias de crenças e valores comuns, incluindo a concep o de moralidade.

E, por fim, o pilar cultural-cognitivo, que est  fortemente conectado   concep o de realidade socialmente constru da, uma vez que existe o alinhamento do conhecimento cultural, baseado num processo de interpreta o subjetiva que ao mesmo tempo   moldado por aspectos externos. Nesse caso, existe uma intera o entre os atores e as a es s o compartilhadas por serem consideradas certas.

Considerando os aspectos abordados anteriormente, Guarido Filho e Machado-da-Silva (2001, p. 35) advogam que “a no o de contexto institucional das organiza es resulta de concep o mais elaborada e abrangente do ambiente, envolvendo n o apenas a dimens o econ mica, mas tamb m a sociocultural [...]”. Assim, Vieira (2019, p. 29) menciona que:

Teóricos neoinstitucionais tratam das organizações como uma população dentro de um campo organizacional, cuja composição do contexto institucional é vertical, no entanto, estão interligadas de forma horizontal, de modo que a totalidade dessas organizações são submetidas às pressões dentro deste contexto.

Dessa forma, é possível inferir que, se por um lado, o contexto institucional remete a ideia de algo macro, por outro, é necessário considerar um ambiente menos amplo, mas onde ocorrem as maiores interações e compartilhamentos entre os pares. Esse espaço é denominado campo organizacional, e será discutido a seguir.

2.3 Campo Organizacional

DiMaggio e Powell (2005, p. 76) definem campo organizacional como “aquelas organizações que, em conjunto, constituem uma área reconhecida da vida institucional: fornecedores-chaves, consumidores de recursos e produtos, agências reguladoras e outras organizações que produzem serviços ou produtos similares”, dentro do qual há uma tendência de que a interação entre eles, quando comparado a elementos externos ao campo, seja mais forte por compartilharem significados em comum (SCOTT, 1994).

Ademais, DiMaggio e Powell (2005) a partir de uma contextualização inicial, mencionam a burocratização e racionalização como formas de controlar os mercados competitivos e o Estado. Mas, sinalizam também a existência de novos agentes racionalizadores, capazes de direcionarem mudanças nas organizações, tornando-as mais similares entre elas sem, no entanto, voltarem-se necessariamente a questões de competitividade e eficiência. De modo que, à medida que campos organizacionais bem estruturados emergem, existe um movimento em direção à homogeneidade estrutural, cultural e de resultados.

Ainda segundo DiMaggio e Powell (2005), a homogeneização entre organizações pode ser mais facilmente entendida por meio da definição de isomorfismo. Esse processo leva as empresas a estabelecerem similaridades, e está dividido em isomorfismo competitivo e isomorfismo institucional (DIMAGGIO; POWELL, 2005; MEYER, 1979).

Enquanto o isomorfismo competitivo está atrelado à noção de competição de mercado, o isomorfismo institucional trata das diferentes pressões que permeiam as organizações, em resposta às questões políticas, de legitimação, normativas e de ordenamento social e econômico. Este último, por sua vez, se divide em três tipos: coercitivo, mimético e normativo (DIMAGGIO; POWELL, 2005).

O isomorfismo institucional do tipo coercitivo está associado a respostas em decorrência a ordens governamentais e influências políticas; adequações legais e fiscais; políticas afirmativas; entre outras. Trata-se de uma espécie de protocolo a ser seguido e sua aplicação pode ocorrer de maneira coercitiva, persuasiva ou como uma forma de pertencimento.

O isomorfismo institucional mimético pode ser entendido como um processo de imitação de uma organização em relação à outra, ocorrendo como resposta às incertezas e ambiguidades do ambiente em que estão inseridas. Ao acreditar que, determinadas organizações conferem modelos de boas práticas; ofertam melhores condições de trabalho; possuem maior experiência devido ao tempo de funcionamento; ou ainda ao considerar exemplos de sucesso.

No caso do isomorfismo institucional normativo, este se constitui pela profissionalização, pois destaca a importância da educação formal e das redes profissionais. Organizações que aderem a essa estratégia tendem a reter seus talentos, uma vez que os benefícios ofertados são semelhantes aos praticados por seus concorrentes. Essa similaridade entre os pares é visto como um diferencial, pois facilita a comunicação entre organizações; a competição por status; e ainda pode estar atrelado a fatores de elegibilidade para contratos tanto públicos como privados.

No entanto Machado-da-Silva e Fonseca (1996) chamam atenção ao fato de que, embora a influência de mecanismos isomórficos esteja presente em ambientes organizacionais, não se trata de um fator limitador quanto à capacidade de agir das organizações, uma vez que a competição entre empresas não é excluída simplesmente por haver comportamentos homogêneos.

Assim, dentro do contexto isomórfico institucional, percebe-se que há um ponto de convergência encontrado entre os três tipos de mecanismos³, que se refere à busca por legitimação das organizações. Na perspectiva institucional organizacional, a legitimidade assume importante papel quanto à sobrevivência de organizações, bem como a perpetuação de instituições (SCOTT, 2008).

Nesse sentido, o estudo de Deephouse *et al.* (2017), apresenta uma revisão sobre as definições de legitimidade organizacional. A exemplo, segundo os autores (2017), Meyer e Scott (1983) trazem à discussão o conceito de legitimidade pautado em aspectos cognitivos, o qual Scott (2008, pp. 59-60) defende a ideia de legitimidade enquanto “[...] uma condição que reflete alinhamento cultural, suporte normativo ou consonância com regras ou leis relevantes”, já Suchman (1995, p. 574) defende que “legitimidade é uma percepção generalizada ou suposição de que as ações de uma entidade são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de algum sistema de normas, valores, crenças e definições socialmente construídas”.

Logo, o posicionamento de Scott (2008) tratado anteriormente, quanto à sobrevivência e perpetuação de organizações, vai ao encontro da percepção de Holanda (2003), ao pontuar que o campo organizacional, num primeiro momento, emerge de um ambiente com instituições trabalhando de forma isolada, mas à medida que novos arranjos são formados e as conexões aumentadas, um maior nível de institucionalização é atingido.

Os autores Machado-da-Silva, Guarido Filho e Rossoni (2010), debatem sobre campo organizacional a partir de seis perspectivas teóricas, e ao final propõem uma análise considerando a visão estruturalista. As definições correspondem a:

(1) Campo como a Totalidade dos Atores Relevantes: nessa esfera apresentam os conceitos de DiMaggio e Powell (2005) e Scott (1994) (discorridos no início desta seção 2.3). A relação entre os atores é fortemente marcada pelo compartilhamento de significados comuns, com presença de isomorfismo estrutural. Há um sentimento de pertencimento comum entre as organizações.

³ Scott (2008) trata como mecanismos de mudança, o que DiMaggio e Powell (2005) chamam de pressões institucionais, ou isomorfismo institucional (coercitivas, miméticas e normativas).

(2) Campo como Arena Funcionalmente Específica: a delimitação de fronteiras dentro de um campo nem sempre é de fácil resolução. Nesse sentido esta abordagem faz uma demarcação, ainda que arbitrária, considerando organizações similares ou não, mas que possuem uma relação de interdependência, desempenhando uma mesma função social.

(3) Campo como Centro de Diálogo e de Discussão: neste cenário o campo se torna mais estruturado à medida que as interações são intensificadas e as informações compartilhadas. O diálogo e as discussões são formados em torno de uma temática reunindo atores com interesses distintos, sendo o campo o resultado destas negociações (MACHADO-DA-SILVA; GUARIDO FILHO; ROSSONI, 2010; HOFFMAN, 1999; HOFFMAN, 2001).

(4) Campo como Arena de Poder e de Conflito: aqui a ênfase ocorre a partir da noção de poder em Bordieu. São organizações disputando o controle de recursos que conferem o funcionamento ao campo.

(5) Campo como Esfera Institucional de Interesses em Disputa: neste modelo há também uma relação de poder, assim como no anterior. No entanto, sendo articulado o conceito de habilidades sociais proposto por Fligstein (2001). Cujas lógicas existentes neste campo ocorrem por meio de atores dominantes (sejam organizações ou indivíduos), persuadindo outros integrantes do campo a agir conforme seus interesses.

(6) Campo como Rede Estruturada de Relacionamentos: o campo funciona como uma rede de relacionamentos. Ora estruturado, ora estruturante. Aqui a noção de agência é resgatada.

Considerando os apontamentos de Machado-da-Silva, Guarido Filho e Rossoni (2010), este estudo possui maior aderência com a noção de campo enquanto totalidade dos atores relevantes. Visto que, o campo organizacional observado refere-se ao Polo Gastronômico de Santa Felicidade, no qual circundam entre as empresas gastronômicas e as voltadas ao turismo, consumidores (moradores locais / turistas); fornecedores; agências regulatórias; entre outros.

De acordo com Chaerki, Ribeiro e Ferreira (2019), o campo organizacional é um termo central dentro do institucionalismo organizacional. Uma vez que, as relações existentes neste ambiente podem fortalecer as instituições, com isso as

práticas isomórficas dependem diretamente do nível de configuração em que se encontra o campo.

Na definição proposta por Hardy e Maguire (2008), os campos organizacionais podem ser distinguidos em emergentes, maduros e em crise. Os campos emergentes são caracterizados por normas ainda em desenvolvimento e difusão de poder, visto que as práticas não atingiram a institucionalização. Ao contrário, estabilidade é a palavra-chave em campos maduros, nos quais há existência de uma lógica a ser seguida com práticas legitimadas, e os atores centrais são bem definidos. Por outro lado, campos em crise são marcados por conflitos, geralmente desencadeados por atores que se sentem prejudicados dentro da lógica institucional existente. A desinstitucionalização é uma resposta a práticas que precisam ser alteradas.

2.4 Institucionalização, Desinstitucionalização e Mudança Institucional

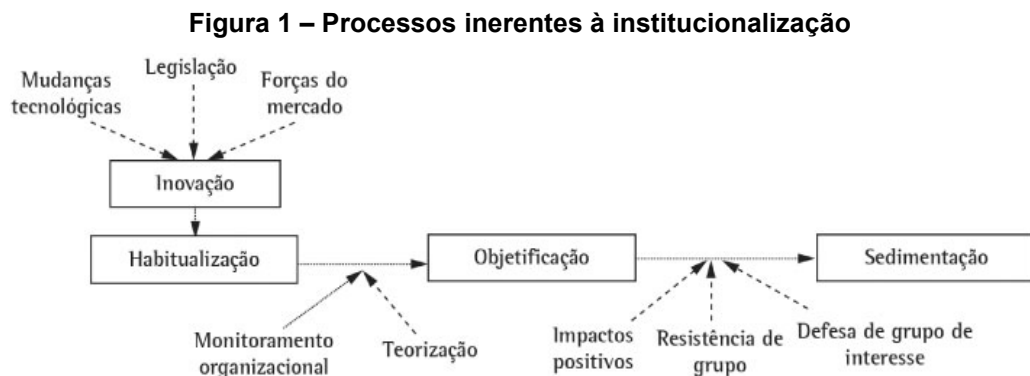
Para Scott (2008), a institucionalização é desencadeada à medida que ações repetidas e dotadas de significado em comum por membros de uma determinada estrutura social, passam a ser perpetuadas ao longo do tempo, tornando-se habituais.

Por conseguinte, os autores Nascimento, Rodrigues e Megliorini (2010, p. 5) argumentam que “[...] é de se presumir que a total institucionalização possa depender de dois fatores: baixa resistência de ator ou conjunto de atores e divulgação continuada do feito e/ou dos benefícios auferidos e possíveis de mensuração e evidenciação”.

Peci (2006), ao analisar estudos que se utilizam da nova teoria institucional, observa a existência de diferentes abordagens, em termos como níveis de análise e paradigmas. A autora lança críticas ao encontrar inconsistências dentro desta perspectiva teórica. Contudo, chama atenção para o estudo de Zucker (1977), considerando que esta autora se apropria de forma adequada da base construtivista ao analisar a institucionalização a partir de um novo olhar, a microanálise institucional (indivíduos e suas relações no contexto observado).

Zucker (1977) considerou em seu estudo questões como transmissão, manutenção, e resistência à mudança. Concluindo que, quanto mais institucionalizado uma norma está, maior será a resistência a mudança.

Vale destacar aqui o aspecto de institucionalização em duas visões: de um lado os autores Berger e Luckmann (2004), Meyer e Rowan (1977) e Zucker (1977), cuja visão estabelece que os atores individuais são responsáveis por conduzir o processo. Por outro lado, tem-se em Tolbert e Zucker (2014), a visão de que as organizações são responsáveis por essa mudança, incorrendo em três momentos distintos: (1) a habitualização, (2) a objetivação e (3) a sedimentação, conforme mostra a Figura 1.



Fonte: Tolbert e Zucker (2014)

De acordo com Tolbert e Zucker (2014), a institucionalização é iniciada a partir de uma inovação, seja ela proveniente de uma mudança tecnológica, uma nova lei em vigor ou de pressões existentes no mercado. Na fase de habitualização (pré-institucionalização) são apresentados novos padrões de comportamento a fim de solucionar um problema existente. Neste momento a organização, com interesse na mudança, monitora e expõe o fracasso de ações anteriores, propondo ações alternativas através de um esforço de teorização.

Na fase seguinte, a da objetivação (semi-institucionalização), mesmo diante de impactos positivos, a existência de grupos com interesses particulares pode provocar uma resistência à mudança, dificultando o processo. No entanto, após ser estabelecido um determinado nível de consenso social, decorrente do esforço de

teorização, estes novos comportamentos ganham significado, sendo socialmente compartilhados.

Por fim, a sedimentação representa o momento de difusão da inovação. Ou seja, as novas práticas são aceitas e transmitidas ao longo do tempo. Atinge-se assim, o estágio final da institucionalização que resulta em uma nova instituição. Dessa forma, Tolbert e Zucker (2014) discordam de abordagens organizacionais que privilegiam uma visão dicotômica, limitada a pontuar se algo está institucionalizado ou não. Para as autoras a institucionalização corresponde a um processo.

Na acepção de Jepperson (1991), as instituições tendem a resistir à mudança, promovendo sua automanutenção e restauração. Já os estudos de Lawrence, Winn e Jennings (2001) apresentam as fases da institucionalização (inovação, difusão, legitimação e desinstitucionalização), considerando o aspecto temporal (ritmo e estabilidade) ditado pelos mecanismos adotados no processo (influência, força, disciplina e dominação).

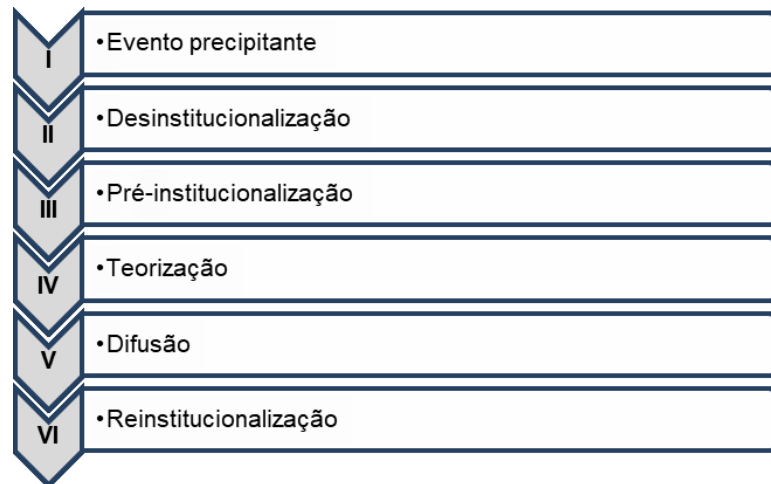
Na concepção de Oliver (1992), a desinstitucionalização pode ocorrer quando práticas, antes institucionalizadas, perdem força dentro das organizações. Entre os fatores que impulsionam a mudança institucional podem ser citados os mecanismos de ordem política, funcional ou ainda social. Nesse sentido, de acordo com a autora, durante o período de desinstitucionalização as organizações encontram-se no chamado vácuo institucional, até que novas práticas sejam adotadas e legitimadas.

Por outro lado, Machado-da-Silva, Fonseca e Crubellate (2010), ao contrário do que acreditam ser a visão determinística de Tolbert e Zucker (2014), defendem uma lógica de institucionalização recursiva, de forma intersubjetiva, focada nos elementos: estrutura, agência e interpretação. Ou seja, agência e estrutura ocorrem simultaneamente, uma vez que a interpretação desse sistema é realizada pelos atores sociais. Dessa forma, Machado-da-Silva, Fonseca e Crubellate (2010) advogam que pode ocorrer tanto a reprodução de estruturas quanto a reinterpretção destas, incorrendo assim na possibilidade de mudança.

Para os autores Greenwood, Suddaby e Hinings (2002), a mudança institucional passa por etapas de: (I) evento precipitante, (II) desinstitucionalização,

(III) Pré-institucionalização, (IV) teorização, (V) difusão e (VI) reinstitucionalização, conforme Figura 2.

Figura 2 - Estágios da mudança institucional



Fonte: Adaptado de Greenwood, Suddaby e Hinings (2002, p. 60)

De acordo com Greenwood, Suddaby e Hinings (2002), o evento precipitante, similar ao visto em Tolbert e Zucker (2014), representa a ruptura, mudança, ou descontinuidade competitiva de uma prática até então vigente, em consequência de mudanças de ordem social, tecnológica ou legislativo-regulatória. Passando para fase de desinstitucionalização, que é marcada pela presença de novos atores bem como de ações de empreendedorismo institucional. Culminando na pré-institucionalização, em que novas ideias são apresentadas, seja como uma inovação independente ou como resposta a uma prática tida como fracassada. A fase de teorização por sua vez, se utiliza deste fracasso para dar respaldo à mudança, justificando a necessidade de imprimir novas práticas. Posteriormente a difusão é marcada por consenso social, até que se atinja a reinstitucionalização, quando as novas ideias são amplamente adotadas, ocorrendo à legitimação da mudança.

Assim como Greenwood, Suddaby e Hinings (2002) consideram a mudança em etapas, Mahoney e Thelen (2010) defendem a ideia da mudança institucional realizada de forma gradual. Nesse sentido, as mudanças ocorrem ao longo do tempo de forma constante, mas não abrupta. Sendo percebidos comportamentos padronizados, uma vez que instituições e contexto se relacionam.

Sobre tal, Jacometti (2002), com base em Hinings e Greenwood (1988); Enz, (1988); e Machado-da-Silva e Fonseca (1996), argumenta que quando organizações definem seus objetivos e estratégias, ao menos dois aspectos podem exercer influência, tanto em processos de mudança como em situações que tendem a inércia, sendo: (1) as crenças e valores; e (2) interesses.

Segundo Jacometti (2002), crenças e valores remetem aos diferentes pontos de vista e a tradição imbricada pelos atores que compõe a organização. Quanto aos interesses, considera que a mudança ou a manutenção da atual configuração será em grande parte afetada por grupos ou atores que detenham poder, privilegiando seus interesses particulares. Assim, esses aspetos funcionam como catalisadores, seja para a mudança, seja para a manutenção do *status quo*.

2.5 Empreendedorismo Institucional

Dentro da corrente do novo institucionalismo por vezes as instituições são tratadas como elemento determinístico, ditando a forma como indivíduos devem se comportar. Com o objetivo de promover uma lógica inversa, contrapondo esta visão, são iniciadas discussões sobre a capacidade de o sujeito promover mudanças no campo organizacional, a partir do conceito de empreendedor institucional (ARRUDA, 2016).

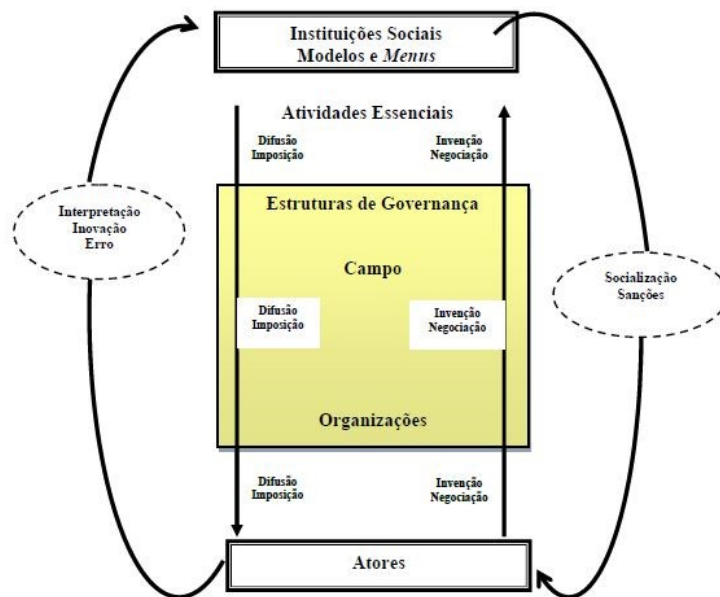
O termo empreendedorismo institucional tem origem no trabalho de Eisenstadt (1980) e ganha força na teoria organizacional por meio dos estudos de DiMaggio em 1988 (AVRICHIR; CHUEKE, 2011). A busca pela explicação de como as instituições surgem, e como indivíduos podem se beneficiar destas para promover arranjos (ARRUDA, 2016), faz com que DiMaggio (1988) cunhe o seguinte conceito, empreendedores institucionais, são atores capazes de criar ou transformar instituições dentro de um campo emergente. Os quais desempenham uma função social dentro da estrutura na qual estão inseridos. Logo, quanto maior a proximidade dos atores com recursos, maior a possibilidade de promover mudanças no ambiente (BATTILANA, 2006).

Assim, conforme ponderam Baratter, Ferreira e Costa (2010, p. 239) estudos que abordam o empreendedorismo institucional tratam de:

[...] demonstram como os atores desenvolvem a habilidade de enxergar fora da estrutura na qual estão imersos e, em seguida, como eles propõem caminhos futuros alternativos ao invés de apenas reproduzirem tal estrutura [...].

Dessa maneira, considerando os conceitos de empreendedorismo institucional e a proposta de Zucker (1977) em relação à institucionalização, o esquema apresentado por Scott (2008), Figura 3, pode auxiliar a compreensão.

Figura 3 - Processos *top-down* e *bottom-up* na criação e difusão institucional



Fonte: Scott (2008, p. 192)

Com base nesta figura, é possível observar que a difusão institucional pode ser observada de duas formas. Uma delas é representada através da macroanálise, considerando o processo *top-down*, em que as instituições exercem pressões sobre os atores imersos no campo. Por outro lado, a microanálise se dá a partir de um processo *bottom-up*. No qual atores sociais por meio das relações existentes no campo organizacional, através de suas ações, podem alterar a lógica existente. Dessa forma, este projeto está pautado no processo *bottom-up*.

Smothers *et al.* (2014), a partir das leituras de DiMaggio e Powell (2005), Maguire, Hardy e Lawrence (2004), Dacin, Dacin e Matear (2010), Carraher e Welsh (2009) e Humphreys *et al.* (2012), estabelecem distinções e semelhanças entre os empreendedores convencionais (ou tradicionais), institucionais e sociais.

Segundo Smothers *et al.* (2014), o empreendedor convencional busca gerar inovação a partir de ideias novas, tendo como premissa básica o retorno econômico. Enquanto empreendedores institucionais buscam criar ou transformar instituições, pautados no objetivo de promover uma reforma institucional. Sem deixar de lado, porém, a possibilidade de obter ganhos econômicos. Em termos de similaridade, os empreendedores institucionais se aproximam dos empreendedores sociais, pois ambos geram valor social. No entanto, enquanto empreendedores sociais utilizam recursos econômicos para viabilizar suas ações, os empreendedores institucionais se debruçam, principalmente, em torno de meios institucionais para atingir seus objetivos.

Outrossim, Li, Feng e Jiang (2006, p. 358) ao analisar casos de empreendedorismo em mercados emergentes, definem que empreendedores institucionais são “aqueles que não apenas desempenham o papel de empresário tradicional no sentido schumpeteriano, mas também ajudam a estabelecer instituições de mercado no processo de suas atividades comerciais”. Considerando que estes empreendedores impulsionam a mudança institucional, eles se diferem dos empreendedores tradicionais, pois suas ações promovem externalidades positivas que impactam a economia, além disso, estão sujeitos tanto a riscos de mercado como o próprio risco institucional (decorrente de falhas no processo). E ainda, possuem senso político e habilidades que permitem empreender a mudança.

Avrichir e Chueke (2011) argumentam que empreendedores institucionais podem ser indivíduos e organizações, bem como grupo de indivíduos ou de organizações. Hardy e Maguire (2008) corroboraram com estes autores, e ainda defendem a possibilidade de redes e movimentos sociais com características institucionais empreendedoras. No caso da presente dissertação, foi considerado tanto indivíduos; grupo de indivíduos, bem como organizações que remetem ao perfil institucional empreendedor.

Nesse sentido, há literaturas que abordam as características e o papel do indivíduo enquanto empreendedor institucional (BATTILANA, 2006; LI; FENG; JIANG, 2006; MUTCH, 2007; SVEJENOVA; MAZZA; PLANELLAS, 2007; CZARNIAWSKA, 2009; AVRICHIR; CHUEKE, 2011; SMOTHERS *et al.*, 2014; ARRUDA, 2016). A seguir são apresentados de forma simplificada alguns estudos

empíricos, nacionais e internacionais, retratados a partir de seus aspectos mais relevantes.

Avrichir e Chueke (2011), através de uma revisão de cinco artigos, se debruçam sobre o levantamento de aspectos ligados ao indivíduo enquanto empreendedor institucional, os dados são confrontados empiricamente ao analisarem três empresários pioneiros na criação de uma empresa privada brasileira, voltada a comercialização de energia elétrica. Sugerindo que, a ação do empreendedor institucional individual pode ser categorizada de duas maneiras: considerando a sua extensão, em que pequenas ações são responsáveis por gerar grandes mudanças, e de outro, a concentração de grandes esforços que proporcionam resultados de menor impacto.

Entre as estratégias utilizadas por empreendedores institucionais, Li, Feng e Jiang (2006) apontam existir ao menos quatro que podem contribuir para a mudança e para o sucesso do empreendimento, sendo estas:

(1) Defesa aberta (ou advocacia aberta): ocorre quando empreendedores institucionais defendem publicamente a necessidade de que tanto regulamentos como leis precisam ser alteradas. Seja por meio de entrevistas divulgadas na mídia; fóruns; conferências; ou ainda, através de pesquisas de opinião.

(2) Persuasão privada: ao contrário da primeira estratégia, a persuasão ou *lobby*, ocorre de maneira privada junto aos tomadores de decisão. A fim de que juntos possam convencer o governo de que a mudança é necessária.

(3) Uso de exceção: essa estratégia é utilizada pelos empreendedores institucionais quando encontram dificuldades para empreender devido a limitações existentes em regulamentos e leis. Assim argumentam ser um caso particular, que representa uma exceção, e dessa forma a necessidade de que as regras impostas sejam revisadas.

(4) Investimento *ex ante* com justificativa *ex post*: diferentemente da estratégia anterior, ocorre quando um novo negócio é iniciado ou expandido, e depois de alcançado o sucesso através da obtenção de externalidades positivas (geração de emprego, tributos, e retornos em geral para a sociedade) é submetido ao governo relatórios justificando a tomada de decisão e solicitando que as leis e

regulamentos sejam alterados, uma vez que a atividade se mostrou benéfica para a economia.

Smothers *et al.* (2014), apresenta um estudo de caso sobre o empreendedor institucional James Meredith que através do movimento de integração racial promoveu a reformulação da política de inscrição, permitindo o acesso de negros a Universidade Ole Miss, no Mississippi. Para tal, os autores (2014) adotaram uma abordagem de análise narrativa de história de vida, pautada em três estágios, observando: (1) as características do empreendedor institucional; (2) a relação entre ator e o contexto social, identificando facilitadores e oponentes na mudança; e por fim (3) o processo da ação empreendedora institucional.

No primeiro estágio, entre as características de Meredith foram observadas principalmente o compromisso moral, no sentido de promover justiça e igualdade; e a determinação e facilidade em promover alianças estratégicas com detentores de recursos.

Em relação ao segundo estágio, Smothers *et al.* (2014) apresentam a formação de dois grupos. De um lado governo, estudantes, e segregacionistas, resistentes à mudança, e de outro, apoiadores, como associações e ativistas. Fica evidente que o governo e representantes desta universidade, em posições centrais e detentores de poder, privilegiam a manutenção das normas institucionalizadas.

Quanto ao terceiro estágio, Smothers *et al.* (2014) enfatizam a importância da formação de alianças, mobilização de recursos e o momento certo de atuação conforme o ambiente social se encontra. Isso foi possível uma vez que Meredith reconheceu, que embora fosse dotado de uma motivação para empreender a mudança, esta não seria possível sem a participação de outros atores.

Como resultado, os autores perceberam que a formação de alianças a fim de angariar recursos políticos, sociais e econômicos, bem como mobilizar outros indivíduos, configura uma importante estratégia quando empreendedores institucionais que buscam promover a mudança possuem limitado poder e influência dentro do campo em questão. Nesse sentido, a ação coletiva pode mitigar a resistência e auxiliar no estabelecimento de novas condutas. A ação empreendedora de Meredith além de contribuir socialmente, posteriormente teve efeitos econômicos,

pois foi constatado o aumento nas contratações de afro-americanos, bem como aumento de renda *per capita*.

Outro caso ilustrativo é o estudo de Arruda (2016). O qual considera Joaquim Murtinho, médico, empresário e político, um empreendedor institucional ao criar novos campos, promovendo alterações de ordem econômica, reformas políticas, e a institucionalização de medicina homeopática no estado do Mato Grosso, no período de 1892 a 1911. Segundo a autora (2016), Murtinho utilizou estratégias de advocacia aberta, persuasão privada e o pleitear exceção, conceitos estes definidos por Li, Feng e Jiang (2006).

Este posicionamento parece, em um primeiro momento, ir ao encontro da orientação de Battilana (2006), na qual o indivíduo é responsável pela promoção da mudança no ambiente em questão. Contudo, Arruda (2016) relata que a mudança empreendida a partir da ação institucional de Murtinho, caracterizando-o como ator central, foi somente possível através de articulações e concretizada com o apoio de outros atores, e ainda sob a influência de fatores como, por exemplo, a Revolta da Vacina.

Svejenova, Mazza e Planellas (2007) por sua vez, ao analisar a alta gastronomia espanhola, consideram o cozinheiro Ferran Adrià um empreendedor institucional. Em suma, os autores relatam quatro mecanismos de mudança: criatividade; teorização; reputação e disseminação.

Por outro lado, Pimentel e Major (2021) analisam uma agência do governo português, considerando mudanças divergentes empregadas por um empreendedor individual na aplicação de um novo modelo de gestão, voltada ao controle e contabilidade. No entanto, os autores constatam ao final do estudo, que a ação coletiva foi substancialmente importante no processo de mudança.

Nesse sentido, e conforme visto anteriormente em Avrichir e Chueke (2011) e Hardy e Maguire (2008), a noção de empreendedor institucional não se limita apenas ao empreendedor individual. Como exemplo, o trabalho de Czarniawska (2009) relata a criação de uma universidade pública britânica, a *London School of Economic and Political Science*. A qual a autora considera como uma instituição formada a partir de práticas adotadas por empreendedores institucionais, seus

fundadores e apoiadores. Assim, Czarniawska (2009) traz a ideia de empreendedores institucionais enquanto grupo de atores.

Roldan e Oliveira (2017) utilizam a perspectiva do empreendedorismo institucional ao analisarem as ações de atores sociais na promoção de mudanças no setor de jogos eletrônicos. Os autores constataram que as mudanças de natureza regulatória são impulsionadas pelo poder público, exercendo um papel de facilitador aos recursos financeiros. Já as de natureza normativa e cultural-cognitiva, são permeadas pela criação de ações desenvolvidas por agentes inerentes ao campo.

O trabalho de Sander e Cunha (2013) ao se basear na temática do empreendedorismo institucional, diferente de estudos que consideram inovações no campo, destacam as ações de indivíduos (gestores, dirigentes e cooperados) na adoção da estratégia de diversificação para atuação no mercado de carne de aves, que já estava presente no campo organizacional. Assim agruparam as ações em (1) mobilização de recurso e (2) discurso na construção do complexo avícola da Cooperativa Agroindustrial Copagril. E ainda, consideraram a importância de significados compartilhados entre os atores sociais, ao relataram a importância de organizações referências, que já utilizavam tal estratégia.

Por sua vez, Corrêa (2020) ao pontuar sobre a geração de resíduos sólidos urbanos, apresenta um estudo de caso sobre a construção de uma cadeia de fornecimento *waste-to-energy* em um aterro no estado do Ceará. Analisando a participação de entidades governamentais em nível estadual e municipal, e empresas. Diferente de muitos estudos nos quais existe uma tendência a prevalecer os interesses de atores centrais, a autora relata o protagonismo de atores considerados periféricos, ao convencer atores centrais sobre uma nova lógica institucional. O estudo considerou a identificação de barreiras, motivações para a mudança, bem como habilidades e estratégias empregadas pelos atores envolvidos.

O estudo de Santos (2018) voltou-se para a compreensão do estágio do empreendedorismo institucional que configura a cadeia produtiva da castanha-da-Amazônia, no Estado rondoniense. Associando conceitos de poder e legitimidade, e tendo como base os estágios do empreendedorismo institucional, 1º iluminismo; 2º endosso regulatório; 3º profissionalização; e por fim o 4º responsabilidade social, fundamentados nos pilares regulativo, normativo e cognitivo, o autor conclui que o

referido objeto encontra-se na chamada fase de iluminismo com direcionamentos para o estágio de endosso regulatório.

Já Brunstein, Rodrigues e Kirschbaum (2008) argumentam que organizações tidas como empreendedoras institucionais são aquelas capazes de gerar inovação social. Neste estudo o significado de inovação social é o conferido por Lévesque (2002), ou seja, uma forma de promover a reorganização de padrões sociais ou ainda como resposta aos problemas de ordem social. Conforme Borges (2014, p. 52):

[...] o empreendedorismo institucional pode ser entendido como a linha de pesquisa da teoria institucional que mais se aproxima da tentativa de responder o porquê, de que forma e quais os motivos que levam indivíduos e organizações, dotados de características e habilidades previamente delineados, a desbravar oportunidades. Essas oportunidades encontram-se, em muitos casos, subjacentes entre as vias institucionais (exemplo: cooptação de pessoas influentes; brechas em legislações; crenças e mitos populares, crises), sendo tanto utilizadas como condutoras de mudança, como também mantenedoras do equilíbrio no ambiente institucional e técnico.

Diferente dos exemplos anteriores, Silva e Parente (2021) trazem a discussão a legitimidade de empreendedores institucionais varejistas em um polo varejista de rua. Segundo relatam, os achados empíricos apresentaram divergências com a teoria, uma vez que foi constatado que a legitimidade desses empreendedores não foi atingida devido ao estágio em que o campo organizacional encontra-se atualmente. Nesse sentido, os autores consideram que antes de empreendedores institucionais iniciarem suas ações é apropriado considerar o *status* desse ambiente.

Assim, Silva e Parente (2021) propõem que, além das definições de campos emergentes, maduros, e em crise, seja acrescentada ainda uma nova tipologia, a de campo “pré-emergente”, conforme observaram empiricamente. Concluindo que, a configuração desse campo influenciou negativamente na legitimação da ação empreendedora, uma vez que identificaram o baixo engajamento, e falta de senso de rede e orientação de mercado.

Finalizadas a apresentação dos estudos empíricos, circundam, ainda, em torno da ação institucional empreendedora, discussões teóricas referentes ao chamado paradoxo da imersão. Conforme Baratter, Ferreira e Costa (2010, p. 240), “a imersão é um tema importante no institucionalismo organizacional porque

evidencia a força das instituições sobre a ação dos atores, mas se tem deixado de lado a influência exercida pelos atores nas instituições”.

As autoras (2010) analisam o empreendedorismo institucional como ação intencional, promovendo a discussão em torno dos aspectos de posicionamento do ator, da configuração do campo organizacional, da capacidade de ação e da reflexividade desses atores sociais. Autores como Battilana (2006), Leca, Battilana e Boxenbaum (2009), Avrichir e Chueke (2011) argumentam que a posição ocupada pelo ator social irá refletir na forma como as ações de empreendedorismo institucional serão empregadas no campo organizacional.

O ator será considerado central quanto mais imerso estiver e quanto maior for sua rede de relacionamentos, bem como sua facilidade de acesso a recursos, exercendo assim poder sobre os demais atores do campo. Ao contrário, atores periféricos possuem limitada rede de relacionamentos e possuem dificuldades em acessar recursos (HARDY; MAGUIRE, 2008).

Ainda segundo os autores (2008), embora seja possível o empreendedorismo institucional ocorrer em campos maduros (quando da percepção de novas oportunidades), há uma tendência de que a atuação ocorra mais fortemente em campos emergentes e em crise. Nestes casos, a ação provavelmente será empreendida por atores periféricos insatisfeitos com as normas existentes.

Alguns empreendedores institucionais imersos no campo conseguem ainda promover mudança, ao persuadirem outros indivíduos também imersos através de mecanismos de teorização e difusão. A teorização consiste em propor uma ação alternativa frente a uma prática institucionalizada que fracassou, ou que não oferece mais benefícios ao campo organizacional. A difusão, por outro lado, é atingida quando a prática é adotada no campo organizacional (SUDDABY; GREENWOOD, 2005).

Ometto e Lemos (2010) advogam que a agência projetiva, a reflexividade autônoma, performatividade e as habilidades analíticas sociais, políticas e culturais, são elementos potencializadores para a ação institucional empreendedora. Além disso, as autoras (2010) também abordam os recursos discursivos; técnico-materiais; e estruturais, tidos como necessários para promover a ação.

A agência projetiva refere-se à dimensão analítica de futuro, relacionada a uma ideia de como as ações podem ser empreendidas (EMIRBAYER; MISCHÉ, 1998). Já a reflexividade autônoma, constatada no trabalho empírico de Mutch (2007), corresponde a capacidade que o indivíduo possui de olhar para si mesmo, procurando alterar a realidade ao considerar suas próprias inquietações. Em relação à performatividade, de acordo com Lounsbury e Crumley (2007) está associada a atores habilidosos para empreender novas ações. A habilidade analítica é manifestada quando o indivíduo analisa estrategicamente as condições existentes para tomada de decisão (BECKERT, 1999), sendo a habilidade social refletida na capacidade que certos atores possuem em motivar a cooperação em outros, reproduzindo a ordem social (FLIGSTEIN, 2001), da mesma forma as habilidades políticas e culturais são facilitadoras para o desenrolar da ação empreendedora.

Quanto aos três recursos mencionados, a linguagem é o eixo do recurso discursivo. É por meio da linguagem que o conhecimento chega a uma coletividade, sendo as experiências compartilhadas e perpetuadas ao longo do tempo. O recurso discursivo contribui para a institucionalização de uma nova ação (BERGER; LUCKMANN, 2004; GIDDENS, 2003; OMETTO; LEMOS, 2010).

Recursos de ordem técnica (conhecimentos) e materiais (financeiros) podem desencadear uma mudança institucional, sinalizando inclusive o poder que o empreendedor institucional detém (OMETTO; LEMOS, 2010). As constatações são feitas a partir do trabalho de Greenwood e Suddaby (2006), em que as cinco maiores empresas privadas de contabilidade detinham maior conhecimento de mercado quando comparado às agências reguladoras, acarretando na desinstitucionalização do modelo regulador. Estas empresas possuíam ainda uma grande fatia de mercado, com isso realizaram *lobby* em prol de seus objetivos, alcançando parecer positivo do governo.

Por fim, os recursos estruturais referem-se a redes sociais nas quais operam lógicas institucionais distintas, mas com possibilidade de nova difusão institucional. A depender dos laços fracos e das pontes (posição que une dois grupos distintos) existentes dentro desta estrutura. Para que o empreendedor estabeleça uma nova lógica institucional é necessária a existência de laços fracos, onde será mais fácil

imprimir a mudança, desde que hajam pontes para dar sustentação ao processo (OMETTO; LEMOS, 2010).

Finalizada a exposição em torno do conceito de empreendedorismo institucional, a perspectiva institucional ainda abarca discussões sobre o conceito de *institutional work*, compreendendo além dos processos de criação e manutenção, também a ruptura de instituições, cuja ênfase é no modelo de microanálise institucional através da lógica *bottom-up*, ao considerar a capacidade de ação de atores imersos no campo organizacional (LAWRENCE; SUDDABY, 2006). A partir deste entendimento muitos estudos que se apropriavam do conceito de empreendedorismo institucional, de certa forma, passam a fazer uso desse novo conceito.

Jacometti (2013, p. 79) explica que:

o institutional work amplia o conceito de empreendedorismo institucional na imersão social equivalente a um processo de microconstrução do contexto de imersão social institucional. A sua lógica de propagação é o isomorfismo. O que diferencia os dois conceitos é o fato de o empreendedorismo institucional não ter fundamentação teórica para explicar processos de desinstitucionalização ou de reinstitucionalização, ou seja, o empreendedorismo institucional se caracteriza como um caso particular do institutional work.

Em estudos como o de Jacometti (2013) e Lago (2018), podem ser observados os desdobramentos dessa perspectiva que, de maneira sintetizada, englobam três categorias do *institutional work*, a saber: criação, manutenção e dirupção de instituições. O Quadro 3, corresponde ao agrupamento dessas categorias e os tipos de ações desenvolvidas por atores sociais em cada uma, tendo como base os pilares regulativo, normativo e cognitivo.

Quadro 3 – Trabalho Institucional (criação / manutenção / dirupção)

Trabalho Institucional de Criação de Instituições		Trabalho Institucional de Manutenção de Instituições		Trabalho Institucional de Dirupção de Instituições	
Tipos de Ação Social (9)	Pilar Institucional	Tipos de Ação Social (6)	Pilar Institucional	Tipos de Ação Social (3)	Pilar Institucional
Defesa	Regulativo	Permissão	Regulativo	Desconexão de Sanções	Regulativo
Definição		Policimento			
Aquisição		Dissuasão			
Construção de Identidades	Normativo	Mitologização	Normativo	Desvinculação das Fundações Morais	Normativo
Mudança de Normas		Incorporação e Rotinização			
Construção de Redes					
Mimetismo	Cognitivo	Valorização	Cognitivo	Problematização	Cognitivo
Teorização					
Educação					

Fonte: Adaptado de Jacometti (2013, pp. 84-86)

Diante dos conceitos abordados ao longo desse quadro teórico, a configuração de aglomerados empresariais, que se observa no Polo Gastronômico de Santa Felicidade, coloca-se como fenômeno empírico para estudar essas relações. A seguir, é apresentado o procedimento metodológico que foi utilizado para a condução desta pesquisa.

3 METODOLOGIA

Conforme Demo (1985, p. 19), “metodologia é uma preocupação instrumental. Trata das formas de se fazer Ciência. Cuida dos procedimentos, das ferramentas, dos caminhos”. Outrossim, Kumar (2005) corrobora ao fornecer subsídios por meio de um modelo genérico de projeto de pesquisa, possibilitando uma escolha adequada em relação ao objeto de estudo. Consonante a estes autores, os procedimentos metodológicos que nortearam essa pesquisa visam o cumprimento dos objetivos propostos com ênfase na resolução da problemática exposta. Assim, este capítulo compreenderá tópicos sobre a especificação do problema, as categorias analíticas, e a delimitação e delineamento do estudo.

3.1 Especificação do problema

A partir da perspectiva institucionalista e da temática do empreendedorismo institucional, buscou-se resposta para o seguinte problema de pesquisa:

Como as ações de empreendedorismo institucional influenciaram na formação do campo organizacional do Polo Gastronômico no Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil, constituído ao longo do período entre 1920 a 2020?

3.1.1 Perguntas de pesquisa

Considerando o problema de pesquisa e os objetivos geral e específicos, foram elaboradas as seguintes perguntas:

- Como se deu a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade?
- Quais são as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020?
- Quais são as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa.

- Como se deu a formação do campo organizacional, no período de 1920 a 2020?

3.2 Categorias analíticas da pesquisa

Foram identificadas, a partir dos pressupostos teóricos, e de dados primários e secundários, as categorias analíticas: Empreendedorismo Institucional (eventos precipitantes; ações de empreendedorismo institucional); Instituições (práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva; normativa; e regulativa); e Campo Organizacional (atores sociais relevantes; diferentes estágios do campo organizacional).

3.2.1 Definição Constitutiva (DC) e Operacional (DO) das categorias e subcategorias analíticas

As definições constitutivas e operacionais estão dispostas nos Quadros 4 a 6.

Quadro 4 – Categoria e subcategorias analíticas: empreendedorismo institucional

1ª CATEGORIA: EMPREENDEDORISMO INSTITUCIONAL		
DC: O empreendedorismo institucional é entendido como uma ação intencional, consciente e inovadora realizada por atores que possuem os recursos suficientes para criar ou modificar uma instituição, buscando atingir o interesse individual ou de uma coletividade (DIMAGGIO, 1988).		
DO: Foi operacionalizada por meio de triangulação de dados provenientes de análise temática de documentos e entrevistas. Desse modo, foram identificados os eventos precipitantes e as ações empregadas por empreendedores institucionais.		
Subcategorias	DC	DO
Eventos precipitantes	Greenwood, Suddaby e Hinings (2002), discutem a mudança institucional, considerando diferentes estágios. Entre os quais, o primeiro é definido como evento precipitante. Esse evento pode ocorrer em função de mudanças sociais, tecnológicas ou ainda, em virtude de questões legislativas, resultando em crises ou rupturas das práticas até então vigentes.	Foi operacionalizada a partir da identificação de situações que representaram algum tipo de barreira ou oportunidade, diante das quais os empreendedores institucionais iniciam suas ações.
Ações de empreendedorismo institucional	De acordo com Dorado (2013, p. 553) “[...] uma ação é considerada empreendedorismo institucional quando avança, muda ou enfraquece as práticas, lógicas e estruturas institucionais [...]”.	Foi operacionalizada a partir da identificação de ações promovidas por empreendedores institucionais (tanto indivíduos; grupos; e organizações) imprimindo novas possibilidades e práticas dentro do campo organizacional.

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir do referencial teórico (2021)

Quadro 5 – Categoria e subcategorias analíticas: instituições

2ª CATEGORIA: INSTITUIÇÕES		
<p>DC: De acordo com Greenwood <i>et al.</i> (2008, p. 5), refere-se ao “comportamento social repetitivo dado como certo, que é amparado por sistemas normativos e entendimentos cognitivos que dão sentido ao intercâmbio social e permitem a auto reprodução da ordem social”.</p> <p>DO: Foi operacionalizada por meio de triangulação de dados provenientes de análise temática de documentos e entrevistas. Desse modo, foram identificadas as práticas sociais suportadas nos pilares cultural-cognitivo, normativo e regulativo, resultantes de ações de empreendedorismo institucional, ou ainda de influências advindas de maneira <i>top-down</i>.</p>		
Subcategorias	DC	DO
Práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva	O pilar cultural-cognitivo tem como ponto de partida a noção de realidade socialmente construída, em que o compartilhamento de ações ocorre por serem dadas como certas. As práticas são culturalmente sustentadas (SCOTT, 2008).	Foi operacionalizada a partir da identificação de práticas sociais recorrentes, em função de crenças comuns.
Práticas sociais suportadas por elementos de natureza normativa	O pilar normativo está associado à ideia de prescrição, tanto em relação a direitos como obrigações. As práticas estão voltadas a concepção de moralidade (SCOTT, 2008).	Foi operacionalizada a partir da identificação de práticas sociais mantidas por conveniência moral.
Práticas sociais suportadas por elementos de natureza regulativa	O pilar regulativo considera a restrição ou capacitação da ação em função de regras, monitoramentos e sanções. As práticas estão sujeitas a questões legais (SCOTT, 2008).	Foi operacionalizada a partir da identificação de práticas sociais adotadas em virtude de legislações específicas.

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir do referencial teórico (2021)

Quadro 6 – Categoria e subcategorias analíticas: campo organizacional

3ª CATEGORIA: CAMPO ORGANIZACIONAL		
<p>DC: Conjunto de organizações que ao interagirem constituem um ambiente institucional reconhecido (DIMAGGIO; POWELL, 2005), compartilhando significados em comum (SCOTT, 1994).</p> <p>DO: Foi operacionalizada por meio de triangulação de dados provenientes de análise temática de documentos e entrevistas. Desse modo, foram identificados os atores sociais relevantes e os diferentes estágios do campo organizacional.</p>		
Subcategorias	DC	D.O
Atores sociais relevantes	A concepção de atores sociais relevantes foi extraída a partir da definição de DiMaggio e Powell (2005, p. 76) “[...] fornecedores-chaves, consumidores de recursos e produtos, agências reguladoras e outras organizações que produzem serviços ou produtos similares”.	Foi operacionalizada a partir da identificação de atores que mantém algum tipo de relação dentro do campo. Como por exemplo: empreendedores (institucionais ou não); turistas; associações; órgãos fiscalizadores (Vigilância Sanitária; Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; Prefeitura Municipal de Curitiba; fornecedores; entre outros).
Diferentes estágios do campo organizacional	Para essa subcategoria foi utilizada as definições de Hardy e Maguire (2008), quanto à distinção de campos em: emergentes (práticas ainda não institucionalizadas); maduros (estabilizados); e em crise (surgimento de conflitos dentro da lógica institucional em vigor).	Foi operacionalizada a partir da identificação de marcos de mudança (transições ao longo do tempo observado).

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir do referencial teórico (2021)

3.2.2 Definição constitutiva de outros termos relevantes

Polo Gastronômico

DC: Visto a dificuldade de um conceito consistente do termo Polo Gastronômico, foi utilizada primeiramente a lógica de Petrocchi (2002) que define Polo Turístico como sinônimo de *cluster*⁴. Dessa forma, Polo Gastronômico corresponde a um *cluster* de empresas voltadas à gastronomia, concentradas em uma determinada área urbana (PETROCCHI, 2002; SOARES, 2016).

Institutional Work

DC: São ações intencionalmente realizadas que desencadeiam processos de criação, manutenção e ruptura de instituições. A discussão da agência é ampliada afastando-se a ideia de dependência dos atores em relação às instituições (LAWRENCE; SUDDABY, 2006; LAWRENCE; SUDDABY; LECA, 2009).

3.3 Delimitação e delineamento da pesquisa

Esta seção apresenta o método empregado e detalha as decisões referentes ao processo de coleta e tratamento dos dados, expondo a temporalidade do estudo, o contexto, o nível e a unidade de análise.

3.3.1 Delineamento e etapas da pesquisa

Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009), bem como Saccol (2009), apontam que a conduta de pesquisa a ser adotada está condicionada ao objeto de estudo e à respectiva problemática, assim como a dimensão epistemológica adotada pelo pesquisador, a qual irá fornecer diretrizes para a escolha dos métodos e técnicas

⁴ Outra definição possível de *cluster* é a expressa por Porter (1998, p. 78) “são concentrações geográficas de empresas e instituições interconectadas em um determinado campo [...]”.

mais adequados. Na visão de Bryman e Bell (2011), a epistemologia (ou produção do conhecimento) pode ser positivista ou interpretativista, enquanto a ontologia (ou visão da realidade) pode ser objetivista ou construtivista. Nesse sentido, em relação ao posicionamento epistemológico, foi adotado o apontamento de Saccol (2009, p. 262):

[...] a epistemologia interpretativista é construtivista, supondo que todo o nosso conhecimento sobre a realidade depende das práticas humanas e é construído por meio da interação entre as pessoas e o mundo no qual vivemos, sendo transmitido em um contexto social.

Diante do exposto, este estudo se apresenta sob a ótica do paradigma interpretativista, uma vez que considera a realidade moldada conforme as perspectivas dos sujeitos.

Ainda, torna-se importante destacar alguns critérios referentes à qualidade da pesquisa interpretativista, como por exemplo, a importância da contextualização histórico-social do objeto de estudo (explorada conforme o primeiro objetivo específico, Descrever a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade), a autenticidade que está relacionada à imersão no campo (a qual ocorreu por meio das entrevistas), e ainda, o raciocínio dialógico, no sentido de apresentar ao leitor as “lentes de análise” (capítulos 2 e 4) (SACCOL, 2009).

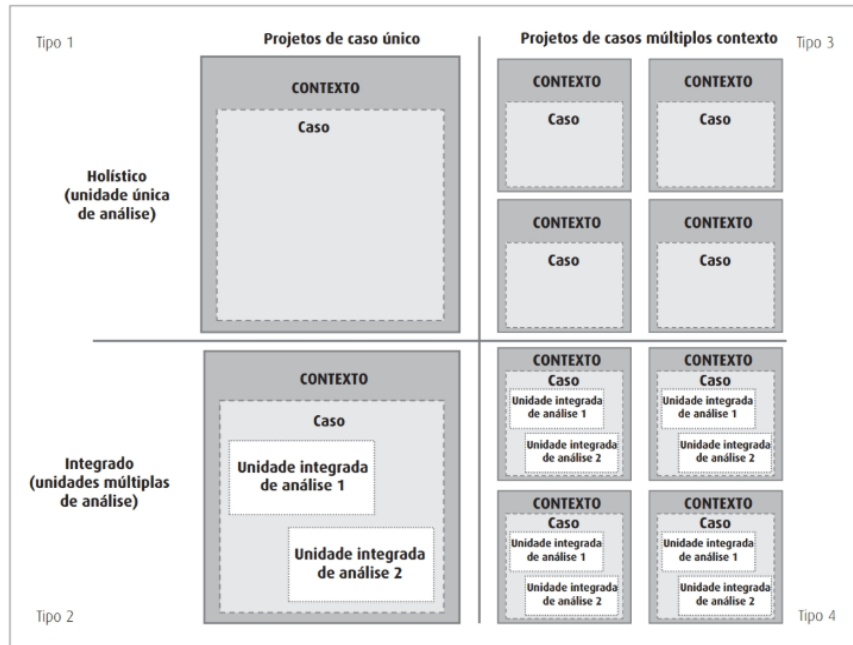
Em relação à estratégia de pesquisa, Creswell (2010) e Bryman e Bell (2011), apresentam as de natureza qualitativa, quantitativa ou mista. A estratégia qualitativa, empregada nesta pesquisa, traduz o mundo social em palavras, ao contrário de pesquisas quantitativas que expressam a realidade social em números.

O método desta pesquisa foi estudo de caso, cujo objeto de pesquisa foi o setor turístico-gastronômico de Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, constituído por restaurantes, adegas, chocolaterias e demais estabelecimentos ligados à atratividade turística e gastronômica existente na localidade. A escolha considerou a representatividade turística, cultural e socioeconômica, além de uma inquietação pessoal sobre os motivos que levaram a atual configuração deste setor.

Em estudos de caso, a pesquisa pode ser conduzida a fim de explorar, descrever ou explicar determinados contextos (YIN, 2015). Esta pesquisa tem como propósito descrever o fenômeno do empreendedorismo institucional no caso exposto. Ainda conforme aceção deste autor (2015), os estudos de caso podem ser

divididos em quatro tipos: caso único holístico, caso único integrado, caso múltiplo holístico, ou ainda caso múltiplo integrado, conforme representado na Figura 4.

Figura 4 – Tipos básicos de projetos para estudo de caso



Fonte: Yin (2015, p. 53) com base em *Cosmos Corporation* (entre 1983 e 1998)

Considerando as definições de Yin (2015), o presente estudo de caso, aproxima-se ao do tipo 1. Estudo de caso único holístico. Único, uma vez que, entre os cinco argumentos apresentados para este tipo de caso, ao menos dois estão explícitos. O primeiro, ser um caso comum, ou seja, busca observar uma determinada realidade para compreender as relações sociais ali existentes, e que possam estar relacionados a uma perspectiva teórica, e o segundo, uma aproximação longitudinal, ou seja, verificar mudanças ao longo do tempo. E ainda, holístico, uma vez que possui apenas uma unidade de análise.

Em consonância a estes argumentos, esta pesquisa possui como temporalidade o recorte seccional com aproximação longitudinal, compreendendo o período entre 1920 a 2020, no qual a data inicial compreende o surgimento das primeiras fabriquetas de vinho, voltadas a comercialização, da então Colônia de Santa Felicidade, atual Bairro Santa Felicidade, e a final correspondente ao ano de fechamento da coleta de dados. No entanto, é necessário destacar que o levantamento contido na contextualização histórica remete aos dados a partir de

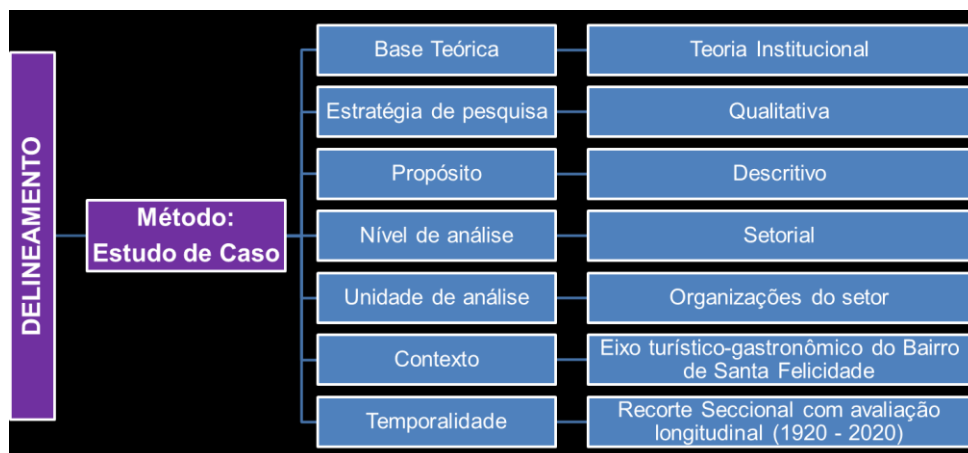
1878, ano de formação da referida colônia. E que por vezes é trazido à discussão durante a análise dos resultados.

A unidade de análise são as organizações, cuja ênfase não as considera isoladamente, mas sim o comportamento coletivo destas dentro do contexto institucional. Sendo as unidades de coleta os indivíduos imersos no campo detentores de conhecimento sobre a formação do Bairro e desenvolvimento do setor, amostra essa composta por fundadores, proprietários e representantes de estabelecimentos comerciais ligados à gastronomia, Paróquia São José e Santa Felicidade, e Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF). Dessa forma, o nível de análise foi setorial.

Yin carrega traços do positivismo, por isso, embora suas contribuições sejam valiosas e sirva como balizador, esta pesquisa possui maior aderência com o defendido por Stake (2011), ao enfatizar um olhar interpretativista voltado para a compreensão de processos sociais, a partir de dados exclusivamente qualitativos, cuja validação das informações se deu pela triangulação dos dados (pesquisa documental *versus* entrevistas).

Assim, a coleta de dados foi composta pelas técnicas de pesquisa documental e entrevistas semiestruturadas, cuja técnica de análise empregada foi a análise de conteúdo temática (BARDIN, 2011). Em suma, a Figura 5 corresponde ao delineamento da pesquisa.

Figura 5 – Delineamento da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2021)

3.3.2 Procedimentos de coleta de dados

Conforme Bryman e Bell (2011) e Flick (2013), a obtenção de informações pode ocorrer por meio de dados primários, aqueles coletados por pesquisadores para o objetivo da pesquisa, e dados secundários, que não foram produzidos para a finalidade do estudo. Conforme exposto no item 3.3.1, a coleta de dados foi composta por duas técnicas: a primeira correspondente à pesquisa documental objetivando dados secundários, e a segunda realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, através da qual foram obtidos os dados primários.

3.3.2.1 Primeira etapa: coleta de dados secundários

De acordo com Sá-Silva, Almeida e Guindani (2009), à pesquisa documental, pode ser considerada como procedimento metodológico principal ou como um instrumento para atingir o objetivo de pesquisa. No caso deste estudo, a pesquisa documental assume o caráter de instrumento preliminar, ou seja, de aproximação com o campo antes da imersão *in loco*, que foi realizada posteriormente. Ainda conforme os autores (2009, p. 5), a pesquisa documental é tida como “um procedimento que se utiliza de métodos e técnicas para a apreensão, compreensão e análise de documentos dos mais variados tipos”.

Quanto ao levantamento documental, este foi realizado entre os meses de novembro de 2019 a março de 2020. Efetuado por meio de consulta ao motor de busca *Google*, utilizando palavras-chave referentes ao Bairro Santa Felicidade (Bairro; Formação; História; Imigração; Turismo; Eventos; Polo Gastronômico; Gastronomia; Livros). Direcionando, assim, acesso a sítios eletrônicos da ACISF, Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC), IMT, dos estabelecimentos gastronômicos, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC), entre outros.

Foram ainda consultadas as redes sociais *Facebook*, *Instagram* e a plataforma de vídeos *YouTube*. Em relação a conteúdo impresso, foram analisados três livros: Entre quatro painéis (HUBNER, 2007), cujo conteúdo é a biografia de Flora Madalosso Bertolli, fundadora e proprietária dos restaurantes Madalosso; a

obra Santa Felicidade, Cascatinha, Butiatuvinha, São João e Lamenha Pequena (FENIANOS, 2006), uma coletânea sobre os bairros de Curitiba; e ainda Santa Felicidade, o Bairro italiano de Curitiba: um estudo sobre restaurantes, rituais e (re) construção de identidade étnica (MARANHÃO, 2014), resultado de uma dissertação de mestrado que compõe a Coleção Teses do Museu Paranaense.

Com isso, a pesquisa abrangeu conteúdos de cunho institucional, jornalístico, biográfico e documentos oficiais, em recursos disponibilizados de forma *on-line*, impressa e audiovisual. A exploração dos materiais foi encerrada ao atingir a saturação de dados, conforme advoga Flick (2009). Ou seja, quando encerrada a possibilidade de obtenção de informações relevantes para a pesquisa.

3.3.2.2 Segunda etapa: coleta de dados primários

Em relação à segunda técnica de coleta, Bryman e Bell (2011) discorrem que entrevistas qualitativas são menos lineares e mais flexíveis. Podendo ser do tipo não estruturada, com marcações apenas de tópicos a serem perguntados, ou do tipo semiestruturada a qual, embora utilize um roteiro, transcorre de forma livre, atentando ao conhecimento e compreensão do entrevistado sobre como este percebe os questionamentos, e assim conferindo maior riqueza ao processo. Dessa forma, a coleta de dados primários foi realizada por meio de entrevistas semiestruturadas, técnica que possibilitou investigar aspectos presentes na teoria, concomitantes aos objetivos da pesquisa.

Quanto à população do estudo, primeiramente foi considerado o mapa oficial do Polo Gastronômico de Santa Felicidade (ver Figura 6). A relação apresenta 32 empreendimentos gastronômicos, delimitados a partir do portal de Santa Felicidade até a Rua Ângelo Stival. No entanto, além destes, foram considerados outros atores para compor a amostra.

Em conformidade ao proposto por Creswell (2010) e Bryman e Bell (2011), à definição da amostra para aplicação das entrevistas ocorreu de forma intencional, através da seleção de respondentes com maior vivência dentro deste ambiente.

Figura 6 – Empreendimentos que constituem o Polo Gastronômico de Santa Felicidade (2017)



LEGENDA

- | | | |
|---|---|---|
| 1 Churrascão Colônia
Avenida Manoel Ribas, 3250
Churrascaria | 12 Restaurante Portal
Avenida Manoel Ribas, 5800
Italiana | 23 Pistache Lanches
Avenida Manoel Ribas, 6365
Pizzaria |
| 2 Fellini. Pani, Pasta & Dolci
Avenida Manoel Ribas, 4227
Italiana | 13 Rialto Villa Gastronômica
Avenida Manoel Ribas, 5824
Variado | 24 Restaurante Piemonte
Avenida Manoel Ribas, 6376
Churrascaria |
| 3 Porta Romana Ristorante & Trattoria
Avenida Manoel Ribas, 4330 - A
Italiana | 14 Anello Gastronomia
Avenida Manoel Ribas, 5846
Variado | 25 Camarão Dourado
Avenida Manoel Ribas, 6383
Frutos do mar |
| 4 Carolla Pizza D.O.C. - Santa Felicidade
Avenida Manoel Ribas, 4330
Pizzaria | 15 Velho Madalosso
Avenida Manoel Ribas, 5852
Italiana | 26 Restaurante Iguazu
Avenida Manoel Ribas, 6799
Italiana |
| 5 Restaurante Cascatinha
Avenida Manoel Ribas, 4455
Italiana | 16 Restaurante Madalosso
Avenida Manoel Ribas, 5875
Italiana | 27 Restaurante Estrela
Avenida Manoel Ribas, 6720
Variado |
| 6 Restaurante Petit Château
Avenida Manoel Ribas, 5039
Fondue | 17 Panificadora Panicello
Avenida Manoel Ribas, 5965
Confeitaria | 28 Restaurante Dom Meneguetto
Avenida Manoel Ribas, 6793
Variado |
| 7 Restaurante Peixe Frito
Avenida Manoel Ribas, 5438
Frutos do mar | 18 Casa dos Arcos Forno à Lenha
Avenida Manoel Ribas, 5999
Italiana | 29 Restaurante Veneza
Avenida Manoel Ribas, 6860
Italiana |
| 8 Café e Confeitaria Avenida
Avenida Manoel Ribas, 5647
Confeitaria | 19 Churrascaria Amantino
Avenida Manoel Ribas, 6047
Churrascaria | 30 Restaurante e Café Colonial Mansão Merano
Avenida Manoel Ribas, 6972
Variado |
| 9 Famiglia Fadanelli
Avenida Manoel Ribas, 5667
Italiana | 20 L'Arte di Gelato
Avenida Manoel Ribas, 6061
Sorvete | 31 Petiscaria do Victor
Avenida Manoel Ribas, 6995
Frutos do mar |
| 10 Ristorante Siciliano
Avenida Manoel Ribas, 5734
Italiana | 21 Restaurante Dom Antonio
Avenida Manoel Ribas, 6121
Italiana | 32 Restaurante Prato Cheio
Avenida Manoel Ribas, 7354
Variado |
| 11 Toscana Restaurante Show
Avenida Manoel Ribas, 5761
Italiana | 22 Dom da Pasta
Avenida Manoel Ribas, 6130
Italiana | |

Fonte: IMT (2017)

Foram considerados inicialmente os primeiros *insights* obtidos através da pesquisa documental. Assim, foi realizada uma pré-listagem de possíveis

entrevistados (vide Quadro 7) considerando, por exemplo, a formação do Bairro e o surgimento de empresas pioneiras; restaurantes com aspectos distintos (comida de base italiana, frutos do mar, fondue, outros); diferentes modalidades (rodízio, *buffet*, *à la carte*, praça de alimentação).

Quadro 7 – Amostra do estudo (proposta inicial)

Empreendimento	Possível entrevistado	Justificativa para a escolha
Adega Caliarí	A definir	Empresa presente nas tradicionais Festas da Uva e Festas do Frango, Polenta e Vinho. Complementar dados documentais. Investigar novos elementos.
Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF)	Paulo Pereira (Diretor Cultural)	Complementar dados documentais. Investigar novos elementos.
Café e Confeitaria Avenida	A definir	Dar diversidade a amostra.
Carpintária São Judas Tadeu	Família Vendramin (a definir)	Esse estabelecimento apareceu na pesquisa documental. Interessante identificar novos elementos.
Loja de móveis em vime (a definir)	A definir	Embora não seja gastronômico, a produção em vime apareceu na pesquisa documental. Mesma situação do item anterior.
Paróquia São José e Santa Felicidade	Padre Claudio Ambrozio, e/ou um dos organizadores das Festas da Paróquia.	Histórico sobre a formação do Bairro Santa Felicidade; organização das Festas (Uva/ Frango, Polenta e Vinho).
Restaurante Casa dos Arcos (cantina italiana com serviço <i>à la carte</i>)	A definir	Foi identificado através de documentos que no imóvel Casa dos Arcos, antes mesmo de tornar-se Restaurante Casa dos Arcos, já fornecia alimentação por encomenda em meados da década de 1940. Confrontar dados documentais; identificação do contexto histórico; evolução do setor.
Restaurante Cascatinha (comida de base italiana)	A definir	Um dos primeiros restaurantes. Identificação do contexto histórico bem como evolução do setor. Além disso, também pertence à mesma família o Restaurante Castello Trevizzo.
Restaurante Iguaçu (comida de base italiana)	A definir	Um dos primeiros restaurantes. Identificação do contexto histórico bem como evolução do setor.
Restaurante Madalosso (comida de base italiana)	Fabio Cardoso (Gerente), e/ou Flora Madalosso (Proprietária/Fundadora)	Devido a sua expressividade. Trata-se de um estabelecimento que passou por diversas mudanças ao longo do tempo. A mesma família possui outros estabelecimentos gastronômicos na região.
Restaurante Peixe Frito (frutos do mar)	A definir	Apareceu brevemente na pesquisa documental. Verificar novos elementos; confrontar os achados em restaurantes com pratos italianos <i>versus</i> outros.
Restaurante Petit Château (fondue)	A definir	Não apareceu na pesquisa documental, pode conter elementos importantes. Idem ao item anterior.
Rialto Villa Gastronômica (complexo gastronômico)	A definir	Estabelecimento novo (2018): identificação de tendências.
Toscana Restaurante Show	A definir	Com um novo conceito para a época, esse restaurante show surge na década de 1970.
Vinhos Durigan	A definir	Complementar dados documentais. Investigar novos elementos.

Fonte: Autoria própria (2021)

A partir desse momento foram iniciados os contatos para agendamento das entrevistas (por telefone; *e-mail*; presencial; *WhatsApp*). No entanto, a proposta inicial de amostra foi readequada em função de três aspectos: primeiro, a indisponibilidade e/ou falta de interesse de algumas empresas consultadas; segundo, à medida que as entrevistas aconteciam tornava-se claro a necessidade de incluir ou excluir determinadas empresas, e por fim, a prática de *snowball*, em que alguns entrevistados mencionaram espontaneamente em suas narrativas atores importantes.

Assim, o Quadro 8 corresponde efetivamente a amostra do estudo.

Quadro 8 – Amostra do estudo (final)

Código da entrevista	Entrevistado	Função	Empreendimento	Data da entrevista
ENT-1	Altevir Trevisan	Proprietário (filho de um dos sócios fundadores)	Restaurante Cascatinha	27/11/2020
ENT-2	Gerson Luiz Miola	Gerente	Vinhos Durigan	01/12/2020; 15/12/2020
ENT-3	Marcos Antonio Godoi	Proprietário (genro dos fundadores)	Restaurante Veneza	02/12/2020
ENT-4	Giuliano Manfron Madalosso	Filho de um dos sócios fundadores	Restaurante Dom Antonio	03/12/2020
ENT-5	Denise Boza Bernardi	Proprietária (esposa de um dos sócios fundadores)	Restaurante Casa dos Arcos	03/12/2020
ENT-6	Joel Alfredo Vendramin	Proprietário (filho do fundador)	Carpintaria São Judas Tadeu	11/12/2020
ENT-7	Josinei Ercole Pereira	Membro da comunidade e um dos organizadores das Festas (Uva; Frango, Polenta e Vinho)	Paróquia São José e Santa Felicidade	12/12/2020
ENT-8	Marlus Bertoli	Presidente (Gestão 2020/2022)	Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF).	14/12/2020
ENT-9	Marlus Bertoli	Neto da fundadora	Família Madalosso (Restaurantes Madalosso e Velho Madalosso).	14/12/2020
ENT-10	Paulo Cesar Caliar e Marcia Aparecida Caliar Fabricio	Filhos do fundador	Adega Caliar	16/12/2020
ENT-11	Restaurante [Sigiloso] – entrevista invalidada			16/12/2020
ENT-12	Paulo Ricardo Tulio	Proprietário (filho do fundador)	Artesanatos Tulio & Ferro	18/12/2020
ENT-13	Flora Bertolli Madalosso	Fundadora e Proprietária	Família Madalosso (Restaurantes Madalosso e Velho Madalosso).	18/12/2020
ENT-14	Lineu Acrisio Dalarmi	Proprietário (neto do fundador)	Vinhos Dall'Armi	19/12/2020
ENT-15	Leonilda Bonatto	Proprietária/Fundadora	Chocolate Florybal - Loja Temática Santa Felicidade	19/12/2020

Fonte: Autoria própria (2021)

As quinze entrevistas foram realizadas de maneira presencial. A condução da pesquisa foi iniciada de forma similar para todos, tendo como base o roteiro semiestruturado (vide Apêndices B, C, e D), a partir de uma pergunta “quebra-gelo” voltado à criação dos estabelecimentos, permitindo uma aproximação com os entrevistados e abrindo caminho para perguntas mais políticas.

No entanto, cada entrevista foi conduzida por dinâmica própria à medida que os dados emergiam. Para o fechamento de todas as entrevistas foi utilizada uma pergunta “síntese”, com o objetivo de levantar pontos não indagados, e/ou promover complementações. Dessa forma, é justificável a escolha do roteiro semiestruturado, devido à característica flexível que tanto o instrumento como também a própria estratégia qualitativa, em si, possuem.

Destaca-se ainda que, mediante autorização todas as entrevistas foram gravadas (voz). No entanto, uma não foi validada, pois não houve retorno quanto à autorização para utilização das informações.

Tal como na pesquisa documental, as entrevistas foram aplicadas até que se obteve a saturação de dados. Em outras palavras, significa dizer que foram considerados os elementos específicos para responder à problemática, e atender os objetivos desse estudo. Por fim, em relação ainda a coleta de dados, o Quadro 9 traz uma síntese do perfil de cada entrevista.

Quadro 9 – Perfil entrevistas

Entrevista	Perfil
ENT-1	Os irmãos Ogênio e Pedro Trevisan, em meados da década de 1940, compram conjuntamente um terreno pertencente à Família Manosso. No local havia uma edificação de madeira e o funcionamento de um agronegócio (moinho de milho e trigo), no qual após a compra a Família Trevisan atua por um tempo. Até que, em fevereiro de 1949, Ogênio casa-se com Fiordalice e abre o Bar, Sorveteria e Restaurante Cascatinha. Os irmãos Trevisan juntamente com suas esposas passam a trabalhar nesse novo negócio. Mantendo a tradição gastronômica a mais de 70 anos, e instalados no mesmo endereço, atualmente Altevir Trevisan de 67 anos (filho de Ogênio) está à frente do Restaurante Cascatinha (1949) e do Verona Eventos, e a família de Pedro Trevisan é proprietária do Restaurante Castello Trevizzo (1991).
ENT-2	Gerson Miola, 57 anos, é descendente de imigrantes italianos e atua há 15 anos na empresa Vinhos Durigan. O estabelecimento chama atenção pela grandiosidade do imóvel. A Linha Turismo de Curitiba possui uma parada em frente ao local. A Família Durigan, vinda da Itália a mais de 140 anos, trouxe na bagagem sua história com o vinho, tendo aprimorado técnicas ao longo do tempo.
ENT-3	Marcos Godoi, 62 anos, é genro dos fundadores e atua há 50 anos no Restaurante Veneza. O negócio foi fundado em 1965 por Ari Antônio Valente e Maria Leoni Valente. Antes de empreenderem na gastronomia, a Família Valente possuía um açougue.

ENT-4	Giuliano Madalosso é filho do Sr. João, um dos sócios fundadores do Restaurante Dom Antonio, aberto em 1986. Descendentes de italianos, os pais do Sr. João vieram de Caxias do Sul/RS. A história dessa empresa está atrelada ao do Restaurante Velho Madalosso. Giuliano, por ser de uma geração mais recente, contou sobre a transição da administração familiar, e o interesse em readequações quanto à gestão do empreendimento.
ENT-5	O Restaurante Casa dos Arcos foi fundado em 1982, pelos irmãos Lenoir, Clóvis e Vladimir Bernardi, originários de Erechim/RS. Atualmente, Denise Bernardi (a entrevistada) e seu esposo Lenoir Bernardi são os proprietários do restaurante. Segundo Denise, paralelo ao restaurante, nos primeiros anos funcionava também uma espécie de bar. No entanto, a casa onde o estabelecimento está sediado pertence a Orestes Túlio e Arlete Túlio. A entrevistada relatou que anteriormente nesse mesmo edifício existiu a Sorveteria Ouro Verde, cujos donos eram a Família Túlio.
ENT-6	O experiente Sr. Joel Vendramin é neto do Italiano Giuseppe Vendramin. Seu avô faz parte das quinze primeiras famílias que criaram a Colônia de Santa Felicidade. Giuseppe, agricultor com conhecimentos em marcenaria, foi responsável por confeccionar e restaurar tonéis (tanoaria), nos quais os vinhos da Colônia eram armazenados. Essa atividade se estendeu até o final da década de 1930, aproximadamente. Alfredo Vendramin (filho de Giuseppe e pai de Joel Vendramin) seguiu os passos do pai, trabalhou com a madeira, tornou-se um ferramenteiro, e empreendeu em diversas frentes de trabalho como: carpintaria, construtora, posto de gasolina, oficina mecânica, posto de lataria e serraria. A Carpintaria São Judas Tadeu, fundada por Alfredo, data da década de 1940. Joel Vendramin, agora proprietário, dá continuidade às atividades da empresa.
ENT-7	Josinei Ercole Pereira, 54 anos, membro ativo da igreja, atua há 16 anos como um dos organizadores das Festas da Uva e Festas do Frango, Polenta e Vinho. Também descendente de italianos, seus bisavôs são provenientes do Vêneto. Em 2008, na ocasião da 50ª Festa da Uva, o entrevistado relatou ter realizado uma pesquisa sobre a história da Festa. Existiam divergências quanto à data de origem do evento. No entanto, através de consulta ao livro tombo da Paróquia, o entrevistado pode confirmar que a primeira Festa da Uva ocorreu em 1959, estando correta a edição.
ENT-8	A Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF) foi fundada em 1987. Atualmente, Marlus Bertoli (entrevistado) é o atual Presidente da gestão 2020/2022. Na gestão anterior (2018) atuou como vice-presidente. Segundo relato do entrevistado, outros membros da Família Madalosso estiveram à frente da Associação, como por exemplo, sua Mãe, Soraia Bertoli, e seu tio Carlos Madalosso, o primeiro presidente da Associação.
ENT-9	Marlus Bertoli também concedeu uma entrevista representando o empreendimento Família Madalosso (recente alteração na marca, unindo os Restaurantes Velho e Novo Madalosso). Marlus é neto da fundadora, Flora Madalosso. Pertencente a uma nova geração, atua na gestão do estabelecimento.
ENT-10	Os irmãos Paulo Cesar Caliar e Marcia Aparecida Caliar Fabricio, são filhos de Moacir Calari e Maria Sunta, fundadores da Adega Caliar. Segundo os entrevistados, tanto o lado materno como o paterno possui ligação com os vinhos. Seus tataravôs, vindos da Itália, fabricavam vinho para consumo próprio. Por volta de 1977, retomando a tradição, Moacir e Maria decidem fazer um tonel de vinho para o consumo deles. Após uns dois anos, devido a grande quantidade de uva colhida, aumentaram a quantidade de vinho, e produziram também suco. No entanto, após a peste pérola em meados da década de 1980, até mesmo a produção para consumo próprio foi interrompida. A atividade retoma por volta dos anos 1987-1989, com uvas provenientes de outras regiões.
ENT-11	[Entrevista invalidada por falta de autorização]
ENT-12	A ligação com o vime é passada de geração em geração na família de Paulo Ricardo Tulio, que descende de italianos. Seus avôs, José Ico Tulio e Ana Maria Zen, trabalhavam com artesanato em vime. Posteriormente seu pai fundou a Fabrica Tulio & Ferro (aproximadamente na década de 1970). Passado um tempo é aberta a Loja Artesanatos Tulio & Ferro (meados de 1989). Após alguns anos a fabrica foi desativada. Atualmente Paulo é quem esta a frente do negócio.

ENT-13	Flora Madalosso Bertolli com 80 anos de idade, e 57 anos a frente dos negócios da família, é a proprietária e fundadora dos Restaurantes Velho e Novo Madalosso. Juntamente com seus pais e irmãos, vieram de Caxias do Sul para Santa Felicidade no ano de 1949. Ao longo do tempo a Família Madalosso, de descendência italiana, cultivou uvas na região. No entanto, em um dado momento, uma forte chuva de granizo acabou com os parreirais. Em 1963, mesmo diante das dificuldades surge uma oportunidade, e Flora juntamente com seu Marido, Ademar, e seu pai, Antonio, compram o Restaurante Flórida, com 24 lugares, passando a ser chamado Restaurante Madalosso. Mais tarde, em 1970, é construído o Novo Madalosso.
ENT-14	Lineu Acrisio Dalarmi, com quase 80 anos de idade é o atual proprietário do Vinhos Dall'Armi. Seu avô Giovanni Battista Dall'Armi, imigrante italiano que se estabeleceu nos arredores de Santa Felicidade ao final do século XIX (meados de 1889), cultivava uvas. Na Itália as famílias produziam vinho para consumo próprio. Da mesma forma Ângelo Dallarmi, o pai de Lineu, deu sequência à tradição cultivando uvas e fabricando vinho, destinado inicialmente para o consumo deles e para presentear amigos. Segundo o entrevistado, seu pai iniciou a comercialização do vinho por volta de 1925, e posteriormente a empresa foi comandada por seu irmão. Até que, em torno de 1960, Lineu assume o comando da empresa, permanecendo atualmente como proprietário.
ENT-15	Leonilda Bonatto é a proprietária e fundadora do Chocolate Florybal Loja Temática de Santa Felicidade, inaugurada em 2014. Trata-se de uma loja autorizada para revenda e utilização da Marca Florybal de Gramado/RS. Com fachada temática, e ponto de parada da linha turismo em frente ao seu estabelecimento, o atendimento é bastante voltado aos turistas. Inclusive, entre as motivações para o estabelecimento do negócio está o fato de o Bairro Santa Felicidade ser conhecido como destino turístico, e possuir traços similares de colonização com os da Serra Gaúcha.

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir das entrevistas (2021)

3.3.3 Procedimentos de tratamento e análise de dados

Para o tratamento dos dados, tanto primários como secundários, foi adotada a técnica de análise de conteúdo temática proposta por Bardin (2011), a qual Minayo *et al.* (2002) concordam que, a organização da análise deve iniciar com a (1) pré-análise do conteúdo, seguido da (2) exploração do material, e tratamento dos resultados: inferência e (3) interpretação, ocorrendo assim a codificação, categorização e inferência dos dados.

3.3.3.1 Tratamento e análise de dados secundários

Fundamentada em Bardin (2011), no momento inicial, a (1) pré-seleção do conteúdo (vide item 3.3.2.1 coleta de dados secundários) se deu por meio de leitura flutuante, seguida posteriormente de uma leitura aprofundada, realizada em paralelo com a perspectiva teórica adotada. Vale ressaltar que esse processo não ocorreu de

maneira linear, mas sim em um movimento de “ir e vir”, ora dos documentos para teoria, ora da teoria para os documentos.

Assim, considerando o objetivo da pesquisa e buscando dados para resolução da problemática, chegou-se ao que Bardin (2011) chama de constituição de um corpus. Significando que, foram definidos os documentos passíveis de serem submetidos à análise, respeitando as regras propostas pela autora (2011) de: exaustividade (levantamento apurado de elementos e rigor metodológico na exclusão de fontes); representatividade (a amostra de dados precisa conter elementos que representem o objeto de estudo, possibilitando a generalização de resultados); homogeneidade (o mesmo critério de seleção deve ser aplicado a toda amostra, evitando singularidades); e pertinência (é necessário que se estabeleça relações entre os dados e o propósito do estudo).

Dessa forma, na (2) etapa de exploração, os documentos foram manualmente catalogados e primariamente codificados por meio de recortes temáticos (utilizado o *Excel*® como ferramenta suporte), buscando sempre um ordenamento cronológico, facilitando a compreensão do processo evolutivo do setor. O Quadro 10 apresenta o compilado dos documentos que, após a pré-análise foram efetivamente selecionados e tratados neste processo.

Em relação ao processo de análise e interpretação dos dados, tomou-se como norteador o posicionamento aderido por Minayo *et al.* (2002, p. 68), os quais consideram que “a análise e interpretação estão contidas no mesmo movimento: o de olhar atentamente para os dados da pesquisa”. Dessa forma, não houve uma separação entre “processos de analisar” e “interpretar”, ocorrendo ambos simultaneamente.

De acordo com Bardin (2011), a (3) fase de tratamento corresponde a um processo de codificação, através de: recorte de unidades de registro e de contexto; enumeração; e escolha das categorias, a partir dos quais os dados brutos puderam comunicar uma mensagem subjacente.

Nesse estudo, foram utilizados temas como unidades de registro, e como unidades de contexto os parágrafos mais relevantes de cada documento; bem como fragmentos retirados do *Facebook*, *Instagram* e *YouTube*. Em relação às regras de enumeração, optou-se em não utilizar medição por frequência, nesse caso a

inferência foi obtida a partir da presença do índice *temas*. Assim, foi possível identificar as categorias analíticas preliminares: empreendedorismo institucional, instituições e campo organizacional.

Quadro 10 – Catálogo de documentos utilizados na análise (*corpus*)

Documentos	Dados observados
Adega Caliarí	História da empresa; modernização da produção de vinhos (I).
Assembleia Legislativa do Estado do Paraná (ALEP).	Reforça a importância da ACISF; projeto do uso de gás natural de cozinha nos empreendimentos gastronômicos (I).
Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF).	Diversos: criação da associação; forma de atuação; enfrentamento à pandemia da Covid-19 (I).
Entre quatro painéis (*).	Apresenta a trajetória pessoal e profissional de Flora Madalosso, proprietária dos restaurantes Madalosso (B).
Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba (IPPUC).	Evolução econômica da Colônia, inicialmente de base agrícola (I).
	Lei Estadual nº1581/1916, referente à criação do Distrito Administrativo/Judiciário de Santa Felicidade (L).
Instituto Municipal de Turismo	Dados estatísticos sobre Turismo; imigração; Mapa do Polo Gastronômico de Santa Felicidade.
Jornal Bem Paraná	Inauguração novo centro gastronômico (J).
Jornal Folha de São Paulo	Primeiro hotel do Bairro (J).
Jornal Gazeta do Povo	Motivos que levaram à criação da Festa do Frango, Polenta e Vinho; estabelecimentos gastronômicos da Família Madalosso e inovações no cardápio (J).
Paróquia São José e Santa Felicidade	História do Bairro e dos imigrantes; influência da igreja sobre a Colônia; festas tradicionais (I).
Prefeitura Municipal de Curitiba (PMC).	Lei Municipal nº 13.035/2008, a qual denomina a ACISF como entidade de utilidade pública (L). / Lei Municipal nº 15123/2017 referente à criação do polo gastronômico de Santa Felicidade (L).
Restaurante Cascatinha	Tradição familiar; negócios representados pela terceira geração (I).
Restaurante Portal	Inicialmente uma casa de marmitta: mudou sua configuração em virtude da demanda (I).
Santa Felicidade, Cascatinha, Butiatuvinha, São João e Lamenha Pequena (*).	Origem dos imigrantes; herança cultural; primeira reivindicação (O).
Santa Felicidade, o bairro italiano de Curitiba: um estudo sobre restaurantes, rituais e (re)construção de identidade étnica (*).	Diversos: história do Bairro; comércio; atividade gastronômica; cultura (O).
Secretaria Municipal de Saúde de Curitiba (SMS).	Normas para funcionamento de estabelecimentos voltados à gastronomia (I).
Vídeo [YouTube]: 140 anos de Santa Felicidade	Chegada dos primeiros imigrantes na Colônia; construção comunitária da primeira igreja (I).
Vinhos Dall'Armi	Uso de tecnologias na fabricação de vinho (I).
Vinhos Santa Felicidade	O incremento de maquinários aumentou a diversidade de produtos (I).

Nota: os dados foram obtidos em *sites* diversos, plataforma *YouTube* e *Instagram*, com exceção das fontes sinalizadas com *, que são referentes a livros impressos. As marcações compostas pelas letras (B), (I), (J), (L) e (O), sinalizam o tipo de conteúdo, sendo respectivamente: Biográfico; Institucional (empresas privadas, órgãos públicos municipais e estaduais, associação e entidade religiosa); Jornalísticos; Leis e Outros (obra decorrente de levantamento histórico/cultural; obra resultante de pesquisa acadêmica).

Fonte: Autoria própria (2021)

3.3.3.2 Tratamento e análise de dados primários

Quanto ao tratamento dos dados primários, durante o primeiro trimestre de 2021, as quinze entrevistas foram submetidas ao processo de transcrição. Os dados foram transcritos *ipsis litteris*, ou seja, de forma literal, preservando a “forma como foi dita”. Isso foi possível uma vez que todos os entrevistados autorizaram a gravação de áudios. Nessa fase, foi utilizado o *Software VB-Audio Voice Meeter* combinado ao *Software Voice Dictation - Online Speech Recognition*, ferramentas que possibilitaram a transcrição parcial das entrevistas. Após essa transcrição inicial feita pelos *softwares*, foi empreendido um trabalho de escuta e de leitura, repetidas vezes, para: conferência; complemento de falas não identificadas pelo programa; e correção de erros.

Vale ressaltar que, embora a utilização dos *softwares* tenham otimizado relativamente o trabalho, ainda assim a fase de transcrições foi algo moroso, o que demandou grande esforço. Uma vez que, a transcrição automática está sujeita a interferências como, por exemplo, ruídos diversos (vozes sobrepostas; fluxo de clientes/funcionários durante o atendimento nos estabelecimentos; música ambiente; barulhos de ventiladores), além de fatores relacionados à própria qualidade da gravação e fala dos entrevistados (velocidade das falas; dicção; vocábulos não identificados pelos programas, entre outros).

Todas as transcrições foram padronizadas com fonte arial em tamanho 10 (facilitando a utilização para citações diretas), e espaçamento simples entre as linhas, totalizando assim 320 páginas, decorrentes de 14 horas, 48 minutos e 53 segundos de gravações. Na Tabela 1, é apresentado o quantitativo gerado pelo processo de transcrição.

Com exceção das transcrições, em que houve o auxílio de *software*, o restante do processo de tratamento e análise das entrevistas foi realizado manualmente. As entrevistas foram impressas, e as temáticas grifadas e acompanhadas de anotações. A intenção foi à busca por uma maior imersão interpretativa em relação aos dados que emergiram das falas.

Tabela 1 – Processo de transcrição das entrevistas

Entrevista	Duração da entrevista	Páginas transcritas
ENT-1	02h32m11s	47
ENT-2	00h48m28s	18
ENT-3	00h34m18s	13
ENT-4	00h47m45s	20
ENT-5	00h43m29s	19
ENT-6	01h12m35s	17
ENT-7	00h54m32s	15
ENT-8	00h32m28s	16
ENT-9	00h23m49s	14
ENT-10	01h28m08s	37
ENT-11	00h51m36s	18
ENT-12	00h26m02s	14
ENT-13	01h15m53s	21
ENT-14	01h54m38s	40
ENT-15	00h23m01s	11
Totalidade	14h48m53s	320 Páginas

Fonte: Autoria própria, elaborada a partir das transcrições de entrevistas (2021)

Em síntese, os dados primários foram submetidos ao mesmo tipo de tratamento conferido aos documentos, ou seja, a análise temática de Bardin (2011). Cabendo destacar que, cada entrevista foi considerada uma unidade de contexto, devido à quantidade de dados inferidos.

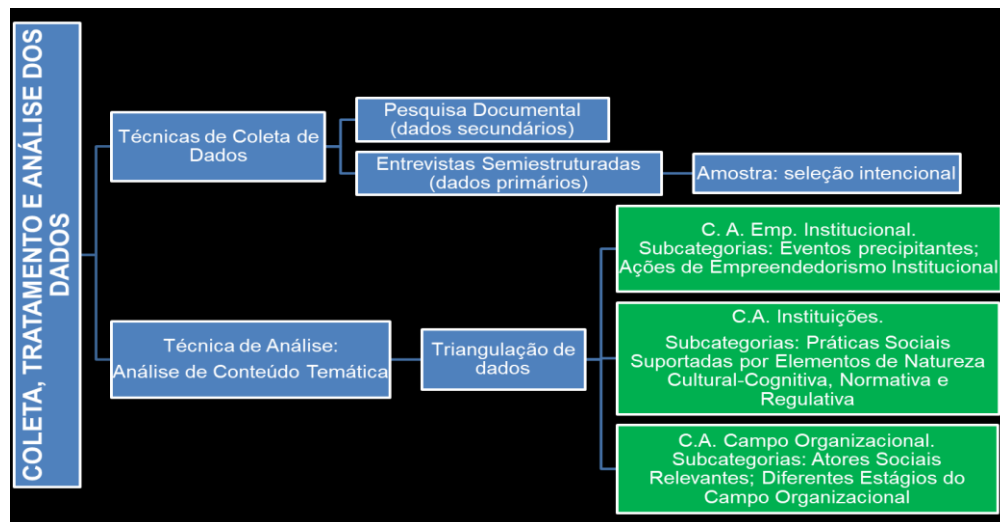
No entanto, a imersão *in loco* conferiu maior clareza em relação a alguns elementos inicialmente subjacentes durante a pesquisa documental, o que permitiu refinar as categorias por meio de subcategorias de análise (conforme anteriormente apresentadas na seção 3.2.1).

Por fim, conforme propõe Stake (2011), foi realizada a triangulação de dados, provenientes da pesquisa documental e das entrevistas semiestruturadas. Esta ação

conferiu rigor e validade interna aos resultados, uma vez que, ao cruzar as fontes foi verificado a convergência de grande parte das informações.

Em suma, a Figura 7 expressa os procedimentos descritos nos itens 3.3.2 e 3.3.3.

Figura 7 – Coleta, tratamento e análise dos dados da pesquisa



Fonte: Autoria própria (2021)

As categorias foram assim tratadas e os dados dispostos no Capítulo 4.

3.3.4 Facilidades e dificuldades na coleta de dados

A proximidade geográfica com o objeto de estudo foi um facilitador para o deslocamento até os entrevistados. No entanto, houve certa dificuldade quanto ao agendamento das entrevistas. Entre as situações adversas, problemas de saúde (*Alzheimer*); recuperação pós-contágio da Covid-19; e até mesmo a indisponibilidade e falta de interesse de alguns consultados.

E ainda, em virtude do cenário pandêmico, o cronograma de coleta foi alterado, considerando dois motivos: o primeiro, a importância de observar a partir de um espaço temporal maior, as novas práticas adotadas no setor durante esse momento atípico. Segundo, devido ao meu próprio receio quanto à exposição física (para alguns dos entrevistados foi perguntado sobre o interesse em participar remotamente, no entanto sem adesão).

Por fim, em relação à condução das entrevistas, também foram encontradas algumas dificuldades. Entre elas, a necessidade de pausar e reagendar uma entrevista; e em alguns casos os ruídos e interferência de terceiros (circulação de clientes; funcionários; música ambiente; e conversas paralelas).

3.3.5 Limitações da pesquisa

Toda pesquisa científica possui limitações visto a impossibilidade de atingir a totalidade de um fenômeno. Atrelado a isso, conforme pontua Stake (2011), a escolha de uma estratégia qualitativa por ser subjetiva gera questionamentos.

No caso desse estudo, dois pontos em relação à coleta de dados podem ser considerados como fatores limitantes. O primeiro, quanto à utilização de fontes documentais, incorrendo limitação justamente pelo fato de que os dados secundários não foram produzidos para o objeto de pesquisa. O que significa dizer que existe uma apropriação de informações que são consideradas úteis e podem ser relacionadas ao fenômeno estudado. Em relação ao segundo ponto, por tratar-se de um estudo com aproximação longitudinal de espaço temporal longínquo, muitos dos atores considerados relevantes não são mais acessíveis.

Assim, a mitigação dessas intercorrências ocorreu através do resgate de memórias de entrevistados com grande vivência no campo. Somado a isso, a realização de triangulação de dados reduziu incertezas. Pois, conforme menciona Stake (2011), o processo de triangulação bem realizado é um importante aliado para obtenção da validação da pesquisa.

Ademais, uma última limitação está relacionada ao grande volume de dados gerados nas entrevistas. Foi necessário direcionar a atenção para os elementos que emergiram com maior intensidade. No entanto, essa limitação não interfere o resultado final do estudo.

3.3.6 Aspectos éticos envolvidos na condução da pesquisa

Com o objetivo de manter a transparência e ética na condução da pesquisa os entrevistados foram comunicados sobre o objetivo do estudo e sua finalidade acadêmica, e ainda sobre o interesse em gravar as falas. Os entrevistados foram comunicados de forma oral e através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice A). O qual foi impresso, e assinado depois do aceite de cada participante.

No termo, o entrevistado podia assinalar a opção quanto: participação ou não no estudo; autorização ou não do áudio gravação, e ainda uso ou não de pseudônimo. Os entrevistados poderiam ainda, a qualquer momento solicitar sigilo sobre alguma informação específica (o que ocorreu em três entrevistas, sendo as gravações pausadas em alguns momentos).

A décima primeira entrevista (ENT-11), respeitando os preceitos descritos acima, foi invalidada. Isso ocorreu, pois no dia da entrevista ao explicar o estudo e enquanto o ENT-11 realizava a leitura do termo, este se mostrou apreensivo em participar, pois relatou problemas envolvendo outra pesquisa acadêmica. Diante da situação, caso concordasse, argumentei que poderíamos continuar a entrevista sem a assinatura do termo e que me comprometeria a posteriormente enviar por *e-mail* a transcrição para validação. Dessa forma, a entrevista prosseguiu, sendo permitida a gravação de voz. Em fevereiro de 2021, conforme combinado, a transcrição foi enviada ao respondente. Porém, não houve retorno. Após uma nova tentativa, sem sucesso, o material foi descartado para análise.

4 ANÁLISE DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os dados apresentados nesta seção são resultados do compilamento e triangulação de fontes primárias, gerados a partir de entrevistas semiestruturadas, e secundárias, provenientes de pesquisa documental, que em sua totalidade constituem o corpo analítico do estudo.

Ao longo da pesquisa foi percebida a importância do contexto histórico, ao observar as relações culturais e socioeconômicas existentes na Colônia. Nesse sentido, foram considerados os atores sociais e os diversos elementos que compuseram a formação do Bairro Santa Felicidade e que são observados na própria configuração do referido polo gastronômico, possibilitando a compreensão do *status quo*.

Assim, os dados estão ordenados da seguinte maneira:

A seção 4.1 traz uma contextualização histórica e atende o primeiro objetivo específico “Descrever a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade”.

A seção 4.2 apresenta a análise da categoria analítica empreendedorismo institucional (subcategorias eventos precipitantes e ações de empreendedorismo institucional), em consonância ao atingimento do segundo objetivo específico “Identificar as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020”.

A seção 4.3 apresenta a análise da categoria analítica instituições (subcategorias práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa), relacionado ao atingimento do terceiro objetivo específico “Identificar as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva; normativa; e regulativa.

A seção 4.4 apresenta uma discussão sobre os impactos da COVID-19.

E por fim, a seção 4.5 apresenta a categoria analítica campo organizacional (subcategorias atores sociais relevantes e diferentes estágios do campo organizacional), referente ao quarto objetivo específico “Descrever e avaliar a formação do campo organizacional no período de 1920 a 2020”.

É importante ressaltar que, no referencial teórico, foi adotada uma ordem distinta em relação aos conceitos de campo organizacional e empreendedorismo

institucional, ou seja, a proposta desse estudo foi voltada a compreender como as ações empreendedoras evoluíram para a criação e manutenção das instituições, moldando a configuração campo. O Quadro 11 apresenta esta relação.

Quadro 11 – Correlação entre os objetivos específicos e as categorias analíticas

Objetivos específicos	Categorias e Subcategorias Analíticas
Objetivo específico 1 - Descrever a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade.	Para este objetivo não foi estabelecida uma categoria analítica. À medida que os dados foram emergindo, estes foram organizados e postos em ordem cronológica, permitindo assim o levantamento histórico.
Objetivo específico 2 - Identificar as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020.	Empreendedorismo Institucional (subcategorias: eventos precipitantes; ações de empreendedorismo institucional).
Objetivo específico 3 - Identificar as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa.	Instituições (subcategorias: práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva; normativa e regulativa).
Objetivo específico 4 - Descrever e avaliar a formação do campo organizacional no período de 1920 a 2020.	Campo Organizacional (subcategorias: atores sociais relevantes; diferentes estágios do campo organizacional).

Fonte: Autoria própria (2021)

4.1 O caso em estudo: Contexto histórico, social, e econômico

Brasil e Europa passavam por momentos distintos no século XIX. No Brasil, sobravam terras não ocupadas e faltava mão-de-obra para produção de alimentos. Enquanto na Europa, as dificuldades oriundas dos históricos de guerras somadas à política de cercamento, bem como o processo de industrialização, causaram uma grande onda de desemprego rural. (FENIANOS, 2006; HUBNER, 2007).

Após emancipação político-administrativa do Estado do Paraná, ocorrida em 1853, diante do déficit na agricultura local, o Governo Estadual buscou maneiras de ajustar o Projeto Nacional de Imigração, criando próximo aos centros urbanos os núcleos agrícolas. Como resultado, em 1859 um novo cenário surge próximo à Cidade de Curitiba, com a formação do primeiro núcleo colonial, a Colônia Assungui. Que além de colonos Brasileiros, era composta por imigrantes europeus, oriundos da Inglaterra, França e Alemanha (MARANHÃO, 2014).

Em meados de 1876, é firmado um acordo entre Brasil e Itália. A “política de portas abertas” facilitava a entrada de imigrantes em território brasileiro. Assim, em 1877, italianos motivados pela promessa de uma vida melhor embarcam em direção ao Brasil (FENIANOS, 2006).

Em 05 de janeiro de 1878, chegam ao Porto de Paranaguá se deslocando posteriormente até Curitiba. Criando em 1878 a Colônia de Santa Felicidade (FENIANOS, 2006). Unindo forças, as primeiras quinze famílias efetuaram a compra de um terreno, de propriedade de Antônio, Arlindo e Felicidade Borges. Uma homenagem foi realizada a antiga proprietária, atribuindo seu nome a Colônia. Somado a isso, a palavra Santa foi acrescentada em razão da religiosidade destes imigrantes (MARANHÃO, 2014).

Conforme o *site* da Carpintaria São Judas Tadeu (2020), pertencente à Família Vendramin, a relação dos imigrantes pioneiros é composta por:

Giovanni Alberti; Francesco Boscardin e seu irmão Luigi Boscardin; Latini Luca; Magdalena Benato; Francesco Comparin; Calisto Cumin; Giuseppe Dalla Stella; Giovani Lucca e seu sobrinho Bortolo Muraro; outro Bortolo Muraro (chamado de Trevisanello); Santo Cuman; Giacomo Breda e Giovanni Casagrande; Basilio Bacalfi; Antonio Paolin; Giuseppe Ravanello; Sebastiano Tagliaro e seu sobrinho Giuseppe Vendramin.

A região até então conhecida como Taquaral recebeu imigrantes italianos provenientes principalmente do Vêneto (FENIANOS, 2006). Trouxeram consigo uma herança cultural, a produção de vinhos; queijos e hortifrutigranjeiros (IMT, 2017).

De acordo com Fenianos (2006), em 1880 a comunidade local fez um pedido ao governo para que uma estrada pudesse ser elo entre a cidade e a Colônia. Ainda segundo o autor (2006, p. 15) “a solicitação se refere à estrada de Santa Felicidade que foi concretizada e hoje é parte da Avenida Manoel Ribas”.

Outra preocupação deste povo estava associada à religião. Considerando a forte devoção católica, inicialmente deslocavam-se até a igreja central, atual Catedral Basílica Menor de Nossa Senhora da Luz dos Pinhais. No entanto, diante da distância a ser percorrida, as famílias passaram a se reunir na casa da Família Boscardin, para realizar orações, leituras e catequizar as crianças. Aos poucos o espaço ficou limitado, e com isso setenta famílias se uniram para construir uma pequena capela de madeira (PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE, 2020).

Em 1886, o missionário italiano Padre Pietro Colbacchini chega a Curitiba com o objetivo de atuar junto aos imigrantes. Ao mudar-se para Santa Felicidade em 1889, percebe que o espaço estava pequeno para a quantidade de fiéis, e com isso a necessidade de construir uma nova igreja, concluída em 1891 (ver Imagem 1). Mais tarde, em 1926, a edificação foi ampliada e, em 1937 transformada em Paróquia, recebendo o nome do Padroeiro São José. Posteriormente, em 2013, torna-se Paróquia São José e Santa Felicidade (PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE, 2020).

Imagem 1 – Foto de imigrantes italianos junto à igreja (1891)



Fonte: CURITIBA ANTIGA FOTOS DE ANTIGAMENTE. Imigrantes Italianos. Curitiba, 2018 mar. 13. Facebook – Página. Disponível em: <https://www.facebook.com/CuritibaAntiga/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

Quanto à educação, em 1900, a escola paroquial foi inaugurada, e desde então é administrada pelas religiosas do Sagrado Coração de Jesus, onde atualmente funciona o Colégio Imaculada Conceição (PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE, 2020).

À medida que a Colônia se organizava novos grupos de italianos chegavam à região, totalizando mais de duzentas famílias nos primeiros anos do século XX (FENIANOS, 2006). Em 1915, a Colônia Santa Felicidade ganha espaço no mapa de Curitiba (FENIANOS, 2006), e no ano seguinte, em 1916, é elevada a Distrito, conforme disponibilizado no *site* do IPPUC (2020) “[...] em 1916, fica criado, através

da Lei Estadual nº 1581/1916, o Distrito Administrativo/Judiciário de Santa Felicidade, caracterizando-se como um dos distritos mais antigos de Curitiba [...]”.

Entre os ofícios comuns na Colônia, ao longo dos anos, estavam: lavradores; carroceiras; produtores de vinho; artesãos de utensílios em vime; proprietários de moinhos; proprietários de armazéns (secos e molhados); pedreiros; marceneiros; carpinteiros; ferreiros; e comerciantes em geral (FENIANOS, 2006).

Em relação às características iniciais da Colônia, conforme registro no *site* do IPPUC (2020) a atividade agrícola foi preponderante:

[...] por muitos anos, a referida Colônia dedicou-se ao trabalho agrícola, principalmente com o cultivo de milho, feijão, trigo, hortaliças e, também, à criação animal em pequena escala, com produção de leite, queijo e salame. A produção resultante era comercializada “na cidade” através de carroças conduzidas pelos colonos, que seguiam entoando canções italianas pela antiga Estrada da Colônia, onde hoje está localizada a Avenida Manoel Ribas [...]. A dedicação dos imigrantes italianos e seus descendentes contribuiu para a expansão econômica surgindo um comércio diversificado e prestação de serviços com armazéns, produção de queijos, vinhos e gastronomia, tornando a região dinâmica e singular.

Conforme relata Maranhão (2014, p. 53), a comercialização era uma atividade realizada pelas mulheres da Colônia “diariamente, nas primeiras horas da manhã, partiam as colonas em suas carroças abarrotadas de lenha, cereais como feijão e milho, legumes e verduras frescas [...]” (ver Imagem 2).

Imagem 2 – Foto de uma colona de Santa Felicidade comercializando produtos agrícolas em Curitiba (1957)



Fonte: ANTIGAMENTE EM CURITIBA. Momento eternizado. Curitiba, 2019 jan. 6. Facebook - Grupo. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/groups/417557358409468/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

Indo ao encontro da fala do ENT-14 “os italiano geralmente que fazia isso era as mulheres. Elas saíam com uma carrocinha ia pro centro cheia de alface, cebola, tudo coisa né da agricultura aí, de horta né”.

A história das carroceiras de Santa Felicidade foi encerrada em 1996, com o falecimento de Hermínia Perussi, após complicações resultantes de um acidente envolvendo sua carroça e um ônibus (GALANI, 2017). No entanto, já na década de 1980 Perussi era considerada a última a persistir no ofício, conforme registro de Ganz (1994, p. 72):

“na decada de 80, ela era a ultima verdureira solitária que, com um cavalo e uma carroca (ambos velhos), percorria as ruas. Mas, nas décadas de 30 e 40, a mesma dona Hermínia era uma entre tantas ambulantes que vinham das colonias dos imigrantes europeus para a cidade vender seus produtos da lavoura”.

Considerando a característica da época, os serviços prestados por ferreiros eram constantes. A fala de Germano Estella clarifica esse ofício:

a gente fazia carroça, carpideira, arado, um pouco de tudo. Ponteiro, talhadeira, manivela de poço. Tudo o que aparecia a gente fazia né. [...] mais de 20.000 ferradura, com certeza. 46 ano fazendo ferradura. Praticamente 90%, todo dia. 8, 10, 15. A primeira coisa de um ferreiro era fazer uma remessa de ferradura (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Da mesma forma, Cristian Esmanhoto da Ferraria Esmanhoto relata: “antigamente, [...] quando o meu avô começo [...] era ferrado cavalo, era feito bastante ferradura, rebatido disco de arado, [...] porque era voltado bastante a agricultura e ao transporte da época né”. No entanto, atualmente a atividade dos ferreiros aos poucos está desaparecendo, conforme pondera Agostinho Esmanhoto: “o serviço nosso aqui ultimamente 80% seria mais serviço de solda e conserto né. Serviço de ferreiro mesmo agora é 20% só” (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Além dos ferreiros, os artesãos de vime estavam intimamente ligados a esse cenário. Armando Tulio relata que:

da família da minha mãe, já eram fabricantes na Itália, de cestos, toda cestaria. Porque nas carrocinhas quando iam à cidade, tinham cesto pra ovo, cesto pra papel higiênico, cesto pra por o pão na cozinha, cesto pra roupa no banheiro, enfim, vários tipos de cestos (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Assim, em 1926 Natalin Túlio funda a Vime Túlio, que segundo Fenianos (2006, p. 18) “na época, o trabalho na colônia ainda compreendia uma espécie de

indústria artesanal para a fabricação de vassouras, cestos, cadeiras rústicas [...]”. O que vai ao encontro da fala de Cesar Costa, do Artesanato Costa, “eu acredito que foi lá pros anos 1940, 30/40, que começo o vime, o artesanato. Antigamente mesmo era só as cesta pra colheita, só” (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Atualmente, embora em menor quantidade, as lojas de artesanato em vime estão ainda presentes na região. Bem como, lojas que comercializam móveis em vime.

Além disso, entre os primeiros imigrantes estava o carpinteiro Giuseppe Vendramin, que foi responsável por fabricar as famosas carroças da época, bem como pipas e tonéis nos quais se armazenavam a produção colonial de vinho (CARPINTARIA SÃO JUDAS TADEU, 2020).

Porém, inicialmente, esse armazenamento do vinho correspondia à produção destinada para consumo próprio dos colonos. Comumente as famílias cultivavam suas próprias parreiras e fabricavam o seu próprio vinho. Lentamente a atividade começa a tornar-se comercial como relata Lineu Dalarmi, do Vinhos Dall’Armi:

e teve algum que acho que podia aumenta um poco a produção e faze um comerciozinho né. Como se trato de minha família, meu pai. E ele por volta de 1930, ele começo negocia alguma garrafa de vinho, cos turista que vinha de Curitiba né. Naquele tempo non, non tinha tanto turista de fora né (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Atualmente entre as produtoras de vinho estão a Família Strapasson, proprietária da marca Vinhos Santa Felicidade; e as Famílias Caliarri, Durigan, e Dall’Armi, que imprimem seus nomes como marca nos rótulos de seus produtos.

No entanto, foi por volta da década de 1940, que as primeiras tentativas do empreender gastronômico surgem ainda pequenas. Sendo a comida servida na casa dos colonos, e muitas vezes com a necessidade de encomenda (MARANHÃO, 2014). Como exemplo, Olívia Túlio preparava refeições em seu armazém, na Casa dos Arcos⁵, conforme pode ser visto na Imagem 3.

⁵ De acordo com o *site* do Restaurante Casa dos Arcos (2021), a Casa do Arcos, Patrimônio Histórico de Curitiba, datada de 1895 é considerada uma das construções mais antigas da região de Santa Felicidade. Em 1918, Marcos Mocelin, o primeiro proprietário do imóvel, vende o edifício para a Família Túlio. No entanto, embora a casa pertença desde então a mesma família, em 1982 a Família Bernardi torna-se locadora do imóvel, fundando no local o Restaurante Casa dos Arcos. Cujos estabelecimento permanece em funcionamento (ENT-5).

Imagem 3 – Foto de almoço sob encomenda: sala do Armazém da Casa dos Arcos (1945)



Interventor Manoel Ribas e autoridades políticas almoçando na pequena sala do Armazém da Casa dos Arcos. Foto de 1945.

Fonte: SANTA FELICIDADE ANTIGAMENTE. Eu amo Santa Felicidade. Curitiba, 2014 nov. 03. Facebook – Grupo. Disponível em: <https://www.facebook.com/SantaFelicidade.Mozzilli/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

Caminhões que saíam da região norte do Paraná em direção ao Porto de Paranaguá, para escoamento de café, ao trafegar pela Estrada do Cerne, tinham como parada obrigatória um posto fiscal no qual filas eram formadas. Como a movimentação de veículos passava em frente à casa da Família Perussi, a oportunidade foi reconhecida, surgindo então o Restaurante Iguaçu⁶ (MARANHÃO, 2014). Nessa mesma época, em 1949, foi inaugurado o Restaurante Cascatinha (RESTAURANTE CASCATINHA, 2020).

Hubner (2007, p. 68) discorre que até o ano de 1949 “a colônia de Santa Felicidade já tinha aproximadamente quatro mil habitantes, uma igreja, uma escola, um armazém de secos e molhados, um moinho onde se comprava a farinha, uma farmácia [...]”.

Segundo registros, por volta dos anos de 1953/1954 a macadêmica Avenida Manoel Ribas foi asfaltada, contribuindo para o progresso da região (RESTAURANTE CASA DOS ARCOS, 2021; FENIANOS, 2006; DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020). Entre as melhorias imediatas, o tempo gasto no trajeto percorrido de carroça entre a Colônia e o Largo da Ordem (região central de Curitiba), que

⁶ Segundo *site* do Restaurante Iguaçu (2020), o empreendimento data de 1949.

levava aproximadamente três horas, é reduzido para uma hora e meia (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Outro importante acontecimento na Colônia foi a criação da Festa da Uva, a qual teve sua primeira edição em 1959 (PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE, 2020).

No início da década de 1960, e se estendendo pelas décadas seguintes, novos empreendimentos gastronômicos entram em funcionamento. Em 1963, o antigo Restaurante Flórida de apenas 24 lugares, é adquirido pela Família Madalosso, passando a ser chamado Restaurante Velho Madalosso (HUBNER, 2007). Surgem ainda os Restaurantes Veneza em 1965 e San Remo em 1967, ambos pertencentes à Família Valente. São também dessa década os Restaurantes Durigan e Trastevere (MARANHÃO, 2014).

Na década seguinte, o avanço continua. Em 1970, é fundado o Restaurante Novo Madalosso, que viria a configurar-se na década de 1990 como o maior restaurante do continente americano, marca registrada por três anos consecutivos no *Guinness Book* (HUBNER, 2007). Ainda nessa década, conforme pontua Maranhão (2014, p. 106) surgem “restaurantes dançantes com serviço à *la carte*, como o Roda D’ Água [...] Toscana, *Status* e *Mezza Notte Night Club*”. Ao final da década, em 1979, é inaugurado o Restaurante Jatão, nome atribuído devido a seu formato de avião (MARANHÃO, 2014).

Ao longo dos anos observados, tanto os cenários do Bairro Santa Felicidade como da Cidade de Curitiba passaram por mudanças. Conforme o *site* do IMT (2020) “a cidade enfrentou, especialmente nos anos 1970, a urbanização acelerada, em grande parte provocada pelas migrações do campo, oriundas da substituição da mão de obra agrícola pelas máquinas”. No contexto local, além do aumento do número de restaurantes, exposto anteriormente, itens antes produzidos no interior das casas para consumo próprio (ver Imagem 4), agora são intensificados em negócios (MARANHÃO, 2014).

Associada a essas mudanças, a inter-relação entre turismo e as empresas do setor começa a ganhar força, conforme o apontamento de Maranhão (2014, p. 67):

em Santa Felicidade, desde a década de 1970, toda uma indústria de turismo cresceu em torno dos restaurantes, vinícolas e do comércio de móveis e artesanato em vime. A produção informal de artesanato, a indústria de 'fundo de quintal', é responsável pela manutenção de mais de 150 famílias do bairro [...].

Imagem 4 – Foto produção artesanal de vinho



Fonte: SANTA FELICIDADE ANTIGAMENTE. Hoje a nossa homenagem. Curitiba, 2015 ago. 14. Facebook – Grupo. Disponível em: <https://www.facebook.com/SantaFelicidade.Mozzilli>. Acesso em: 10 maio. 2020.

Posteriormente, em 1982, foi realizada a primeira Festa do Vinho, atualmente conhecida como Festa do Frango, Polenta e Vinho (PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE, 2020).

A expansão do número de restaurantes continuou na década de 1980. A exemplo, em 1984 foi aberto o Restaurante Peixe Frito, uma nova opção para apreciadores de frutos do mar (MARANHÃO, 2014). Depois, em 1989, o Restaurante Portal, inicialmente uma casa de marmitas (RESTAURANTE PORTAL, 2019).

Com a grande concentração de restaurantes, em 1987 é criada a ACISF, com o objetivo de reivindicar melhorias para o Bairro junto à Prefeitura de Curitiba (MARANHÃO, 2014). A associação realiza intermediação entre os empresários locais e órgãos públicos, além de estabelecer parcerias que permitem o

desenvolvimento e capitalização de recursos, promovendo também eventos diversos (ACISF, 2020a).

Já em 1991, passa a configurar no rol gastronômico, os Restaurantes *Castello Trevizzo*, pertencente à Família Trevisan; e Porta Romana/Cantina e Pizzaria Pompéia, da Família Lorenzetti (MARANHÃO, 2014).

Em 1994, já era notório o impacto gerado pela atividade turístico-gastronômica na região, como observa Maranhão (2014, p. 117), “[...], são esses grandes restaurantes que atraem para Santa Felicidade 30.000 turistas a cada final de semana e que somados faturam em média 80 milhões de dólares ao ano”.

Com o crescimento do setor, o primeiro hotel foi inaugurado em 2004 (FOLHA DE SÃO PAULO, 2004), e atualmente pertence à rede Accor, utilizando a bandeira *Ibis Styles*. Mantendo sua atratividade turística ao longo dos anos, em 27 de novembro de 2017, cria-se o Polo Gastronômico de Santa Felicidade, conforme Lei Municipal nº. 15123 (CURITIBA, 2017b). Mais recentemente, em 2018, foi inaugurado o centro gastronômico Rialto Villa Gastronômica, abrigando 17 lojas (BROWNE, 2018).

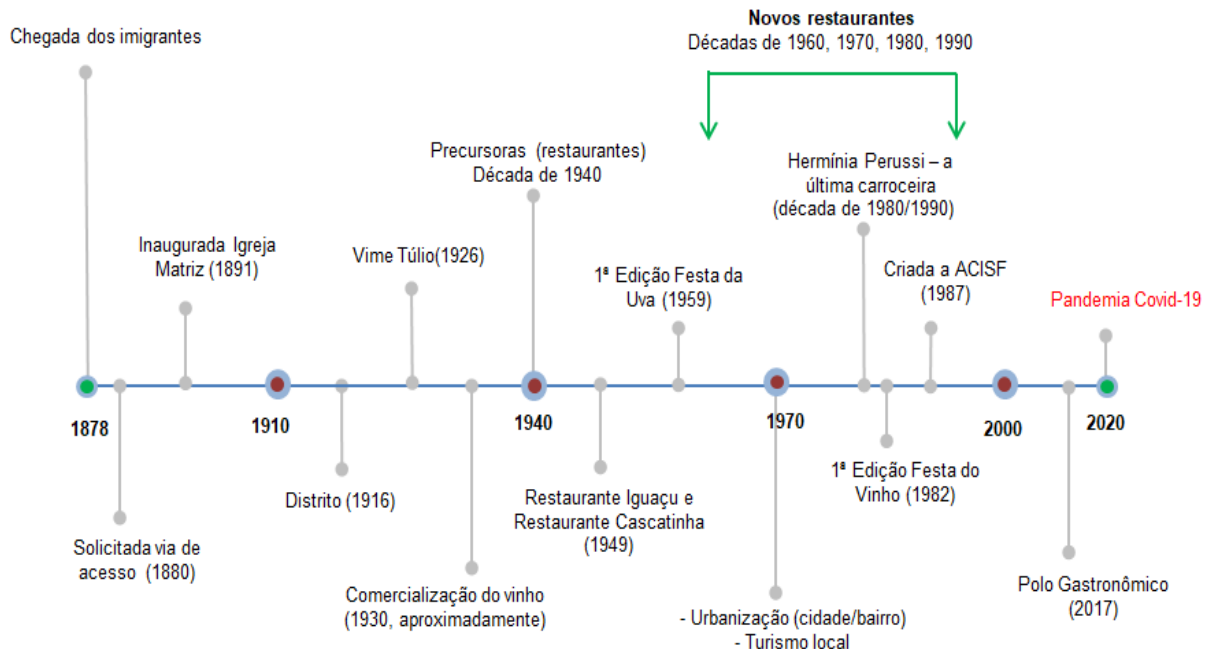
Além dos consagrados restaurantes; empreendimentos voltados à fabricação e comercialização de vinho; lojas de artesanato e de móveis em vime; lojas de chocolates; hotel; e um diversificado comércio local; a infraestrutura da região é composta ainda por unidade de saúde, agências bancárias, postos de combustível, cartório e fórum.

Por fim, em 2020, devido ao cenário pandêmico, o setor turístico-gastronômico de Santa Felicidade tem buscado soluções para mitigação de impactos.

Uma síntese da contextualização apresentada nessa seção pode ser observada na Figura 8.

Assim, a partir dessa contextualização, atinge-se o primeiro objetivo da pesquisa: Descrever a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade. Cujos marcos histórico são importantes balizadores para identificação e compreensão das ações institucionais desenvolvidas na região, e que são alvo de análise na próxima seção.

Figura 8 – Linha do tempo: contextualização histórica, social, e econômica do Bairro



Fonte: Autoria própria, elaborada a partir dos dados da pesquisa (2021)

4.2 Categoria analítica: Empreendedorismo Institucional no Polo Gastronômico

Ao considerar o empreendedor institucional como um ator capaz de promover mudanças institucionais (EISENSTADT, 1980), adota-se nessa análise a tipologia de DiMaggio (1988) que define o empreendedorismo institucional enquanto uma ação intencional e inovadora, responsável por criar ou manter instituições, a partir de anseios individuais ou coletivos. Através desse conceito buscou-se a compreensão de ações que influenciaram na formação do Polo Gastronômico de Santa Felicidade.

De acordo com Greenwood, Suddaby e Hinings (2002), a mudança institucional é desencadeada por diferentes etapas, que se inicia a partir de um evento precipitante. Segundo os autores (2002) esses eventos podem ocorrer em

função de aspectos sociais, tecnológicos, ou regulativos. Como consequência, crises e rupturas são observadas nas instituições vigentes.

A partir dessa leitura, considera-se nesse estudo que o evento precipitante pode corresponder tanto a uma barreira que precisa ser superada, quanto a uma oportunidade de melhoria, frente às quais os empreendedores institucionais iniciam suas ações. Ações estas que segundo Dorado (2013) permitem avançar, mudar ou enfraquecer aspectos institucionais, sejam práticas, estruturas ou lógicas vigentes.

Embora o foco da análise esteja centrado no período de 1920 a 2020, foi verificado ao longo do estudo que, os acontecimentos e ações institucionais que antecedem esse período possuem grande relevância e influência para a compreensão da totalidade do fenômeno observado. Uma vez que, a construção social (BERGER; LUCKMANN, 2004) se deu a partir de ações que estão interconectadas e culturalmente infundidas, resultando inúmeras práticas que se institucionalizaram ao longo do tempo e que são percebidas atualmente no Polo Gastronômico de Santa Felicidade.

Dessa forma, utilizando as inferências obtidas por meio de documentos e entrevistas, a seguir é apresentada a correlação entre os eventos precipitantes *versus* ações de empreendedorismo institucional observadas nesse objeto de estudo. Ao final da seção são apresentadas as discussões teóricas, bem como um quadro síntese (Quadro 12).

4.2.1 Eventos precipitantes *versus* ações de empreendedorismo institucional

1) Necessidade de fixar moradia:

Os primeiros eventos precipitantes estão associados à necessidade de estruturação dessa nova colônia, que se inicia com a chegada dos primeiros imigrantes em 1878. Assim a primeira barreira a ser vencida foi à necessidade de fixar moradia.

Fenianos (2006) descreve que esses imigrantes efetuaram a compra conjunta de um terreno, e iniciaram uma plantação de milho. Nesse começo, o autor (2006, p. 14) descreve “[...] enquanto esperavam a primeira colheita, se arranjavam como

podiam, alguns com a ajuda de brasileiros que ofereciam hospedagem ou comida, outros improvisando baracões [...]”.

Além de contar com esse apoio, os italianos empreenderam a construção comunitária das primeiras casas, como pode ser verificado na fala dos entrevistados ENT-6 e ENT-1:

[...] eles se preocuparam em fazer as primeiras 5 casas de Santa Felicidade, uma é essa aqui onde nós estamos, só que ela está descaracterizada (ENT-6)

No começo era um ajuda o outro, nós chamamos de pixirum. Quando esse meu avô veio lá de Paranaguá, do Porto, eles chegaram aqui, alguém deu de comida pra eles. Eles não tinham nada. O primeiro vai ajudando o segundo, o segundo vai ajudando assim, sabia? Foi assim. Cada família que chegou, a outra ajudou o outro [...] (ENT-1).

2) Necessidade de uma via de acesso:

É sabido que na região, antes da chegada dos imigrantes, tropeiros passavam pela região (ENT-1). Posteriormente, de acordo com Fenianos (2006), em 1880, diante da necessidade de uma estrada que pudesse ligar a Colônia ao centro da Cidade de Curitiba, os colonos solicitaram ao governo uma via de acesso. Embora o autor (2006) mencione que foi concretizada a Estrada de Santa Felicidade, parte atualmente da Avenida Manoel Ribas, não há registros de quando efetivamente a obra ocorreu.

No entanto, encontra-se em Maranhão (2014) o relato de que o terreno adquirido pelos pioneiros foi dividido em quinze lotes e sorteados entre eles. Esses lotes foram então dispostos através de uma picada central, que foi transformada pelos colonos em estrada, através da qual as mercadorias eram transportadas. A autora (2014, p. 53), ainda registra que:

[...] conforme informações do Departamento Estadual de Estradas de Rodagem-DER, na década de 1940, essa antiga estrada carroçável foi macadamizada e ampliada, passando a ser conhecida como Estrada do Cerne, rodovia que liga Curitiba ao norte do Paraná. Em 1948 [...], o trecho urbano da Estrada do Cerne, que atravessava o centro do Bairro de Santa

Felicidade, ligando-a ao centro de Curitiba, recebeu o nome de Avenida Manoel Ribas⁷.

Da mesma forma o ENT-1 relata:

[...] não tinha nome né. Ela não tinha nome. Manoel Ribas era o interventor. [...] Chama Estrada do Cerne. Hoje a Estrada do Cerne é quando entra no município de Campo Magro, tá [...] quando você sai da divisa de Santa Felicidade, Curitiba pra Campo Magro, continua sendo Estrada do Cerne. Aqui era chamado prolongamento de Estrada do Cerne, né (ENT-1).

Como será visto adiante, esta ação resultou no estabelecimento de um comércio entre a Colônia e o centro da cidade, permitindo aos imigrantes a comercialização de seus excedentes.

3) Manutenção da fé:

Passado esses primeiros anos, outra situação precisava ser resolvida. Os imigrantes italianos ao chegarem a Santa Felicidade, mantiveram os pilares de sua cultura sustentados pelo tripé família, trabalho e religião. Mas a manutenção da fé naquele momento estava comprometida por vários fatores, como a ausência de um padre, o difícil acesso até a igreja mais próxima, e ainda dificuldades com o novo idioma. Assim, através de um pedaço de terra doado e da coletividade de aproximadamente setenta famílias, a construção da primeira capela⁸, em madeira, foi possível (PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE, 2020).

Em 1886, o padre italiano Pietro Colbacchini passa a residir em Curitiba, mudando-se para Santa Felicidade em 1889. Nesse mesmo ano, a capela de madeira estava com sua capacidade limitada. Segundo o relato existente no *site* da Paróquia São José e Santa Felicidade (2020) “além de um exímio missionário, Pe. Pietro Colbacchini era engenheiro, arquiteto, mestre de obras. Foi o grande responsável pelo projeto da suntuosa Igreja de São José [...]”.

⁷ Lei municipal nº 7, de 05 de fevereiro de 1948, Art. 1º “A atual Avenida Cruzeiro, base da rodovia do Cerne, passará a denominar-se Avenida Manoel Ribas” (CURITIBA, 2021a). Lei municipal nº 1779, de 10 de setembro de 1959, Art. 1º “A denominação Avenida Manoel Ribas dada pela Lei nº 7, de 5 de fevereiro de 1948, passa a estender-se até o quilômetro 8 (oito) da estrada de Santa Felicidade” (CURITIBA, 2021b).

⁸ Segundo Fenianos (2006), essa primeira capela de madeira data de 1882.

Assim, um trabalho comunitário⁹ de construção da igreja é iniciado em 1889, tendo a duração de três anos. Conforme vídeo, disponível na plataforma *YouTube*, Paróquia São José e Santa Felicidade (2018), pode-se observar detalhes desse momento:

[...] e em três anos conseguiram construir a igreja. É impressionante, como em tão pouco tempo, um grupo de pessoas relativamente pobres conseguiram construir. [...] na construção da Igreja, a areia era do rio e as pedras do alicerce eram trazidas das pedreiras. Eles traziam essas pedras nas carroças e a areia, as mulheres é, com avental, com baldes, alguma coisa, iam trazendo aquela areia. Todos pra ajudarem na construção. E os tijolos eram feito maçico e eram cozidos nos fornos que se usava para fazer o pão [...]. Então todo mundo fazia o pão em casa e daí aproveitavam quem podia fazer 15, 20 tijolos daqueles maciços, eram tijolos grandes de mais ou menos [...] 25, 30 centímetros, pesado, pesavam uns cinco, seis quilo cada um.

O episódio é também relatado pelo ENT-6:

[...] quando essas cinco casas estavam já feitas, resolveram fazer a igreja matriz. Se veja que é, a igreja foi construída depois que eles já estavam aqui morando, estabelecido [...] (ENT-6).

4) Demanda por alimentos e suprimentos variados:

À medida que a Colônia se estruturava, casas foram construídas, e a igreja foi erguida. Aos poucos, em virtude da demanda por alimentos e suprimentos variados um comércio agrícola entre a Colônia e a Cidade foi se estabelecendo. A produção agrícola da Colônia, que inicialmente tinha como objetivo atender a demanda interna, passa a ter o excedente, ainda produzido de forma artesanal, comercializado no centro da Cidade.

O *modus operandi*, na ocasião Colônia de Santa Felicidade, é influenciado diretamente pela bagagem cultural destes imigrantes, em grande maioria camponeses, uma vez que transferiram para a região as técnicas agrícolas, o cultivo de animais; o plantio de uvas e a produção de vinhos; aprendidas em seu país de origem. O relato do ENT-2 permite uma imersão nesse contexto:

[...] o terreno de cada família era 18.150 metro, então era um terreno grande. [...] A agricultura deles era o forte, porque naquela época o norte da Itália ele era agrícola, entende [...] pode vê que sempre foi forte agricultura pelos imigrantes italiano. Porque eles trouxeram isso aí de lá. Eles tinham

⁹ Fenianos (2006) registra o quantitativo de 150 famílias colaboradoras.

técnicas de agricultura que não existia aqui. Então a agricultura houve um desenvolvimento grande principalmente na parte da uva, na viticultura, entendeu (ENT-2).

Ainda que a data exata do início dessa atividade comercial não tenha sido encontrada, é possível inferir pela fala do ENT-14 que ela tenha iniciado já nos primeiros anos da colônia “[...] porque quando vieram da Itália, tinha aquele comércio que você deve conhece, que ia aquelas carrocinha, vende verdura, lenha, galinha, ovos, isso aí teve bem no comecinho viu”. Da mesma forma, Ganz (1994) também relata que nas décadas de 1930 e 1940, o fluxo de carroças em direção ao centro era comum. Armando Tulio também menciona no Documentário Itálicos (2020): “[...] levando o que a freguesa tinha pedido no dia anterior. Era lenha cortada, hortigranjeiros, ovos, a roupa lavada, que já tinha sido lavada, e no dia seguinte já se levava pra cidade. Então, aquilo inundava Curitiba de carrocinhas [...]”.

Esse sistema produtivo/comercial passa a ser uma atividade que se estende ao longo das próximas décadas, mas que conseqüentemente com o crescimento e mudanças do Bairro e da Cidade, vai aos poucos desaparecendo. Fatores como a urbanização, principalmente nos anos 1970, impactam essa atividade. Como mencionado anteriormente, na década de 1980 tem-se o registro da atuação de apenas uma carroceira (GANZ, 1994).

5) Os primeiros visitantes:

Além da agricultura como modo de subsistência, fatores culturais como o cultivo de parreirais e o preparo de vinho, abriram caminho para a criação de um novo tipo de comércio. Com o movimento dos chamados “turistas de Curitiba¹⁰”, conforme mencionado pelo ENT-14, passa a se vislumbrar a possibilidade de comercialização dessa bebida, antes destinada ao consumo próprio. Inicialmente surgem fabriquetas com modo artesanal de produção, que ao longo das décadas são transformadas em atividade rentável. O ENT-14 conta um pouco sobre a experiência de sua família:

¹⁰ Em algumas falas percebe-se que por muitas décadas existia uma espécie de separação, como se a Colônia de Santa Felicidade não pertencesse a Cidade de Curitiba, remetendo, por exemplo, ao uso da expressão “turistas de Curitiba”. Embora, como visto anteriormente, Santa Felicidade tenha se tornado distrito em 1916, essa separação cultural persistiu por muito tempo.

[...] meu pai planto umas parreira tal, pra fazer um poquinho de vinho pro gasto, que nem na Itália também o pessoal se fazia e tal um pouco de vinho. [...] foi assim que começo. Daí uns par de anos ele era pro consumo da casa né. E, mas depois o pessoal começo gosta, vinha o pessoal de Curitiba, era os turista de Curitiba que vieram, era uma viagem vir à Santa Felicidade, era um carreador talvez né [risos], vinham a cavalo. Bom, eu sei dizer que deu certo, que começaram gostar do vinho e tal, e meu pai tem umas historiazinha daquele tempo que é, chegava o pessoal de Curitiba né, e gostavam e tal, e meu pai se sentia bem, putava tamo fazendo uma coisa boa e tal né. Ele costumava dá de brinde tal, pra amigos, médico, alguém que tinha alguma relação com a família né. E a velha, minha avó, disse: puxa, mas te dá um serviço cuidar dessa uva e fazer vinho, você fica dando. Por que você não vende? Ganha um dinheirinho. Que nem nós vendemos verdura e tal né, e hortaliça. Daí o vóio disse: sabe que eu vou fazer isso. Vou fazer um pouco mais do que nós consumimos, e depois eu vou vender né. E daí começo. Aqui em Santa Felicidade tinha mais ou menos em 1920 a 1950, tinha umas quatro, cinco cantininha de vinho. Tinha nós, os Dall'Armi, Lugarini, Zen, quem é que tinha mais, o Durigan [...]. E essas família que faziam um poquinho a mais, vendia pro pessoal que, depois começo um turismo um pouco mais de longe, de São Paulo né, de Santa Catarina [...] (ENT-14).

Ainda de acordo com o ENT-14, os vinhos são a origem do Polo Gastronômico de Santa Felicidade:

então assim, a Santa Felicidade ficou famosa no mundo inteiro por causa das fábrica de vinho, essas quatro ou cinco que eu disse, vo repeti, Lugarini, Zen, [...], Durigan, Dalla'Armi, mas tinha mais uma, [...] o Franzoloso também tinha vinho, é. [...] inclusive o Madalosso¹¹ ele fez uma cantininha de vinho também, ele tinha. Então [...] é uma coisa que trouxe o turismo, foi a gastronomia, que seriam os restaurantes, e o vinho, é. [...] No começo era vinho, verduras, mas era agricultura de um modo geral [...] (ENT-14).

Em complemento, Caporasso (2006) ao *site Oriund.net*, remete a continuidade da ação, pois trata do fornecimento para restaurantes, que no caso de Santa Felicidade, surgem a partir da década de 1940:

nossos vinhos fabricados pelas famílias Luca, Valle, Strapasson, Dallarmi, Túlio, em maior quantidade é que se faziam presentes nas mesas de nossos restaurantes, e o da família Zen, na Lamenha Pequena era conhecido além de nossas fronteiras, sendo servido também no centro da cidade, muito apreciado o famoso vinho rosado, com o registro da Colônia.

6) Utilidade do vime:

Da mesma forma que os vinhos, foi vislumbrada a possibilidade de ganho econômico através da confecção e comercialização de artefatos em vime, que

¹¹ No entanto, a Família Madalosso se estabeleceu em Curitiba apenas em 1949. Assim, embora tenha explorado a atividade por muitos anos, não se trata de uma das famílias pioneiras no seguimento de Vinhos.

inicialmente estava voltada para uso dos colonos, e rapidamente teve sua utilidade reconhecida por pessoas de fora da Colônia. Assim a primeira empresa localizada nos documentos é a Vime Túlio, fundada por Natalin Túlio, datada de 1926 (FENIANOS, 2006). Como será visto adiante (4.3.1), resultou em uma atividade amplamente difundida na região.

O ENT-12 ao ser perguntado sobre o início desse tipo de comércio relata:

não existia comércio. Então vamo lá, o meu vô plantava milho aqui, que nós tínhamos terreno ali, [...] milho, [...] eles faziam as cestas pra eles usarem ali pra produção deles. O outro Tulio lá da frente lá, fazia pra produção dele entendeu, assim. Fazia pra o uso próprio deles. Aí que começo essa ideia de vender a cesta, porque a turma começava a vim aqui e pega né. Tipo vamo dize, [...] a turma pegava a carroça e ia vende lá no centro, levava onde? Nas cestas de vime. A verdura, o que seja. E os caras já gostavam da cesta. Então começou-se a já, aí que começo a história de vende (ENT-12).

Já Darci Ferro, da Arte Finne Móveis Artesanais, em relato ao Documentário Itálicos (2020), menciona: “[...] começaram fabrica cestos pra roupa, cesto pras panificadora, pros açougues, pros mercados, e assim por diante. [...] E aí depois começaram a fazer móveis né, que também tem uma aceitação muito boa”. Outros relatos, encontrados também no mesmo documentário, refletem como essa atividade foi bastante explorada na região. Como é o caso do artesão Anselmo Ercole “aprendi com meus primos. [...] eles trabalhavam todos eles com vime né, porque a família era bastante grande né”. Da mesma forma, conta Sebastião Back do Artesanato Barigui “e tinha muito, muitas famílias que trabalhavam na época do meu sogro, nossa, Santa Felicidade tinha uma multidão de gente que trabalhava com vime [...]”.

7) Necessidade de energia elétrica trifásica:

Se por um lado, tanto a produção e comercialização de vinhos e artefatos em vime avançava, do outro, a falta de energia elétrica trifásica comprometia a expansão de novas atividades. Assim, em meados da década de 1940, Alfredo Vendramin, filho de imigrante, vai até o governador solicitar a instalação de luz elétrica trifásica.

Para ter uma ideia de como era região á época, Fenianos (2006) descreve: “[...] a água ainda era de poço, a luz era dos lampiões e os fogões à lenha quando, no início dos anos 30, o transporte coletivo chegou à região”. Assim o ENT-6 relembra que a empresa, na época comandada por seu pai, Alfredo Vendramin, estava encerrando as atividades de tanoaria. No entanto para que estabelecesse a carpintaria (em funcionamento até hoje), a força trifásica era essencial para o andamento de seu projeto.

isso passou desse trabalho de tanoaria no final da década de 30. [...] não chego na década de 40. Você vê que aquela foto lá é de 1930. É era uma fase onde eles tavam terminando com essa atividade. Depois [...] a luz elétrica trifásica é chego em Santa Felicidade, porque o meu pai foi pedi pro governador. Ele queria se estabelecê aqui e aqui tinha luz, mas não tinha energia elétrica, não tinha força trifásica. E meu pai precisava se estabelecê, ele foi fala diretamente com o governador. [...] o pai disse: [...] eu vim pedi, faze o pedido que eu quero me estabelecê em Santa Felicidade, e preciso luz, luz elétrica, a luz trifásica. O governador não falo nada [...], pegou um meio officio assim [...] e começo a redigi a mão [...], aí ele chamo uma pessoa, assino e disse: ói entregue esse aqui lá na Compania Força e Luz. [...] e a luz elétrica veio e paro bem aqui na frente. Paro aqui, o último poste paro aqui, depois entrou a energia aqui. [...]. Eu não sei te dize exatamente o ano, mas com segurança que foi na década de 40. Pode ser até que tenha sido por pelos idos de 1942/43 (ENT-6).

O ENT-6 continua explicando que a energia trifásica era necessária para que o maquinário funcionasse, uma vez que o serviço manual seria inviável:

você veja, tem um lapso de tempo aí, que no final da década de 30 termino essa atividade aí. Mas depois lá pelos idos de 1942, 43, é que o meu pai conseguiu se estabelecê. Porque nesse espaço ele queria, mas não sabia como. Então ele disse, puxa, mas pra eu me estabelecê e faze, continua fazendo tudo a mão assim não dá certo. Daí ele resolveu faze assim, aí sim, aí deslancho né. Porque daí ele foi em São Paulo e compro tudo máquinas usada, é ele compro, aqui não, nem tinha, aqui em Curitiba não tinha. Ele comprou máquinas usada, e eram máquinas inglesas muito boa (ENT-6).

8) Circulação de visitantes, caminhoneiros, e figuras políticas:

Na década de 1940, ocorre ainda uma das principais ações de empreendedorismo institucional, responsável por culminar na alteração da antiga lógica institucional, até então preponderantemente voltada à agricultura. Segundo relato dos entrevistados e através dos documentos consultados, nesse período, precipitado pela circulação de visitantes; taxistas; caminhoneiros; e figuras políticas,

surgem os primeiros serviços de refeições, através das precursoras: Júlia Toaldo; Olívia Túlio e Maria Zonatto.

Entre os documentos consultados, Fenianos (2006) registrou: “[...] aos domingos depois da missa, Dona Maria Zonatto e Dona Júlia Toaldo serviam uma receita especial de picadinho. Os fregueses que desejassem saborear o prato mais vezes, deviam fazê-lo por encomenda”.

Da mesma forma, em Maranhão (2014, p. 100):

saber qual dos restaurantes foi o primeiro a se estabelecer é motivo para longas discussões entre os proprietários. Discute-se quem foi o primeiro a abrir as portas, o primeiro a fazer o registro na Junta Comercial ou o primeiro a abrir um restaurante em um espaço apropriado. Entretanto, todos concordam que foi D^a. Júlia Toaldo quem teve a ideia, servindo na década de 1940 um prato único na saída da missa de domingo, por volta das 11 horas da manhã. Em sua própria casa, D^a. Júlia servia um prato feito, composto de bife à milanesa com molho de carne picadinha, tendo como acompanhamento pão e vinho. Outros se lembram da famosa dobradinha que D^a. Júlia servia por encomenda, conquistando clientela em Curitiba, especialmente funcionários do governo.

Assim como em Maranhão (2014), Caporasso (2006) menciona que o primeiro restaurante da região foi o de Júlia toaldo, conhecido como Restaurante Colonial.

Novamente, em Maranhão (2014, p. 104):

ainda na década de 1940, Dona Olívia Túlio também preparava refeições sob encomenda no armazém da família [...]. Servia em uma pequena sala, risoto, frango caipira e polenta para políticos da época, sendo o interventor Manoel Ribas um dos clientes mais assíduos.

Os dados são complementados em Caporasso (2006) ao *site Oriundi.net*:

no Armazém do Beppi Tullio, onde hoje é o Restaurante Casa dos Arcos, a nonna Olívia fazia risoto, [...] acompanhado de polenta branca, e vinho que o proprietário fazia, e que era considerado o melhor da Colônia. O Interventor Manoel Ribas e seu secretariado vinham freqüentemente jantar na Casa da Nonna Olívia [...].

Durante as entrevistas ao perguntar sobre a origem dos restaurantes de Santa Felicidade, o ENT-14 comenta:

[...] começo ali onde é o Bradesco agora, foi o primeiro restaurante que fazia uma refeiçãozinha pro pessoal viu. Era o, puxa agora eu non me lembro o nome, mas foi um que não progrediu, ele abriu uns tempinho depois paro. A dona era Júlia Toaldo. Era mãe do seu Laerte, que é um amigo meu, que fez as primeira janta, os primeiro almoço né. [...] deu certo porque ela já tinha um movimento bom, todo mundo gostava. Mas depois eu acho que ela

foi sozinha e tal, e eles desistiram. E desistiram e pararam. Mas foi a primeira. Era uma italiana, é Dona Júlia Toaldo, o marido dela era Luis Toaldo. Era um predion bem velho antigo, bem na frente da igreja [...] (ENT-14).

Da mesma forma a ENT-13 relembra:

era bem na frente da igreja que ela fazia. Dona Júlia Toaldo. Ela tinha uma casa, era grande a casa dela, daí ela tinha uma sala separada assim do lado, daí ela começo a servi aquela comida. Foi a primeira que começo a servi a comida pra fora (ENT-13).

O ENT-6 ainda explica:

[...] os restaurantes também foi assim é, muitas pessoas que passavam por aqui, principalmente aqueles viajante que iam pro Norte do Paraná, tinha uma senhora aí da Família Toaldo, a Dona Júlia Toaldo, que ela fazia lá uma sopinha, um risotinho, uma polentinha, isso é que deu origem aos restaurante. Porque começo ter uma, começo ter um conhecimento desse tipo de coisa, então eles começaram vê que isso seria uma, até isso veio da época (ENT-6).

Assim como nos documentos que fazem referência aos primeiros serviços de refeições na década de 1940, o ENT-14 menciona uma experiência isolada de sua família, reafirmando que esse espaço temporal está correto. Conforme:

isso aí foi em mais ou meno em 50. Mas antes disso, em 45 mais ou meno que eu tinha uns quatro, cinco ano, os motorista de táxi aqui de Curitiba eram paresque 23 tá, da cidade intera né. E eles vinham experimenta o vinho e tal, e uma vez um desses cara que eram bom cliente nosso, ele disse para minha mãe: por que que a senhora não faz uma, uma janta pra nós, uma galinhada e tal, já que vocês tem o vinho bom, só pros motorista de Curitiba né?. E ela fez, fez. Sempre me lembro que eu era bem criança pequena, me lembro que eu via eles mata galinha [risos], o jeito que eles matavam as galinha era interessante viu. É, as mulher punham um cabo de vassora no pescoço e puxavam [risos]. E daí ela fez e gostaram, pediram pra faze mais, ma como nós era só homem a maioria, os meu irmon nós era em cinco, seis, e do, se tivesse mulher no meio ás veis podia, minha mãe disse: ah eu tô sozinha, tenho que pega os vizinho aí pra faze almoço né [risos], [inaudível] ela não quis. Ma teria dado certo, seria o primeiro restaurante.[...] eu sei que ela fez uma macarronada, fez um risoto, aquele estilo deles, e galinha e vinho à vontade. Mas óia fez um sucesso loco (ENT-14).

O ENT-14 comenta, no entanto, que sua Mãe, Margarida Segalla, prestou esse serviço uma única vez.

Outro relato encontrado em Maranhão (2014, p. 163) remete à segunda edição da Festa da Uva “para esta festa foi organizado um churrasco, a carne não deu para todos e muitos receberam seu dinheiro de volta e foram comer no bar de

Luiz e Júlia Toaldo ou no do Zeca e M^a. Zonatto”. Nesse caso, o ano correspondente é 1960, indicando a permanência dessa atividade.

Dessa forma, Luiz e Júlia Toaldo, Beppi e Olívia Túlio, Zeca e Maria Zonatto são considerados os primeiros empreendedores institucionais (indivíduos) no ramo de refeição, uma vez que impulsionaram uma nova atividade econômica, ainda que informal nos primeiros anos. Seus empreendimentos funcionavam numa espécie de extensão das suas casas, não existindo uma rotina profissionalizada, muitas vezes demandando a encomenda antecipada das refeições. No entanto, mesmo após décadas, os entrevistados reconhecem esse pioneirismo e a influência dessas ações.

Desse modo, os dois restaurantes que surgem em 1949, Restaurante Iguazu e Restaurante Cascatinha, em funcionamento desde então, passam a serem os precursores enquanto empreendedores institucionais, não mais no nível do indivíduo, mas agora enquanto organização. Ambos os restaurantes se beneficiaram com o fluxo de caminhões que transitavam por um pedaço da Estrada do Cerne, posteriormente nomeada Avenida Manoel Ribas (como visto na seção 4.1).

Em relação ao Restaurante Cascatinha, o ENT-1 explica como foi o início do empreendimento:

[...] fizeram uma construção, bar, restaurante e sorveteria. Aí os caminhões paravam aqui, os caminhões de madeira ou de café, paravam aqui na frente, e faziam um almoço prato feito [...] porque um caminhão quando parava aqui, pra ele chega em Paranaguá ele demorava quase um dia, pela graciosa né. Porque eram caminhões lento né (ENT-1).

Reforçando ainda que:

[...] sempre teve algum lugar que servia alguma comida. Lembra-se? Sempre teve alguém, né. Lembra-se, aqui era uma rodovia né, passavas os caminhões né, é. Mas ninguém fico, né (ENT-1).

9) Necessidade de adequação do cardápio:

À medida que os restaurantes foram se estabelecendo, houve à necessidade de adequação do cardápio, até mesmo devido ao interesse manifestado pelos clientes. Assim, uma nova ação de empreendedorismo institucional foi efetuada, sendo o cardápio alterado.

Como visto anteriormente, entre os pratos servidos pelas precursoras (Júlia Toaldo, Maria Zonatto e Olívia Túlio), estava o picadinho, dobradinha, risoto e polenta. Em 1949, o então Bar, Restaurante e Sorveteria Cascatinha, servia um prato feito, na época conhecido como sortido, composto por feijão, arroz, ovo frito, frango e salada. O ENT-1 explica o processo de transição do cardápio, que ocorre já no início da década de 1950, sendo alterado para comida italiana:

e esse local ele era um recanto de piquenique. Quando eles compraram esse lugar já era um recanto, só que ninguém vendia bebidas nem sorvetes né. Aí a minha mãe fazia coxinha, pastel. A minha mãe com a minha tia, esposa do meu tio Pedro, o nome dela era Palmira Volpe, elas ficavam mais as crianças, todo mundo ficava fazendo coxinha, padinha, pastel, sonho, sonho doce né, pepino azedo, vendia-se uva nesse local, e vendia-se capilé. Capilé é um refrigerante que você fazia na hora, com groselha e água de poço, capilé. E vendia cerveja, porque chegava aqui num domingo de verão, de janeiro e de fevereiro, chegavam a vir 500 pessoas num domingo fazer piquenique aqui. E fazia o prato feito, de dia. O restaurante não abria a noite. Aí as pessoas que vinham aqui do anel central de Curitiba, [...] mesmo esse pessoal dos caminhões, eles diziam assim ó, vocês não comem sortido, vocês comem comida né. Vocês comem frango, polenta e risoto. Nossa família, eu era menino, eu tenho 68 ano, nós comia frango, polenta e risoto. Nós não comia esse sortido aí. O nosso costume italiano não se comia muito feijão com arroz. Comia-se risoto, polenta, é, frango, franguinho à passarinho né. Aí que começo faze o restaurante, se abriu até a noite, começo a faze a noite, e domingo no almoço servia essa comida. Frango à passarinho, polenta, é [...]. Porque as pessoas mesmo, diziam: olha, nós queremos come essa comida de vocês (ENT-1).

Segundo relata Maranhão (2014), com o asfaltamento da Avenida Manoel Ribas (década de 1960) houve uma crescente movimentação de pessoas vindas de outras regiões da cidade. Nessa época o Restaurante Iguaçu altera também a sua comida. O cardápio que tinha como base o feijão, arroz e bife, agora dá espaço ao risoto, frango à passarinho, macarrão, polenta e salada de radicci.

10) Oportunidade de um novo segmento:

Além da alteração dos pratos, os restaurantes perceberam também a oportunidade de agregar serviços para além da alimentação, criando-se um novo nicho de mercado: os eventos.

Embora já houvesse na década de 1950 registros de famílias que se reuniam para comemorar seus eventos, como bodas e aniversários (ENT-1), à medida que os restaurantes ganham fama e passam a atrair cada vez mais

visitantes, estes além de expandirem em quantidade, também crescem em termos estruturais. Os restaurantes são submetidos a reformas, novas construções surgem, e com isso a capacidade de atendimento é ampliada. Esse conjunto de variáveis contribuiu para o fortalecimento desse novo nicho.

Com o surgimento do Restaurante Novo Madalosso em 1970, e ações de divulgação, o estabelecimento, além de proporcionar o serviço de alimentação, torna-se também um centro de confraternização atendendo eventos diversificados (HUBNER, 2007). Assim, os eventos passam a ser um nicho importante e lucrativo, além de cada vez mais profissionalizados. As empresas de Curitiba passam a realizar seus eventos nos restaurantes de Santa Felicidade, conforme relata a ENT-13:

porque daí começaram na época é, tinha empresas que fazia pros funcionários sabe, é 200 pessoa, 300 pessoa, 500 pessoa, daí nós sempre fomo aumentando aquele salon grande lá. Nós tinha um empresa que fazia pra 3.000 pessoa, faziam em 3 vezes [...]. As empresas começaram vir aqui, porque o Madalosso era o maior que tinha aqui. Que nós tínhamos condições de fazer. Em salon separado, pra nunca mexe no nosso individual [...] (ENT-13).

Ao longo dos anos, essa atividade passa a ser adotada pelos concorrentes. Sendo atualmente considerada fundamental para o faturamento dos empreendimentos gastronômicos da região, inclusive havendo restaurantes que ou voltaram-se quase que exclusivamente para o atendimento de eventos, ou construíram espaços específicos para isso, como exemplos: *Castello Trevizzo*; *Verona Eventos*, *Mezza Notte Eventos*, e *Porta Romana Eventos*.

11) Quermesse x supersafra:

Anualmente promovida pela igreja, nos tempos da Colônia, a Quermesse em Louvor a Santa Inês, do ano de 1958, somada a uma grande quantidade de uvas, foi o evento precipitante para a criação da Festa da Uva de Santa Felicidade, cuja primeira edição ocorreu em 1959. De acordo com Fenianos (2006) os colonos haviam colhido uma supersafra que necessitava ser comercializada.

O ENT-7 relata o acontecimento:

[...] em 1958 acontecia uma festa, uma quermesse, no entorno aqui da igreja, em volta da igreja, no pátio da igreja. Uma quermesse. Que era organizada pelas é, era um movimento chamado Pia União das Filhas de Maria. Eram jovencinhas que participavam desse movimento, meninas de 15, 16, 17, 18 anos, tinha esse grupinho de meninas, inclusive minha mãe (Odila Sirlei Ercole Pereira) fazia parte, Flora Madalosso fazia parte desse grupo. [...] nesta quermesse, aonde a comunidade trazia pratos, doces, salgados, e frutos para serem vendidos na quermesse, naquela festa houve uma doação muito grande de uva, pra se vender na quermesse. Aí essas meninas, eu falo as meninas né, da época, da Pia União Filhas de Maria, começaram a receber as caixas, cestos de uva, e começo a chega numa grande quantidade, aí começo aquelas ideias 'o que vamo fazer com essa uva', aí uma falou 'ah vamos vender por quilo', daí a outra falou 'mas como?', 'ah eu vô lá no mercadinho do meu pai, eu vô busca a balança', a outra falou 'ah então vamo lá pega umas mesa com cavalete'. Montaram as mesinhas com os cavaletes, as cestas e as caixas de uva, a balança, botaram um preço, e começaram a vender a uva. E foi um sucesso, vendeu assim uva a dá co pé. E ali é, vendo o sucesso [...], aquelas ideias malucas, [...] conversaram com o padre da época, e disseram: padre porque não fazemos no ano que vem uma Festa da Uva?. Olha a ideia né. Deu aquele estalo. O padre achou interessante e ali começaram a viver a ideia, que daí em 1959, janeiro, um ano depois, aconteceu a primeira Festa da Uva em 1959 (ENT-7).

Da mesma forma a ENT-13, uma das fundadoras, narra o momento:

daí quando eu era mocinha assim, eu digo sabe do que Padre, a festa de janeiro era nossa, das moça, das Filha de Maria, éramos em 120. Eu era a presidente e tinha outra que era a vice. Daí eu disse: Padre deixa nós fazer a Festa da Uva Padre, em Janeiro. Hein Padre, deixa nós fazer a festa? Daí o Padre disse: ah vocês são loca, não me comprem mais que 100 kg de carne hein! Que se sobra carne cêis vão pega a carne e oro [ouro], e vão vende carne na segunda feira. Bom, tá bom. Mas daí na época veio o Paulo Pimentel que era secretário de agricultura na época [...] daí ele veio aqui, pego uns cacho de uva bonita assim, do parreiral do meu pai, fotografo e coloco uma reportagem no jornal que era dele, meia página de jornal, 'Primeira Festa da Uva em Santa Felicidade, tal e tal', fui eu que fundei. Meu Deus, a veiarada de Santa Felicidade nunca na vida tinham visto uma coisa igual. [...] Então foi feito um movimento bem grande, foi feito na igreja aqui sabe [...]. E até hoje funciona, é o que mantém a igreja até hoje. Que daí essa festa mantém as despesa da igreja né que tem bastante sempre (ENT-13).

Essa festa se caracteriza como um importante marco da história de Santa Felicidade, representando a cultura e tradição dos imigrantes e de seus descendentes. Ao longo dos anos foi institucionalizada, e em 2020 atingiu a 62ª edição. A Festa faz parte do calendário oficial de eventos da Cidade de Curitiba.

12) Feira da Providência:

Na década de 1970 foram empreendidas pelo Restaurante Madalosso as primeiras ações de divulgação em nível nacional.

De acordo com Hubner (2007), a convite das esposas de deputados federais, o Restaurante Madalosso se auto representando, bem como representando o Estado do Paraná, participaram da Feira da Providência, nas cidades do Rio de Janeiro (1974 e 1975) e Brasília (1976) onde foram montadas estruturas para servir os participantes desse evento. Na ocasião, “Dona Flora preparou todos os equipamentos para que Admar, Ernani “o Gordo”, Severino e uma equipe pudessem fazer a polenta, o frango, os demais pratos [...]” (HUBNER, 2007, p. 165).

No mesmo período, viagens regulares para algumas das capitais do Brasil, bem como às agências de viagens, foram realizadas por Ernani e Carlos Madalosso. Como resultado, o Restaurante Madalosso ficou conhecido nacionalmente (HUBNER, 2007).

Da mesma forma o ENT-3 mencionou ter participado de feiras fora de Curitiba, por volta das décadas de 1980/1990:

pra leva o nome, não leva o nome só de Santa, leva o nosso especificamente. [...] Quando a gente começo a fica conhecido nacionalmente, pra poderem os turistas virem de fora conhece Santa Felicidade, e conhece o Veneza né, porque eles conheciam só o Madalosso [...] (ENT-3).

Tais ações impulsionaram o aumento do número de visitantes no Bairro Santa Felicidade, favorecendo diversos estabelecimentos da região. Especialmente no caso do Restaurante Madalosso, considerando a forma articulada e contínua da ação, este assume um papel de empreendedor institucional enquanto organização.

13) Episódio isolado de insucesso da Festa da Uva de 1982:

Em 1982, diante da necessidade de comercializar os produtos que não foram vendidos durante a Festa da Uva daquele ano, é criada a Festa do Vinho, em julho, que posteriormente teve o nome alterado para Festa do Frango, Polenta e Vinho.

O impacto foi causado por um grande volume de chuvas naquela edição (DENCK, 2019). A saída encontrada foi transformar o fruto em vinho, e comercializá-lo em uma nova festa.

Os ENT-7 e ENT-10 trazem o relato:

[...] foi por causa de um insucesso, de uma festa mal sucedida da uva. Aonde tinham se comprado lá toneladas de uva, e choveu os três dias sem parar, acabo ca festa. Sobro tuda a uva. A comissão da época, isso a trinta e lá poucos anos atrás, se reuniu no final da festa, e aí começa aquelas ideias. 'o quê que vamo faze com tudo essa uva?'. 'ah vamo lá no fulano lá que faz vinho e vamo faze vinho. Vamo dá a uva pra ele, ele faz vinho pra nós'. Tá, daí o outro falou: mas tá, e faze o quê com o vinho?. Daí um deu aquele estalo [sinal de estalo com a mão] e falo: ah, vamo faze a Festa do Vinho. Meio que na brincadeira, meio que na brincadeira, pego. Tanto é que no começo ela começo como Festa do Vinho, depois ela só mudo de nome, pra Frango, Polenta e Vinho. [...] Que acontece no meio do ano, geralmente ela é em primeiro ou segundo final de semana de julho (ENT-7).

porque eles venderam uva, mas vendeu poca né, porque choveu. Acho que se não me engano, acho que quem processo a uva, se não me engano foi o Dall'Armi. O Dall'Armi moeu a uva, fez o vinho, daí a igreja, eu acho que daí a igreja vendeu [...].e o Germano sempre comandou as festas. [...] o Alcides Danker ele é genro do Germano, e eles trabalhavam, [inaudível] davam o sangue por aquilo, entende (ENT-10).

Conforme anteriormente mencionado pelo ENT-10, o ENT-14 relata sua participação no processo de fabricação do vinho para a festa:

a um ponto tal que ela ia bem por causa de mim até. Vô me elogia um poco, sabe por quê? Quando faziam a festa, eles precisavam de uva boa e bastante, era 2 caminhon, era uns 20, 25.000 kg de uva né. Ma se desse uma um temporal, chuva, eles iam sobra tudo essa uva né. Enton o que que eles tinha a certeza, eu ia faze o vinho pra eles. [...] mas eu vô faze o vinho, e o vinho que dé aquela uva, eu non cobro nenhum serviço, nada. Enton eles faziam com gosto viu. Eu fiz isso é. Ma fiz umas duas vezes só, depois non (ENT-14).

Também, as falas dos entrevistados 7 e 10 vão ao encontro do que foi visto em Hubner (2007), quanto a participação de Germano Francischini e de seu genro; a decisão de produzir vinho; bem como a realização de uma nova festa.

Ambas as festividades (Festa da Uva e Festa do Frango, Polenta e Vinho) estão consolidadas, e são realizadas anualmente no Bosque São Cristóvão, organizadas pela Paróquia São José e Santa Felicidade. Todavia, em virtude da pandemia da Covid-19, a 38ª edição da Festa do Frango, Polenta e Vinho que seria realizada em julho de 2020 foi cancelada.

14) A busca por melhorias para a região:

Ainda na década de 1980, movidos pela necessidade de articular o comércio local e proporcionar melhorias para o Bairro, proprietários de restaurantes e de outros estabelecimentos comerciais na região, se uniram para criar a Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF), fundada em 1987 (ACISF, 2020a).

O atual presidente da Associação, contou um pouco da trajetória e das conquistas obtidas:

[...] a ACISF começou [...] com um grupo de empresários aqui de Santa Felicidade, para trazer melhorias pro Bairro naquela época né. O primeiro presidente foi o meu tio, o seu Carlos Roberto Madalosso né. Aí eles começaram é a luta mais pra trazer mais eventos aqui pra Santa Felicidade, o comércio fica mais unido né, e isso gerou é um certo, como que eu posso dizer, acolhimento no Bairro, porque o Bairro de Santa Felicidade começo a crescer muito, não só aqui no Paraná, mas como no Brasil e no mundo né. Aí precisava de uma associação do Bairro né pra conduzir. E que aconteceu, o Carlos Roberto ele conseguiu trazer aqui pra Santa Felicidade, o corpo de bombeiros pela Associação, o portal de Santa Felicidade foi feito pela Associação, e diversas outras coisas foi feita pela ACISF também [...]. Aí de lá até hoje [...] a gente tá fazendo diversos trabalhos aí (ENT-8).

Da mesma forma, o ENT-1 fala sobre a ação da ACISF ainda nos primeiros anos:

[...] ela foi criada quando é, aqui resolveu-se fazer uma pista dupla. A pista dupla não conseguia terminar. Principalmente um problema onde tem ponte. As pontes aí começaram travar né. Ponte você não faz de um mês pro outro né. E começo fica..., nós passamos um natal, um ano novo, um verão aqui foi uma tristeza. Você não tinha como chegar nesse Bairro, o barro, e as pessoas vinham né [...]. Então a associação nasceu assim ó, foi o meu primo Renato Trevisan que é dono do Castello Trevizzo com o irmão dele, o Gilberto, e o Carlos Madalosso, [inaudível], eles se uniram, eles se tornaram presidente disso, e fundaram a Associação Comercial e Industrial de Santa Felicidade, pra agilizar essa pista dupla que não terminava. Conseguiram. Aí quando termino falo 'o que que nós precisamos mais agora?' 'Ah precisamos de um corpo de bombeiro'. Aí foram lá conseguiram o terreno lá, que é da prefeitura, fizeram o corpo de bombeiro. Quem ajuda a fazer? Iniciativa particular. A Indústria Trombini foi quem mais ajuda fazer o corpo de bombeiro. O Trombini antigamente teve muito problema com sinistro né. E nunca mais teve né, ainda, felizmente. E daí fez o corpo de bombeiro, [inaudível], precisamos fazer uma delegacia. Aí fizeram a delegacia lá no terreno [inaudível]. É aí depois tava tudo, vamos fazer o portal. Quem paga o portal? O Bamerindus. O Bamerindus, o dono do Bamerindus paga o portal. Olha só, iniciativa público privada da época. [...] Daí tava ó, pista dupla, portal, corpo de bombeiro e delegacia [...].

Todavia, segundo o ENT-1 a Associação, considerando principalmente a trajetória inicial, teve uma função representativa, não sendo, dessa forma, responsável pela impulsão do comércio local:

[...] ela não impulsiono assim, não. Não é ela que impulsiono, que começo diz 'não agora vai abri um monte de comércio interno', não. O comércio interno já existia, não é isso? O comércio interno existia e tá funcionando né [...] (ENT-1).

Assim, considera-se que a ACISF enquanto associação representativa contribuiu para que novas ações de empreendedorismo institucional fossem desencadeadas. Percebe-se também que houve um movimento voltado à busca por legitimidade, através de um ator que pudesse normatizar as atividades do setor, sendo elo entre instituições privadas e públicas.

15) Políticas de manutenção da atividade turística em Santa Felicidade:

Ao considerar a atividade turística do Bairro Santa Felicidade, foram encontrados atores que, em maior ou menor grau de envolvimento, colaboram através de ações voltadas à manutenção desse segmento.

Como exemplo, a Linha Turismo de Curitiba promovida pela PMC/IMT, pela qual os visitantes podem conhecer os atrativos da região. Já a página Curta Curitiba, do *Curitiba Convention & Visitors Bureau*, divulga os eventos da cidade e conseqüentemente os do Bairro, configurando como um ator de apoio ao setor (CURTA CURITIBA, 2020).

A realização anual da Festa da Uva e Festa do Frango, Polenta e Vinho, organizada pela igreja e divulgada pela PMC/IMT no calendário de eventos de Curitiba, bem como através de mídias espontâneas, também contribui.

Já a ACISF, em 2014, juntamente com o IMT lançaram o Guia Curta Santa Felicidade:

o Guia Curta Santa Felicidade será lançado nesta segunda-feira (19), reunindo mais de 50 estabelecimentos nas áreas de culinária, cultural, artesanato, vinhos, cafés e chocolates. O guia divulga e valoriza as atividades desenvolvidas na região para turistas e visitantes, aproveitando a época de realização da Copa do Mundo [...] contará com representantes da Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF) e diretoria do Instituto Municipal de Turismo (Ctur), que apoia a iniciativa (CURITIBA, 2014).

Da mesma forma, a exposição fotográfica Nostra Colônia, disposta ao longo da Avenida Manoel Ribas, foi idealizada pela ACISF e concretizada através dos moradores do Bairro, como pode ser visto na fala de Ana Lucia Moro à Tribuna do Paraná (2015), vídeo disponibilizado no *YouTube*:

[...] é um projeto de exposição ao ar livre, e esse projeto já fazia dois anos que a gente tinha vontade de fazer, e só agora a gente conseguiu viabilizar essa proposta financeiramente. [...] nós fizemos um trabalho de pesquisa de campo onde nós criamos uma comissão cultural pra poder nos auxiliar a buscar imagens com a comunidade [...] nós selecionamos 130 para o Projeto Nostra Colônia [...] elas retratam a construção de Santa Felicidade, elas mostram um pouquinho do cotidiano, do dia a dia da vida dos colonos, das primeiras atividades comerciais [...] mostramos nessa primeira edição também, fotos dos nossos casarões antigos, lugares, espaços que hoje constitui referência da cultura italiana, nós ampliamos também a gente mostrou os clubes, a igreja, o bosque, então a gente trouxe um pouquinho de situações e elementos da vida cotidiana, religiosa, que compõem que é referência da cultura italiana em santa felicidade. A exposição ela é no trecho turístico de Santa Felicidade [...].

Existem ainda empresas que fazem investimentos dentro de seus estabelecimentos voltados para o recebimento do turista, como é o caso do Restaurante Madalosso, da Loja de Chocolates Florybal, e do Vinhos Durigan.

16) Pandemia da Covid-19:

Todavia, no ano de 2020, a pandemia da Covid-19 foi um evento precipitante que desencadeou diversas ações voltadas ao enfrentamento da doença. Nesse cenário, a ACISF realizou em seu *site* a divulgação de orientações provenientes da Prefeitura Municipal de Curitiba e da Associação Comercial do Paraná (ACP), que visam à adequação conforme legislação em vigor, e procedimentos tidos como corretos durante período pandêmico. Têm-se como diretrizes o horário permitido de funcionamento; a capacidade de lotação; o distanciamento mínimo entre pessoas; o uso de álcool em gel; o uso de máscaras; entre outras. Além das ações envolvendo segurança e saúde, a ACISF, juntamente com a ACP, realizou uma parceria com a Cooperativa de Crédito SICOOB Sul que disponibilizou aos seus associados uma linha de crédito em caráter emergencial, oferecendo capital de giro com carência de até um ano (ACISF, 2020a).

Além disso, identificou-se o empreendedorismo institucional em nível setorial, desencadeado pelos empresários de Santa Felicidade, ao adotarem novas ações, bem como ao intensificarem práticas já existentes, que visam mitigar os impactos negativos gerados por esse novo cenário. Entre elas: o serviço de *delivery express*; *drive-thru*; mudanças na forma de servir; intensificação do uso de mídias sócias; serviço balcão; entre outros. As novas práticas decorrentes desse momento serão detalhadas na seção 4.4.

Findada a identificação dos eventos precipitantes e ações de empreendedorismo institucional, o Quadro 12 sintetiza essas informações.

Quadro 12 – Eventos precipitantes versus ações de empreendedorismo institucional

Data base (início)	Eventos Precipitantes	Ações de Empreendedorismo Institucional	Atores envolvidos
1878	Necessidade de fixar moradia	Construção das primeiras casas	15 primeiras famílias
1880	Necessidade de uma via de acesso	Solicitado ao governo uma via de acesso entre a Colônia e a Cidade	Comunidade
1889	Manutenção da fé	Início da construção da igreja matriz	Comunidade; Padre Pietro Colbacchini
Iniciado nos primeiros anos da Colônia	Demanda por alimentos e suprimentos variados	Estabelecido um comércio agrícola entre a Colônia e a Cidade	Comunidade
Por volta de 1925	Primeiros visitantes	Surgimento das primeiras fabriquetas de vinho	Famílias que produziam um pouco a mais de vinho: Dalarmi; Durigan; Lugarini; Zen; e Franzoloso.
1926	Utilidade do vime	Criação da Vime Túlio	Natalin Túlio
Meados da década de 1940	Necessidade de energia elétrica trifásica	Solicitado ao governador a instalação de energia elétrica trifásica	Alfredo Vendramin
Década de 1940	Circulação de visitantes, caminhoneiros e figuras políticas.	Surgimento dos primeiros serviços voltados a refeições	Júlia Toaldo; Olívia Túlio; Maria Zonatto.
A partir da década de 1950	Necessidade de adequação do cardápio	Alteração de cardápio	Restaurante Cascatinha e Restaurante Iguazu; posteriormente demais restaurantes.

A partir da década de 1950	Oportunidade de um novo segmento	Criação de um novo nicho de mercado: Eventos	Restaurante Cascatinha e demais restaurantes
1959	Quermesse x supersafra de uvas	Criada a primeira Festa da Uva de Santa Felicidade	Igreja Matriz; Grupo Pia União Filhas de Maria; Paroco; membros da comunidade.
1974	Feira da Providência	Primeiras ações de divulgação em nível nacional	Restaurante Madalosso (envolvendo os irmãos Madalosso; Admar; Ernani; e uma equipe de cozinha).
1982	Episódio isolado de insucesso da Festa da Uva de 1982	Criada a primeira Festa do Vinho de Santa Felicidade (posteriormente Festa do Frango, Polenta e Vinho).	Comunidade; Germano Francischini; Alcides Danker; Vinhos Dall' Armi.
1987	A busca por melhorias	Criação da Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade (ACISF).	Grupo de empresários; Carlos Roberto Madalosso; Renato Trevisan; Gilberto Trevisan.
Década de 2010	Políticas de manutenção da atividade turística em Santa Felicidade	Ações de incentivo a manutenção do Turismo na região	ACISF; PMC/IMT; Comunidade; Empresas locais; <i>Curitiba Convention & Visitors Bureau</i> (CCVB).
2020 (Brasil)	Pandemia da Covid-19	Ações de enfrentamento ao cenário pandêmico	ACISF; Empresas locais.

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir da análise de conteúdo de documentos e entrevistas (2021)

Assim, destaca-se que a partir do embasamento teórico foi possível identificar a importância de alguns atores-chaves que, de posse dos recursos necessários e com características voltadas à inovação e ao senso de mudança, atuaram como empreendedores institucionais, alterando a realidade local e contribuindo para criação e a transformação de instituições, conforme será demonstrado na próxima seção.

Percebe-se, então, que as ações empreendedoras realizadas e reproduzidas ao longo do tempo foram evoluindo do nível da ação para o nível das instituições, ou seja, o fenômeno da configuração e formação do Polo Gastronômico de Santa Felicidade pode ser explicado a partir de ações de empreendedorismo institucional que puderam ser capturadas a partir da análise de dados documentais e entrevistas.

Verifica-se que a execução das ações de empreendedorismo institucional, em sua grande maioria, foram possíveis a partir da ação coletiva, assim como observado nos trabalhos de Smothers *et al.* (2014) e Pimentel e Major (2021). Sendo o engajamento comunitário um motor para as mudanças.

Ao considerar os eventos precipitantes iniciais, eles estão associados a aspectos de mudança social (GREENWOOD; SUDDABY, HININGS, 2002), pois remetem a estruturação dessa nova colônia de imigrantes. Outro aspecto a ser considerado, trata das motivações, que segundo DiMaggio (1988) podem estar atreladas a interesses individuais ou coletivos, empregadas por indivíduos, grupos, ou organizações (HARDY; MAGUIRE, 2008).

O uso de recursos (OMETTO; LEMOS, 2010; HARDY; MAGUIRE, 2008) também foi verificado nas ações, sendo percebido o emprego de recursos políticos; conhecimentos técnicos; e mais adiante, a aderência tecnológica.

Assim, atingi-se o segundo objetivo específico da pesquisa, Identificar as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020.

Conforme as definições adotadas nesse estudo, o empreendedorismo institucional desencadeia um processo de mudança institucional, a partir da criação ou manutenção de instituições. Isso significa que a ação institucional por si só não garante a mudança institucional, sendo necessário que esta seja aceita e amplamente disseminada no campo organizacional. Por esse motivo, a próxima seção é destinada a discorrer e entender como, de fato, acontece o processo de mudança institucional, a partir das práticas sociais resultantes das ações de empreendedorismo institucional observadas até aqui.

4.3 Categoria analítica: Instituições constituídas no Polo Gastronômico

As ações de empreendedorismo institucional, resultado das articulações manifestadas pelos atores sociais diante de um evento precipitante, sejam as geridas por um indivíduo, uma organização, ou aquelas a partir de uma coletividade, permitiram um processo constante de mudança institucional dentro do campo organizacional observado. Pois, uma vez que o campo se mantém em movimento, as ações de empreendedorismo institucional resultaram em inúmeras práticas sociais. Entre elas os processos ocorreram de formas distintas, algumas atingindo o nível de instituição, ou seja, práticas sociais que foram aceitas pelos atores no campo e amplamente difundidas, tornando-se perenes em longo prazo; e outras que foram repensadas e substituídas, sejam por pressões inerentes ao próprio campo,

ou oriundas de pressões externas, relacionadas a um contexto mais amplo, isto é, o contexto institucional do qual fazem parte.

Assim, as práticas sociais foram observadas utilizando como base os pilares propostos por Scott (2008) sendo didaticamente agrupadas com base em seus elementos culturais-cognitivos, normativos e regulativos, considerando sua faceta mais proeminente. Portanto, ao decorrer desta seção será respondido o terceiro objetivo específico da pesquisa: Identificar as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa.

Para a composição dessa seção, os questionamentos feitos aos entrevistados tinham como base diversos aspectos vistos na teoria, e que contribuem para o processo de mudança institucional, desde influências *top-down*, que embora muitas vezes presente no contexto institucional influenciam diretamente no contexto do campo organizacional; a adoção de mecanismos isomórficos; bem como a busca pela legitimidade das práticas existentes no ambiente institucional.

4.3.1 Práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva

As práticas suportadas no pilar cultural-cognitivo (SCOTT, 2008) tem sua legitimidade através do compartilhamento de crenças comuns entre as organizações. São práticas dadas como certas, logo, culturalmente amparadas. Conforme Scott (2008, p. 59) “uma concepção cultural-cognitiva das instituições enfatiza o papel central desempenhado pela construção socialmente mediada de uma estrutura comum de significado”.

Como visto anteriormente, as primeiras ações de empreendedorismo institucional identificadas na região foram desenvolvidas objetivando a estruturação da Colônia, e aos poucos diversas atividades comerciais segmentadas passaram a coexistir juntamente com a agricultura, atividade base da época. Conforme relata o ENT-6 “[...] teve famílias que como a nossa que se dedicou ao ramo da madeira, outras família ao ramo de vime, outras família se dedicaram a comercialização do vinho, até hoje, mantiveram. Cada um pegou uma fatia de tudo isso [...]”.

Nesse cenário, os segmentos do vinho; vime; e restaurantes, correspondem às atividades mais duradouras, cujas práticas serão abordadas adiante. Bem como, a descrição de práticas quanto à manutenção da atividade turística, e das Festas que se consolidaram na região.

a) A uva e as fabriquetas de vinho:

O cultivo da uva e o preparo de vinho acompanham a história desses imigrantes muito antes da chegada ao Brasil.

os Durigan eles são da região de Treviso, de Giavera del Montello. É um piccolo, um pequeno lugarzinho ali próximo, junto de Treviso. É Giavera del Montello. E lá também, como toda a região Vêneta lá, todo o Vêneto, região da Itália, produz vinho, e eles também (ENT-2).

[...] Aqui nos fundos aqui da loja [...] tinha um parreiral aqui do Durigan [...] inclusive do pai do Durigan. Ele começava aqui e terminava lá perto da igreja lá. Eu acho que era o maior que tinha (ENT-12).

Assim, ao se fixarem na Colônia Santa Felicidade, mantiveram a tradição produzindo vinhos, inicialmente, apenas para consumo próprio. O ENT-6 relata que foi seu avô, o jovem imigrante Giuseppe Vendramin, quem proporcionou o armazenamento da bebida, através da confecção de tonéis, arte chamada de tanoaria.

[...] meu avô veio de lá [Itália], ele era um simples agricultor, mas ele tinha muito conhecimento em marcenaria.[...] os italiano eles vieram aqui porque acharam um clima muito próprio pro cultivo, principalmente da uva, [...] eles todos foram, até por costume, todos tiveram o seu parreiral. Não muito grande, mas foi o início né. Mas já foi o suficiente pra eles terem todos uma colheita, isso foi uma grande colheita, e eles perderam tudo. Eles perderam tudo porque eles queriam fazer vinho e não tinha onde por vinho, porque eles tavam chegando, não tinha nada. Então, eles acharam que deveriam ter recurso pra começarem produzir o vinho. Pra uso próprio né, nem era pra comércio. É porque eles estavam acostumado a tomar vinho. Então ele, o meu avô, ele se propôs, porque ele disse: eu tenho conhecimento em marcenaria e faço sim, só que vocês precisam me dá a madeira cortada porque é o mais difícil. Então eles pegavam a tora e serravam a mão. Eles tiravam a tora num corte longitudinal, que saía tábuas na medida que meu avô pedia. [...] e eles mesmos cuidavam da agricultura e do parreiral do meu avô, porque ele não tinha mais tempo. Então, disseram se você fizer, nós vamos cuidar do teu parreiral. Porque aqui era uma comunidade que todo mundo servia todo mundo né (ENT-6).

Da mesma forma o ENT-10 comenta sobre a tanoaria, fazendo menção também aos tonéis de aço inox:

porque a produção, a fabricação de tonéis é uma arte. Eles chamam isso de tanoaria, sabe. E você produzi um barril, não é só você pega uma ripa, uma madeira e corta ela e encaixa [...] tem toda uma ciência por trás disso, sabe. [...] até nós tinha que manda conserta umas vezes, uma vez, ele furo, começo a apodrece, você não tem noção o trabalho que deu. E assim, é uma profissão que não existe mais. Que hoje em dia tá sendo tudo substituído por aço inox [...] (ENT-10).

De acordo com o ENT-6 na década de 1930 já estavam em um processo de restauração de muitos tonéis, sendo a atividade descontinuada ao final dessa mesma década. Destarte, considerando o ano de chegada dos imigrantes (1878), remete a aproximadamente 60 anos de operação. Assim como já mencionado pelo ENT-10, o ENT-6 comenta sobre os motivos do encerramento dessa atividade, que além de laboriosa, foi influenciado pela tecnologia. Conforme:

[...] meu pai [...] ele produzia pro consumo dele [...] quando ele viu o inox ele disse: pode jogar tudo fora isso aí. Que o inox não precisam lava, não precisam desinfeta. A madeira se você não dá um tratamento muito rigoroso de um ano pra, de uma safra pra outra do vinho, você perde tudo, ele azeda. Tem que deixa ele esterilizado, com água fervendo e tira todo aqueles micróbio, [...] o meu pai queimava, é um produto aí que acabava com tudo. Mas, o inox não preciso nada disso (ENT-6).

Quanto ao início da comercialização do vinho, foi por volta da década de 1920 que as fabriquetas começam a surgir, conforme relata o ENT-14 “meu avô acho que mais ou meno em, ele começo vende 25, 30 por aí. Eu tinha umas nota fiscal, de mais ou meno 1925 viu. [...] Enton daqui cinco ano, mais ou meno, eu tenho 100 anos a fabricação de vinho nossa né”.

Da mesma forma, o ENT-2 explica:

[...] aconteceu que o Durigan tinham mais terreno, e produziam muito vinho, e daí o vinho era pra consumo familiar e o que sobrava vendia. Como geograficamente o Vinhos Durigan, a Família Durigan ela tava é situado num local privilegiado de Santa Felicidade, que é a melhor ponte é a Avenida Manoel Ribas, e com o Olívio tomando a frente dos negócio, o quê que aconteceu, ele começo a aumenta a produção, entendeu, e melhorando o que os pais deles fizeram. Ele começo viaja pro Rio Grande [referência ao Rio Grande do Sul], traze novas técnicas, e com isso ele fez com que os Vinhos Durigan hoje sejam conhecidos nacionalmente e internacionalmente, sabe. Hoje o Vinhos Durigan eles são, foram premiados já, os vinhos deles entende, e é uma qualidade fora de sério. E nós recebemos gente de todo o Brasil entende, da América Latina entende, a gente recebe muitos grupos do Uruguai, do Chile, da Argentina, recebemos grupos de toda a região do Brasil, e além do que às vezes os grupos internacionais que vem aqui da Suécia, eles vem visita (ENT-2).

Assim, conforme visto anteriormente na seção 4.2, entre as famílias que iniciaram uma pequena comercialização de vinhos, estavam os Dallarmi, Lugarini, Zen, Durigan, e Franzoloso.

Tratava-se de uma produção artesanal, como expresso por Armando Tulio “se colocavam na folarola os cacho, deixavam no soalho do paiol até que amadurecessem bem, por dois ou três dias. Depois se colocava na folarola e se fazia a pisa¹²(DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Vitorino Miola da Cantina Miola, explica detalhadamente esse processo, que acima de tudo envolve muito conhecimento e técnica, mesmo quando a tecnologia não está presente, ou ainda é limitada:

[...] foi moída a uva [...] amanhã, vamo dize, vai ser tirado, coado, adoçado e a bomba vai traze pra dentro. Daí, vamo dize, tem vinho que daqui uns 40 dia, numa mingunte, nós vamo limpa dai né. Nós tiramo o vinho na mingunte também. Que daí não tem problema de dá fermentação [...] Se é crescente é crescente viu. Esse ano fizemo vinho na mingunte, né. Não subiu muito. O ano passado nós se via loco, chegava a i por cima. Tem gente que diz: mas o que que tem a lua? Não tem a lua né. Tem. Tem a vê. Agora, ele fermenta viu, ele fermenta olhe, 4 mês vai, o vinho puro. Agora se você usa conservante, é 30 dia. Mata a fermentação e limpa o vinho. Travasar é tira o vinho daquele barril lá, porque agora, ali você viu como é que tá, tá cheio né. Só que o vinho tá embaixo e o bagaço em cima né. Você abre embaixo aquele, é uma torneirona viu, tem que ser ligeiro. O barril inteiro tira na verdade. Daí já, aquele coamo, adoçamo, e já vai trazendo pra dentro. Fácil (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

À medida que os anos passavam novas famílias chegavam à região, novos parreirais eram cultivados, e novas empresas de vinho surgiam.

No caso da ENT-13, quando chegaram a Santa Felicidade passaram a cultivar e comercializar uvas, conforme:

[...] meu pai veio de Caxias do Sul em 49 [1949]. Daí ele planto um parreiral com 33.000 pé [...] daí ele vendia, ele vendia uvas finas de mesa. Ele planto a Niágara Branca e a Niágara Rosada. E tinha um poco também, uns 30 pé na época, daquela Uva Itália, a Uva Itália bonita assim sabe. Então nós vivemo algum tempo vendendo aquela uva, uma vez por ano né (ENT-13).

Por muitos anos os parreirais de Santa Felicidade abastecerem as fabriquetas de vinho e também as Festas da Paróquia. No entanto alguns fatores alteraram essa lógica institucional, e os parreirais da região foram extintos. Conforme preconizam Greenwood, Suddaby e Hinings (2002), a mudança pode ser

¹² Processo de esmagadura das uvas, realizado com os pés.

empreendida em decorrência de fatores de ordem social, tecnológica ou legislativo-regulatória.

No campo em questão, foram observados dois fatores de impacto. Um deles, de ordem social, decorrente da urbanização ocorrida na década de 1970, e que somado ao crescimento de condomínios, incorreu na redução dos parreirais. Já o segundo fator, vai além dos observados em Greenwood; Suddaby e Hinings (2002), pois trata-se de um fenômeno da natureza, conhecido como Peste Pérola da Terra. Esses foram os dois principais motivos encontrados para a extinção dos parreirais de Santa Felicidade. Conforme:

[...] Todos os parreirais dos italiano viraram condomínio. [...] a empresa que é pioneira aí se chama Benato [...] nos parreirais, ele foi comprando das família, lá não precisava fazer nada, tá tudo pronto né. Já não tinha uma árvore, nada, viro tudo condomínio de padrão médio e alto luxo (ENT-1).

nós por exemplo, onde tem o Jardim Dalarmi, nós tinha uns seis, sete mil pés de uva viu, de parreiras. 1940, 50, a gente fazia quase só com a nossa produção né. Por volta de 1970, 75, começo diminui as uva. Apareceu uma, uma praga que se chama pérola, parece uma perolazinha que é um inseto que gruda na raiz e suga a seiva da parreira. E secava tudo viu. Aqui em Santa Felicidade seco tudo (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

[...] o fator principal, foi a praga. Foi a Pérola (ENT-2).

Além disso, em menor grau, o roubo de uvas e a necessidade de mão de obra qualificada, uma vez que a atividade evoluía, também tiveram uma contribuição nesse processo de mudança.

[...] o êxodo trouxe muita gente de fora, eles colhiam tua uva. Alguém vinha e colhia a uva, a tua uva, no lugar de você. De noite [risos] (ENT-1).

[...] E tinha muito parrerá [parreiral] pertinho da cidade, tinha muito carro que vinha roba uva, daí a gente desistiu. Melhor compra uva do que, né (ENT-2).

[...] veja bem, o centro de enologia fica no Rio Grande [referência ao Rio Grande do Sul] né. Então enólogo, tudo, essa parte é mais no Rio Grande, entende. Então na época era mais difícil (ENT-2).

Nesse sentido, muitas famílias descontinuaram a ação. Sobre isso, Vitorino Miola da Cantina Miola¹³ comenta:

¹³ O ENT-2, parente da família, informou que a atividade foi encerrada recentemente em virtude do falecimento do Sr. Vitorino em 2020.

nós tinha uma adeguinha ali em cima, não era nem uma cantininha ali, mas era poco vinho né. E daí fomo aumentando um poquinho mais e resolvemo de faze aqui, e daí, sabe, aonde nós ía que tinham um barril, era nosso né, ninguém mais fazia né. E a gente ficava meio, Deus o livre né, a gente gostava né, e fomo indo assim. Do falecido sogro, coitado, da parte da minha falecida mãe, que era dos Zen né, então tá tudo aqui. Dos Benato ali, Família Benato, tem o Gnata, Família Gnata, tem barril aqui dentro. Tem de bastante gente aqui (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Assim, com a extinção dos parreirais da região, aqueles que permaneceram no ramo tiveram de buscar fornecedores de uvas, além de adotaram estratégias comerciais distintas. Atualmente as empresas atuantes na produção e comercialização de vinho na região são: Vinhos Durigan; Vinhos Dall'Armi; Adega Caliarì (as três empresas entrevistadas), e ainda, Vinhos Santa Felicidade.

A fim de identificar possíveis comportamentos miméticos no seguimento do vinho (DIMAGGIO; POWELL, 2005), o ENT-2 foi perguntado sobre semelhanças existentes entre estas empresas. Nesse sentido argumentou:

[...] não acho que não, acho que cada um tem um método sabe. Eu acho que não, por exemplo, nós temos um bom relacionamento aí co Dall'Armi, o Vinhos Santa Felicidade, eles são é, cada cantina tem a sua característica sabe [...] Porque veja bem, o vinho é feito de uma forma, o comercializa cada um tem que i atrás. Eu, por exemplo, quando eu entrei aqui na empresa, primeira coisa que eu fui, fui atrás das agências de turismo, *Convention Bureau* [referência ao CCVB], é traze o turista pra cá entendeu, oferecendo, [...] a gente participa do folder que eles fazem. Cada um tem um método né (ENT-2).

Percebe-se que o Vinhos Durigan possui a maior estrutura física tanto para produção como para a recepção de visitantes. A estratégia adotada por eles foi fortalecer o atendimento voltado a turistas. O ENT-2 comenta “[...] eu recebo gente do Brasil inteiro, e eu sinto a satisfação dele estar aqui comprando vinho, porque é um vinho bom, o local é bom, é bacana [...]”. Tanto a fachada da loja, como a parte interna constitui um chamariz para turistas, sendo um local de parada para compras e fotos. Sobre isso o entrevistado ainda comenta “é um lugar bonito ou não é? Então, isso aqui o quê que agrega? Agrega valor pra cidade. O turismo é um agregador de valor pra economia, pra tudo, muito forte [...]”.

O foco é a comercialização *Business to Consumer* (B2C), conforme explica:

aqui nós vendemos diretamente pro cliente. Nós não vendemos pra mercado, entende, porque o quê que acontece, pra mante a qualidade nós não podemo aumenta muito a quantidade entende. Então se fosse começa a vende pelo mercado e tal, você vai te que pega uva de tudo que é lugar, e

você vai perde a qualidade. Então a gente prefere mante a qualidade (ENT-2).

Outro aspecto muito forte nessa empresa é o investimento constante na compra de aparatos tecnológicos. Somado a isso, todo o processamento é acompanhado por enólogos e seus auxiliares, sendo o vinho testado diversas vezes através de análises, antes de chegar ao consumidor.

[...] lá [referência à fábrica] o que há de mais novo entende, de tecnológico, em matéria de enologia tá lá, entende. Nós temos máquinas, 100% das máquinas são italianas, entende. Que faz com que o vinho seja um vinho de qualidade. Porque, porque além de uma uva boa, que você tem que ter uma matéria prima. [...] Então hoje em 20 minuto, 30 minuto é, é esmagado um caminhão de 15, 20 mil quilos de uva, sabe. E já é tudo muito, muito prático, altamente higiênico, entendeu (ENT-2).

Diferente da forma como o vinho era produzido na então Colônia, comentando que a produção era “[...] ou cos pé¹⁴, ou com a maquininha¹⁵ né” (ENT-2).

Por fim, quanto aos fornecedores de uva, comenta “vem do oeste do Paraná, Santa Catarina, Rio Grande [referência ao Rio Grande do Sul] e Uruguai” (ENT-2). A partir desse fornecimento são produzidos uma média anual em torno de 700 a 1.000,000 litros.

Ao contrário do Vinhos Durigan, a estrutura do Vinhos Dall’Armi é menor em tamanho e capacidade de produção. Segundo o ENT-14 “[...] ando bastante até 2.000, cheguei a faze 200 mil litro. Non, ano passado [2019] foi poco viu [...] eu desconfio que foi feito um 70, 80 mil litro só”.

Sobre os fornecedores de uva, comenta:

enton, até 70 [1970] nós fazia vinho com a nossa própria uva, 60,70. Depois nós tivemos que pega de Colombo, dos arredores né. Depois de 90 pra frente [1990], eu tive que começa a pega do Rio Grande do Sul porque aqui também non tem quase mais né (ENT-14).

A empresa Vinhos Dall’Armi adotou como estratégia a utilização de uvas comuns, produzindo assim vinhos de custo acessível. Conforme:

é artesanal, é um vinho mais baratinho, e tem uva onde você quise compra lá pra faze. Em vez da Cabernet, a Merlot, da Chardonnay, [inaudível], essas uva fina, Moscato, as própria cantina lá fico de um jeito tal, que ela

¹⁴ Referente à Pisa da Uva.

¹⁵ Chamada pestarola. Uma máquina manual, à manivela.

tem os agrônomo que cuida da uva, e é delas. Elas non vende daí né. E colono non tem quase mais viu, que os velho morreram. Agora tem só gente nova, filhos, e esses nem da comum que é essa uva comum que nós fazemo, não precisa muito tratamento. [...] enton esses dois tipo é o quê ainda no Rio Grande do Sul dá bastante viu. 70% das uva no Rio Grande do Sul é Isabel e Bordô. Essas fina de vinho vinífera que dizem, essa aí dá bem menos, porque precisa muito cuidado né. E ela é de origem européia. nós fazemo ele bom e é baratinho, porque é uva comum, é uva que non custa muito caro, ma é puro (ENT-14).

Percebe-se na adoção dessa estratégia que o contexto institucional também influenciou pois, segundo o entrevistado houve a influência da globalização:

as principais mudança foi, primeiro de 2000 pra cá, caiu completamente as venda, por causa da globalização. Antigamente non deixavam entra vinho de tudo quanto que é país. Enton, você vai nos mercado, se acha vinho do Uruguai, da Argentina, do Chile, da África do Sul, da Austrália, da da Califórnia, da Europa intera, você acha de tudo, tudo quanto que é lugar tem, varia de R\$ 10,00 a R\$ 5 mil a garrafa (ENT-14).

A tecnologia ainda que em menor escala, se comparada a do Vinhos Durigan, está presente. O ENT-14 possui uma máquina que mói 5.000 quilos de uva por hora. Durante o Documentário Itálicos (2020) Lourdes Dalarmi e Lineu Dalarmi ainda pontuam:

[...] aquela máquina mói, separa o grão do cacho, o cacho cai aqui fora, que vai pro adubo. E o grão cai lá dentro da máquina. Essa máquina vai traze através dessa mangueira, e vem nesse tonel. Esse aqui é um aparelhinho que vê o brix de açúcar, e dá o teor alcoólico do vinho, que vai dá co essa uva.

De acordo com o ENT-14 o grande diferencial competitivo da empresa é o quentão de vinho alcoólico, cujo Vinhos Dall'Armi são detentores do registro junto ao Ministério de Agricultura, “[...] porque non existia o padron, de quenton de vinho [...] Enton eu disse: criei”.

No ano de 2019 foram produzidos em torno de 50 mil litros, cuja comercialização, além do varejo, se dá através do atacado, ao comercializar em feiras da cidade; escolas e festas, como a de São José dos Pinhais, sendo uma importante fatia de mercado. No entanto, o ENT-14 sinaliza “daí dali uns dia proibiram o álcool nas escola, e inventei o de suco de uva [...]”, produto que posteriormente também foi registrado por esta empresa. Observando-se assim, a influência do pilar regulativo (SCOTT, 2008).

Outra empresa familiar é a Adega Caliarì, inicialmente chamada Vinhos Colonial, cuja história está atrelada aos tataravós italianos que trouxeram parreiras para o Brasil. O vinho inicialmente era produzido para consumo próprio, conforme relata o ENT-10:

[...] o tempo foi se passando, eles morreram né, muitos desistiram de fazer, e aí quando chego nós especificamente em, acho que lá por 77 mais ou menos [1977], o meu pai que tá aqui, minha mãe, eles resolveram fazer, começaram com um tonel de vinho pra consumo, especificamente só pra consumo. Aí uns 2 anos depois aí ele, nessa época eles já tinham plantado alguns parreirais, algumas videiras aqui [...] alguns anos depois [...] começo a produzir muita uva, dava uva a rodo. E eles pegaram e aumentaram um poquinho mais. Fizeram uns 2, acho que o máximo que fizeram uns 2 tonéis lá de de vinho, e aí começaram a produzir um pouco de suco também, porque a uva ela tem um período muito curto né de duração, então se você não processa ela, ela se perde.

No entanto, o ENT-10 menciona que o cultivo de uva e a produção de vinho foram paralisados em virtude da Peste Pérola. Posteriormente, em meados de 1987-1989 a família retoma a produção, agora para comercialização. As uvas são então compradas de produtores próximos a Curitiba (Colombo, Campo Magro e Rio Branco).

Diferentemente do Vinhos Durigan e Dall'Armi, a bebida era produzida na residência da família. No entanto, a empresa passou por um processo de remodelação, adotando duas estratégias distintas. A primeira, em 2018, passaram a utilizar a estrutura de uma indústria do Rio Grande do Sul para fabricar os seus vinhos, conforme descreve o ENT-10:

“[...] ao invés de nós produzirmos aqui, que o espaço tá cada vez mais curto, eu busquei uma parceria com uma indústria, [...] nós descemos [...] e produzimos o nosso vinho lá. Aí lá sim, daí tem toda a estrutura de, uma indústria”

A outra estratégia adota foi manter uma parceria comercial com uma vinícola do Rio Grande do Sul, assim a Família Caliarì comercializa os vinhos dessa empresa gaúcha em alguns restaurantes de Santa Felicidade.

b) Vime:

Entre as atividades que perpetuam desde os tempos da Colônia está a produção dos artefatos em vime, sendo expandido a partir da cestaria. Conforme

relata Moacir Caliari “aqui tão indo com a cesta colher a uva, era tudo com cesto”, e Hilda Culpi Serenato “todo mundo tinha que ter cesta aí, pra lava roupa, pra coloca pão, pra leva a comida pra roça, e pra tudo” (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Igualmente, comenta o ENT-12:

[...] começo na verdade fazendo cestos para colher [...] Aí a turma começo, começaram a vim de outros bairros aqui, comprar o que a produção aqui. E já gostavam das cestas, já levavam as cestas junto, entendeu? Aí que começo a ideia de vender as cestas (ENT-12).

Assim, a tradicional cestaria da Colônia virou comércio:

por exemplo, vamo fala assim ó, teve duas família, teve três famílias que [...] ficaram no ramo de vime. Aqui do lado do restaurante, a Família Costa, todos produziam móveis e artesanatos de vime. Até carrinho de boneca, era de vime, cesto. Lá em frente à igreja, Família Tulio, móveis de vime, foi império econômico. E lá no final de Santa Felicidade, que é Passaúna, a Família Stival. Esses aí foram as três família que dominaram o artesão de móveis de vime. E aqui ao nosso lado ainda tem essa Família Costa produzindo. Eles fazem tocheiros com vime, fazem é artesanato de vime, que vende lá no Mercado Municipal [...] (ENT-1).

[...] foi uma atividade que foi muito praticada aqui. Ela é muito comentada, foi muito industrializada aqui, mas por uma família, uma família que se dedicou a isso. Família Tulio, todos do Tulio. O Silvano, o Romeu, o Armando, todos filho do Natalin Tulio. Filhos do Natalin Tulio, todos se dedicaram, ficaram famosos fabricantes [...] (ENT-6).

Dessa forma, a fabricação de utensílios de vime compreende uma técnica que foi se perpetuando entre as famílias da região. No Documentário Itálicos (2020) Sebastião Back, do Artesanato Barigui; e Armando Tulio, explicam o modelo de produção artesanal:

esse é o procedimento pra deixa ele limpo pra cozinha, depois amarra ele, então daí ele tá classificado, tá limpinho pra descascar que é melhor. Depois de cozido ele solta a casca bem fácil. Pro cozimento, primeiro você coloca a água aqui, põe o fogo pra ferve a água, pra depois coloca o vime pra cozinha. Você não pode por ele na água fria, porque se você bota antes ele encrua, não descasca. Depois de cozido, duas horas de que ferve o vime, aí você descarrega ele pra descasca. E daí depois de descascado, põe aqui no estaleiro pro sol seca, amarra e guarda, pra guarda no depósito, trabalha durante o ano. O procedimento de prepara o vime pra até ele fica pronto pra trabalha com ele, pra faze cesta, móveis. Então tem que passar por todo esse processo antes (Sebastião Back, Artesanato Barigui).

[...] eles tem um ferro, uns ferrinhos que os italianos faziam, chamavamos de giova. Esse ferro passado o vime no meio, ele comprimia lateralmente a casca, partindo ela. Então a casca ficava presa no fundo e na ponta. Então era mais fácil de tirar (Armando Tulio).

Conforme relata Darci Ferro da Arte Finne Móveis Artesanais “em Santa Felicidade cada fábrica tinha o seu vimal, 99% eram ao lado do Rio Passaúna, nas margens né do Rio Passaúna” (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020). Nesse sentido, o ENT-12 relata “[...] tínhamos as plantações ali em Campo Magro né, antigamente [...] e fazíamos a colheita”. Já o artesão Anselmo Ercole comenta “eu colhi vime muitos ano. Começava aqui nesse Rio Juruqui, aqui há quilômetros daqui de cima, ia até lá a Rondinha, a Ferraria, Campo Largo era vime por tudo lá” (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020).

Assim como as empresas de vinho precisaram se adaptar as mudanças inerentes à própria região, como fatores ligados ao crescimento do Bairro (condomínios), o vime também passou por esse processo. Com o crescimento da cidade os vimais foram reduzindo “aqui paro por causa de, eu acho que porque o terrenarada aí né, começo a cresce e acabo o terreno pra planta tal né” (ENT-12). Sebastião Back (DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS, 2020) também comenta que “[...] aí depois foram morrendo os velho, aí um ou outro que se interesse, aí outros também desistiram”, apresentando assim uma fragilidade quanto a manutenção desse ofício.

Paralelo a isso, a entrada de novos fornecedores no campo também modificaram as práticas existentes, conforme aponta o ENT-12:

[...] e também porque o quê aconteceu, a turma de Santa Catarina veio muito forte numa época pra cá vendendo vime, não artesanato, mas o vime já em vara e já descascado, já cozido, pronto pra começa o artesanato. Então a gente não tinha mais o trabalho de colheita, cozinhar, descascar, deixar no sol, pra daí produzi. Então já vinha pronto em fardos, a gente só descarregava o caminhão e já começava a trabalha (ENT-12).

No caso do ENT-12, a família possuía uma fábrica por volta da década de 1970, e posteriormente, em meados de 1989, foi aberta a loja de artesanatos. Contudo, a fábrica foi fechada, conforme explica “fecho porque nós abrimos a loja, e depois daí ficamos com fabricação e venda [...]. E como tudo vai né, muito custo de funcionário pra mante uma fábrica, a gente começo compra peça pronta e revende”.

Mais uma vez, com relação ao ENT-12, a prática foi alterada. Houve a descontinuidade da fabricação dos produtos, optando-se apenas pela comercialização. Atualmente o ENT-12 comercializa produtos artesanais vindos do Rio Grande do sul, trabalhando com vários fornecedores dessa região, pois cada um entrega um produto específico (cadeiras; cestas; outros).

Atualmente em Santa Felicidade, além das lojas de artesanato, existem ainda lojas voltadas à comercialização de móveis em vime.

c) Restaurantes:

Na década de 1960 e 1970 houve uma grande expansão de restaurantes na região. Conforme o ENT-1 “o bairro aqui começo é, haver várias famílias que tinham os imóveis em frente a Manoel Ribas, começa a fazer restaurante com esse mesmo estilo de comida [...]”. Igualmente o ENT-14 comenta sobre esse cenário:

[...] começo o Restaurante Iguaçu aqui, era o senhor Orlando Perucci. A Dona Mira aqui. Começo tinha um movimento danado que foi eles que incentivo a maioria viu. A maioria os restaurante por aí, o Veneza, os outros pequeno que hoje não existe mais, ma tinha o Sete Belo, tinha uma porçon. Tinha o Pinheiron [Pinheirão], tinha, eu sei que era bastante. E foi o Restaurante Iguaçu viu, todo mundo via que ele tava cheio de automóvel e tal, e gostavam do franguinho com polentinha, aquela polentinha frita e tal, aquele progrediu e foi bem. [...] Depois daí dele um que progrediu e foi bem é o Cascatinha lá embaixo, os Trevisan né. Bom, daí foi indo, e tinha restaurante que vinha de fora tal, [...] apareceu o Peixe Frito. E o Madalosso ele em 60 [1960] mais ou meno ele veio do Rio Grande [Rio Grande do Sul] [...] (ENT-14).

Somado ao crescimento do número de novos restaurantes, um novo cardápio foi incorporado pelos restaurantes de base italiana, que somam a maioria do setor. O sortido deu espaço a comida italiana, marcado pelo trinômio polenta frita, frango à passarinho e risoto de miúdos. Mais do que um cardápio, trata-se de uma identidade gastronômica do Bairro. O ENT-1 ainda explica que no Restaurante Cascatinha “[...] você servia uma mesa farta com quase 10, variedades, por um preço popular. Ele é um dos primeiros locais que onde você comia quanto queria e pagava um valor só”.

Os estabelecimentos entrevistados foram perguntados sobre a existência ou não de similaridades, de cópia entre os pares. Sobre isso comentam:

olha é, dos restaurantes que eu frequento, que eu conheço, típicos italianos que nem o nosso, eles tem um mesmo padrão sabe (ENT-3).

O primeiro que coloco por quilo foi a gente. Depois começaram a vim as pessoas dos outros restaurantes vinham aqui comer, a gente achava estranho, daí começaram a coloca por quilo [...] (ENT-5).

[...] a gente tem que inova, não quiere inova mais porque o nosso tradicional, o frango, a polenta, ele é já a tradição aqui né [...] por exemplo, aqui no

Madalosso, a gente quis muda, coloca uns cardápio diferente, o pessoal mesmo não adere (ENT-8).

Fica explícito o isomorfismo do tipo mimético (DIMAGGIO; POWELL, 2005), manifestado não apenas em momentos de incerteza, mas também diante da experiência positiva dos precursores, somada a cultura da região, e assim impulsionando a manutenção dessa prática. A respeito disso, é interessante considerar que existe uma visão positiva sobre o caráter mimético, que de certa forma garante a legitimidade do setor, conforme observado nas falas:

é assim que funciona na verdade, né. Quanto mais restaurantes tiver, mais gente vem pra come, gente que conhece, vem turista. Meio que uma roda assim né, uma coisa liga a outra, que liga a outra [...] (ENT-5).

[...] eu não vejo isso como concorrência. Eu não vejo assim é, que aí, eu boto uma coisa alguém copio, eu fico com raiva. Não. A pessoa copia, ele tem lá, depois se ele não vem lá, ele vem aqui. Se ele vem aqui, ele vai lá e, e vice-versa (ENT-15).

Além do cardápio similar, outro aspecto importante em relação aos restaurantes é o vinho. Durante um tempo o Vinhos Dall'Armi atendeu alguns empreendimentos do Bairro, e atualmente a Adega Caliarì, via parceria comercial (Rio Grande do Sul) atua também em alguns destes estabelecimentos. Uma prática bastante adotada pelos restaurantes é a compra de vinhos, com destaque para os vindos de Caxias do Sul, rotulados especificamente para cada restaurante.

a única coisa que não é da região são os vinhos da casa, que vem lá de Caxias do Sul. Mas não tem ligação direta com a família. É uma marca que daí a gente coloca a nossa marca assim né. Eles produzem [...] (ENT-4).

No caso do Restaurante Veneza, possuem uma adega adjunta ao estabelecimento na qual comercializam vinhos de marca própria, fabricados no Rio Grande do Sul, conforme explica o ENT-3 “eles são exclusivamente produzidos pra nós no Rio Grande, em Caxias do Sul [...] que vem determinado com o nome Adega Veneza”.

Ainda em relação ao cardápio, embora o modo de preparo siga um determinado padrão, o surgimento de aparatos tecnológicos ao longo dos anos, influenciaram estes estabelecimentos. Por exemplo, o frango que antes chegava vivo e era abatido nos fundos do estabelecimento, e preparado em um fogão à lenha de duas bocas (HUBNER, 2007), ganha agora uma nova dinâmica. As cozinhas são

ampliadas, passam a possuir gás natural e equipamentos industriais, favorecendo diretamente a ampliação da capacidade de atendimento desses serviços gastronômicos.

Mesmo entre os restaurantes que se declararam mais “tradicionais” em relação a mudanças, a tecnologia está presente. Como vemos em:

[...] o resto é um trivial normal, é produzi massa, cilindro, massadeira, é, preparação dos frangos, é armazenamento em câmara fria, atendimento de cada dois dias vem o frango, então não tem muita, a parte mecânica assim não foi é, na parte de caixa temos o nosso Sistema Colibri, que é um sistema mais antigo, mas funciona muito bem [...]. Tem 4 máquinas de fritura elétricas e 2 a gás. [...] o fogão a gás é só pra mante a massa que a água quente, as massas quentes sabe. Os fornos são a gás. Antigamente eram elétricos os fornos pras lasanhas, pra produção de lasanha. (ENT-3).

Um exemplo de como a evolução tecnológica impactou a atividade, pode ser percebida de forma pormenorizada na fala da ENT-13:

[...] não podia mata [referente ao abate de frangos] muito porque não tinha câmaras fria, só tinha aquelas geladeira grande, mas é, cabia poca coisa [...] depois começo a aumenta o movimento, e daí duas e três vezes por semana. [...] daí quando nós viemo pra cá [abertura do Novo Madalosso (1970)] que daí nós já tinha a câmara fria aqui. [...] uma câmara fria muito mal feita né, feita por um cara aqui de Santa, mais dava trabalho do que rudimento. Mas fomu assim sempre, a gente sempre procuro tar na frente de todo mundo, melhorando todo mundo sabe, melhorando. E daí foi indo, foi indo, e daí o restaurante começo a fica conhecido [...] é porque não existia, na época não existia fogon à gás. Não tinha. Daí quando veio um italiano, quando lançaram o gás, o gás, o bujão de gás, veio um italiano assim, fabricava alguma coisa assim, daí ele me fabrico um fogonzinho com três boca, três boca de gás. E ele me fabrico o fogonzinho. Daí punha na parte de entrada assim na cozinha do Velho Madalosso [...] antigamente tinham umas máquina muito, muito assim precária, iam muito devagar, [...] a última máquina que eu comprei, eu digo se a Italvisa desenvolve a máquina de faze nhoque eu vo compra. Italvisa é um cara que veio da Itália, e lá em Tatuí [interior de São Paulo] ele monto uma fábrica de máquinas de massa. Daí ele fez a máquina de faze o nhoque, Graças a Deus. Sai nhoque até trabalhadinho, tudo do mesmo tamanho, perfeitinho. Você só prepara a massa e depois vai pondo, daí a máquina vai fazendo, vai cortando, e sai nhoque tudo perfeitinho igual. Ainda com 4, 5 risquinho em cima (ENT-13).

Dessa forma, além de ser observado o aumento do número de empreendimentos gastronômicos e uso de tecnologia, os restaurante ampliaram sua estrutura física e aumentaram a capacidade de atendimento, entre os relatos foi comum à menção ao aumento de salões e reformas. Uma junção de fatores que somado as ações de empreendedorismo institucional, favoreceram o segmento de eventos nos restaurantes da região, prática totalmente institucionalizada no setor.

De acordo com o ENT-1, proprietário do Restaurante Cascatinha (1949), os eventos de famílias sempre existiram. Percebe-se nesse caso que, à medida que o setor cresce, e os restaurantes ampliam sua capacidade de atendimento, a atividade ganha força. Conforme Maranhão (2014, p. 163):

“o Restaurante Madalosso deu um grande passo ao conquistar a possibilidade de oferecer muito mais que alimento. Passou a ser uma atração turística e centro de confraternização [...] passou a ter também uma grande capacidade de atendimento [...].

A ENT-13 relatou que as empresas passaram a procurar o Novo Madalosso para realização de festas corporativas, devido à capacidade do lugar. Atualmente os restaurantes de Santa Felicidade recebem os mais diversificados tipos de eventos, como casamentos, formaturas, festas de aniversário, eventos corporativos, políticos, entre outros. Estabelecimentos se profissionalizaram, e a grande maioria possui buffets específicos para eventos, assim como tecnologias também específicas para esse tipo de atendimento, e até mesmo espaços exclusivos (Imagem 5), conforme:

[...] no Verona, que é dos eventos, nós temos o forno combinado né, à vapor, elétrica, e à gás. É uma tecnologia maravilhosa [...] (ENT-1).

[...] nós temos cardápios diferenciados pra *Buffet*, aí nós temos uma cozinha específica e uma equipe específica pra esse atendimento [...] (ENT-3).

Por fim, em relação aos restaurantes, no pilar cultural-cognitivo foi consenso entre os entrevistados considerar o atendimento como um diferencial competitivo. Dando ênfase ao cliente chamado fiel. Esse cuidado das empresas reflete diretamente no comportamento dos clientes, por meio da fidelização. São famílias nas quais diferentes gerações mantêm a tradição de almoçar num mesmo restaurante. O olhar voltado a excelência no atendimento também é adotado pelas vinícolas, sendo comum em Santa Felicidade a degustação de vinhos, sucos, queijos, salames e geléias, em um ambiente acolhedor e de proximidade.

Imagem 5 – Espaço para eventos



Fonte: VERONA EVENTOS. Verona Frente/Verona Casamento. Curitiba, 2021. Disponível em: <https://www.buffetverona.com.br/>. Acesso em: 04 jul. 2021.

d) Turismo Gastronômico:

A atividade turística, conforme visto na introdução desta pesquisa, contribui em diversos aspectos na economia de uma dada região. Em Santa Felicidade, observa-se que esse fenômeno é resultado das ações de empreendedorismo institucional desenvolvidas ao longo da história de formação do Bairro por diferentes atores, que desempenharam papéis importantes na consolidação da imagem de destino turístico-gastronômico, sendo eles os empresários, e ainda atores que contribuem para a manutenção da atividade turística, como a PMC, IMT, Sebrae e ACISF.

Pontualmente, a ação de empreendedorismo institucional de divulgação (1974 – 1976), contribuiu para o aumento de fluxo de visitantes na região. Somado a isso, para além de ações de empreendedorismo institucional, o turismo rodoviário da década de 1970 foi muito expressivo na região. No entanto, após a década de 1990 começa a perder força, conforme observado nas falas a seguir:

[...] nós trabalhamos já com o turismo rodoviário. E esse turismo é muito forte, foi muito forte na década de 70, 80, 90 [referência às décadas de 1970, 1980 e 1990]. Que fez o que o Bairro de Santa Felicidade ficasse conhecido nacionalmente e até internacionalmente (ENT-3).

[...] Santa Felicidade que nem eu te disse começo um turismo há 70 ano atrás, enton ela é conhecida, sempre vem gente de fora viu (ENT-2).

[...] daí nos anos 70 [referência 1.970] veio o *boom* do turismo brasileiro. Um turismo terrestre, de ônibus. Ônibus, ou com o carro próprio. As pessoas saiam de São Paulo e Rio, passavam em Curitiba, pernoitavam em Curitiba [...] Então o turismo foi muito forte aqui em Curitiba, em Santa Felicidade, chegavam na época de verão, do natal até o carnaval, de ter de 30 a 40 ônibus fazendo refeição em Santa Felicidade, e chegou a ter 40 restaurantes em Santa Felicidade (ENT-1).

Já em relação ao momento atual, o ENT-8 comenta:

[...] hoje o nosso Polo Gastronômico aqui de Santa Felicidade ele é forte, mas ele precisa ser mais forte ainda, certo. Até porque no ano que vem a gente tá com um projeto de fazer um natal estilo de Gramado aqui em Santa Felicidade. A gente inovou aqui com o Restaurante Madalosso né, mas a gente que traz pro Bairro inteiro agora [...] com várias atrações de natal. Porque hoje não tem alguma coisa que eu possa te dizer 'ah uma coisa legal', não temos uma coisa legal. Tem o Madalosso, tem os Vinhos Durigan, o Dall' Armi, essas coisas, mas não uma coisa que, fora isso não tem outro atrativos aqui em Santa Felicidade. Um museu, alguma coisa assim né. A gente tá lutando pelo museu também aqui em Santa Felicidade (ENT-8).

Conforme mencionado acima, o turismo ele é representativo na região. No entanto, durante a imersão em campo foi percebido que embora as empresas tenham uma percepção positiva do turismo, nesse aspecto, os empresários do setor não estão articulados, somado a isso existe uma limitada participação de órgãos públicos e representações políticas. As falas a seguir exprimem esses aspectos:

nossa eu acho que precisa muito melhora. É, agora eu vou falar da parte dos restaurantes, que não é só, por exemplo, aqui ó, agora eu vou te falar, qual que foi o restaurante que fez decoração fora o Madalosso esse ano? A gente trouxe esse atrativo pra Santa Felicidade, mas não é só, o ano que vem, a gente tem esse projeto de Natal, mas será que só vai ser só o Madalosso que vai aderir? Né. Isso eu vejo um poquinho de resistência dos outros empresários, não só restaurante, mas como lojas também. O Durigan faz, na frente, o Florybal faz, sabe. Eu não sei se o pessoal tem medo de sei lá, de investir nessa área. Por exemplo, que é um investimento. Queira ou não, a gente tá investindo aqui. A gente buscou parceiros pra fazer o natal, né. E tem que ter coragem pra fazer o troço, que dá retorno, dá retorno (ENT-8).

nessa parte política assim, nós infelizmente não temos assim uma representação forte sabe. Tivemos vereadores aí que fizeram o trabalho deles, não posso desmerecer né, mas poderiam ter feito mais. Por exemplo, você conhece Gramado e Canela? Bem articulado né. O natal era nosso aqui, o natal de luz era nosso, de Curitiba. Foi pra lá. Eles pegaram a nossa ideia, os empresários se uniram, e olha lá como tá bonito. Nós podia ter isso aqui. Inclusive eu tô debatendo com um vereador amigo meu, que se eleger, eu quero trazer essa ideia pra ele. Pra colocar a Avenida [referência a Avenida Manoel Ribas] aqui tudo iluminado, tudo bonito, entendeu. [...]

grupos folclóricos recebendo os turista. Porque o turismo ele agrega valores sabe, todo mundo ganha co turismo. [...] a Prefeitura de Curitiba, o Greca, eles fazem um trabalho muito bom. É excelente, não podemo fala que não né, porque ele faz um trabalho bom. Mas se nós aqui de Santa Felicidade, os empresários, se reunissem e não dependesse tanto do poder público, nós podia faze, e o poder público podia dá incentivos. Por exemplo, eu enfeito o meu prédio bonito aqui, eu tenho uma parte de isenção do IPTU, então o que eu ia gasta pa paga o IPTU, eu enfeito aqui. O quê que vai acontece? Eu vou traze mais turista pra cá, esse turista vai gasta em Curitiba, vai cobra imposto, Curitiba ganha (ENT-2).

Assim, as ações ocorrem isoladamente. Como exemplo, a Loja Florybal que investe em sua fachada, disponibilizando atrativos aos turistas “[...] o visual da loja é bastante conhecido, bastante visto, então ele é lembrado. O visual atrai bastante o público, principalmente as crianças” (ENT-15). Da mesma forma, o ENT-2 pontua “[...] nós aqui do Vinhos Durigan acolhemos os turista com essa magnitude que você tá vendo entende, com a loja bonita, bem iluminada, e tal [...]”.

A ENT-15 ainda comenta:

[...] até a gente tá sempre em contato quando tinha a Ana Moro né [referência a uma ex-presidente da ACISF] eu disse pra ela, ó tenta faze o Bairro mais assim, [...] mais temático, bota mais umas guirlanda, quando é época de páscoa bota coisa de páscoa, natal coisa pra, deixa um Bairro mais aconchegante pro pessoal, o do turismo gosta muito. Principalmente que a gente compara muito com Gramado né, então assim é todo ele decorado, todo ele. Então, como Santa Felicidade também é bastante lembrado, eu acho que essa parte temática ajudaria mais também, ficaria mais bonito. Porque quem vem de fora acha assim acolhedor, acha assim, passeia de noite, eles vem, eles vão pros restaurante e voltam, tem um hotel aqui, eles vem e voltam tranquilo, a pé. O que numa cidade grande nem pensa de faze esse tipo de coisa. Então eles tão assim, eles tão de férias, passeando, eles, sabem [risos] (ENT-15).

Finalizado os aspectos quanto à imagem de Santa Felicidade, fica o alerta quanto à falta de integração percebida entre os atores, podendo comprometer toda a cadeia de serviços do setor turístico-gastronômico, conforme é respaldado por Guizi (2019, p. 966):

[...] apenas o planejamento sistemático considerando todos os recursos disponíveis é capaz de gerar e desenvolver uma atividade de considerável importância econômica como o turismo, ocorrendo por meio das parcerias/integração entre *stakeholders* do turismo local, o planejamento turístico e a concepção de indicadores capazes de estabelecer e monitorar essa atividade em uma destinação.

Chegado aqui, encerra-se a identificação de práticas culturais-cognitivas encontradas nas empresas do setor. No entanto, ainda a partir das ações de

empreendedorismo institucional de construção da igreja e de criação das Festas da Uva e do Vinho (atual Festa do Frango, Polenta e Vinho), foi observada a partir da manutenção de práticas, a institucionalização destes eventos, conforme será visto adiante.

e) Festa da Uva e Festa do Frango, Polenta e Vinho:

A ação de empreendedorismo institucional coletiva sustentada pela fé dos imigrantes concretizou ao final do séc. XIX a construção da Igreja Matriz de Santa Felicidade. Foi também a partir de uma coletividade que a Festa da Uva tem sua primeira edição em 1959.

O ENT-7, um dos organizadores, relata a trajetória da Festa e enfatiza: “[...] não tem uma festa que não tem um aprimoramento, não tem um algo novo. É incrível sabe, mas sempre tem algo novo”. A fala chama atenção ao fato de que mesmo quando identificadas práticas sociais perenes, como será visto adiante, ao contrário do que se possa imaginar, não significa dizer que por estarem consolidadas elas são estáticas. Pois, uma vez que o campo organizacional é um emaranhado de relações, as práticas sociais também seguem a mesma lógica, a do movimento, a de constante transformação, de melhoria.

No decorrer da entrevista foi perguntado sobre as mudanças que ocorreram ao longo do tempo, incluindo as estruturais (espaço físico); de pessoal (recursos humanos); legislativas; e tecnológicas, que serão abordadas durante esta seção.

Em relação às mudanças estruturais, o entrevistado afirma:

[...] foi muito ampliado [risos]. [...] na verdade quando começo era um barracão de madeira, a cozinha era toda de madeira. [...] Era, era um paiózinho de madeira, vamo dize, um barracãozinho de madeira. Hoje é uma estrutura enorme de alvenaria né (ENT-7).

E ainda argumenta que:

é, eu penso que as maior mudança, a tradição ela se manteve, a tradição. A maior mudança foi em estrutura, porque tanto fisicamente, em área construída, em tamanho físico, cresceu muito, em tamanho de voluntariado também cresceu muito. O Bosque desenvolveu, foi ficando mais bonito, mais belo, com os arcos, com as construções, então eu acredito que isso, com a evolução, co desenvolvimento do próprio bosque e da festa em si, é (ENT-7).

Dessa forma entre as mudanças que foram surgindo ao longo dos anos, está o local de realização da festa. De acordo com o ENT-7, baseado em suas memórias sobre os registros do livro tomo da paróquia, a primeira festa foi realizada no pátio da igreja, e após algumas edições foi transferida, pois “[...] a festa cresceu de tal forma que precisou desse espaço, e foi pro bosque [...]”.

Alguns trechos desse livro tomo foram encontrados na obra de Maranhão (2014), e já na segunda edição, realizada em 31 de janeiro de 1960, foi perceptível o envolvimento de novos atores, conforme:

[...] organizada sob a orientação da Organização Agrícola da Arquidiocese de Curitiba, com a participação da Prefeitura Municipal e apoio incondicional do excelentíssimo senhor prefeito Cel. Iberê de Matos. Uma nota folclorística vinha dada pelas moças da Pia União das Filhas de Maria em trajes típicos [...] (MARANHÃO, 2014, p. 163).

Ainda de acordo com a autora (2014), assim como na primeira edição e demais edições, a segunda ocorreu após a missa dominical, sendo comercializado churrasco para o almoço. No entanto, neste ano a carne não foi suficiente para todos, e o dinheiro então devolvido. No terceiro ano a festa ainda era realizada no pátio da igreja, e Maranhão (2014, p. 163) tendo como base o livro tomo, sinaliza: “a vinda de gente da cidade foi extraordinária e deixou ver que o nosso local já é pequeno demais para esta festa [...]”. Assim a quarta edição da festa foi realizada nas proximidades, no Bosque do Camilo Perucci, conforme relato:

[...] esta festa já não é mais uma simples festa de paróquia, está movimentando Curitiba inteira. As próprias autoridades públicas interessam-se, quer para satisfação aos agricultores, quer para impressionar bem o povo da capital. Dados bem apurados dizem que entraram no campo da festa quase 7.000 carros. Foram vendidos perto de 15.000 quilos de uva, aproximadamente 9.000 litros de vinho (MARANHÃO, 2014, pp. 163-164).

No entanto, na sequência mais uma alteração de espaço ocorreu, sendo a quinta, sexta e sétima edições realizadas no Bosque pertencente a Serafim Lucca. Posteriormente o espaço foi comprado pela Paróquia, recebendo o nome de Bosque São Cristóvão, e ainda ampliado quando adquirido o terreno ao redor, que pertencia a Maria Lucca. Desde então o evento fixou-se nesse local.

Como visto anteriormente na seção 4.2, a ideia da festa surge numa antiga quermesse da igreja, onde houve a necessidade de comercializar uma grande safra

de uva. Considerando essa informação o ENT-7 foi perguntado sobre os objetivos da festa atualmente, e relata:

[...] a primeira coisa é a tradição. É bonito de vê a tradição, a alegria desse povo trabalhando, todos voluntários, junta ali direto e indiretamente vai chega perto de 250 a 300 pessoas voluntárias, imagine, é muita gente. Então, eu apontaria assim o primeiro ponto o voluntariado que é bonito nessa história toda [...] (ENT-7).

Além da manutenção da tradição, o entrevistado ainda pontuou três frentes de atuação, sendo: 1) a manutenção do Bosque; 2) ações sociais desenvolvidas pela Paróquia; 3) restauro da Igreja Matriz São José e Santa Felicidade.

Observa-se na fala anterior que a característica inicial, referente à cultura, foi mantida ao longo das décadas, correspondendo à identidade da festa. Por isso o elemento cultural-cognitivo (SCOTT, 2008) é preponderante na análise desse evento, sendo o principal pilar. Principalmente ao considerar que a Festa é conduzida por voluntários. Isso fica evidente quando analisado o aumento do quantitativo de mão de obra, conforme relata o ENT-7 ao estabelecer comparativo sobre a equipe de cozinha, “[...] eu tenho fotos antigas lá do pessoal, e na cozinha trabalhava lá 6, 7, 8, 10 pessoas, hoje é 80, 100. Então, evoluiu muito, cresceu muito [...]”.

Assim, considerando os recursos humanos, basicamente existem duas frentes de atuação no evento: os voluntários e os terceiros (também chamados feirantes). Grande parte dos voluntários está alocada no pavilhão coberto, onde fica a cozinha principal. Ambiente em que são produzidas as porções (frango, polenta, risoto e macarrão). Nesse espaço existe a disposição dos visitantes mesas e bancos para a realização das refeições. Ali também ocorrem as apresentações de grupos musicais e folclóricos (ver Imagem 6 - (3) voluntários, e (4) pavilhão coberto). Fora do pavilhão coberto, estão as barracas. Nessa área externa, parte é utilizada por voluntários, e parte locada para os chamados terceiros, que comercializam produtos como geleias, uvas, sucos de uva, doces, chopes de vinho, entre tantas outras opções (ver Imagem 6 - (1) ambiente externo, e (2) terceiro).

Imagem 6 – Coletânea de fotos da Festa da Uva de Santa Felicidade (edições 2018 a 2020)



Fonte: FESTA DA UVA DE SANTA FELICIDADE. Festa da Uva de Santa Felicidade. Curitiba, 2021 fev. 04. Facebook – Página. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/festadauvasantafelicidade/>. Acesso em: 05 maio. 2021.

Em referência a esse contexto, os entrevistados 1 e 10 explicam:

assim ó, quem lida com alimentação dentro daquele pavilhão enorme ele é quermesse. Todos são voluntários, Movimento de casais, Movimento de irmãos, Mariano, [inaudível], tudo. Lá fora depois tem os terceirizado, a pessoa que vai lá e 'ah parquinho de diversões' né, o cara que vai vende espetinho, outro vai vende pipoca, eles pagam um tributo pra igreja. Mas o, o pavilhão é da comunidade, é quermesse, [...] tem voluntário, ninguém visa lucro. Todo o dinheiro vai pra igreja (ENT-1).

[...] porque a minha mãe antes da gente entra nas festas com o vinho, meus pais sempre ajudaram na cozinha lá, e o Germano sempre comandou as festas. Então nós sempre vivemos dentro da cozinha das festas. E assim, nas festas as pessoas que trabalham lá, especificamente na questão de cozinha [...] é tudo pessoal, é tudo doação. Ninguém, ninguém trabalha lá ganhando dinheiro. Isso é assim, que nem nós, tamo vendendo o nosso produto, é a parte de comida, alimentação, que é revertido daí em benefício da paróquia né, é tudo, tudo voluntário (ENT-10).

Em relação à forma de seleção desses terceiros, o ENT-7 comenta que existe uma tendência de se manter sempre as mesmas empresas, e que embora

exista uma lista de espera, dificilmente ocorrem desistências. Demonstrando assim a perenidade da atividade. Conforme:

[...] na verdade quem entra nunca vai saí, nunca qué saí, é raro. Tem gente que tá ali faz 30 anos, são os mesmos né. É, porque é limitado, já tá limitado os espaços. Não dá pra por 'ah, vamo por mais barraca', não, é aquilo que tá ali. Então quem está, todo ano vai renovando. Se ele não vier, tem uma lista de espera [risos] (ENT-7).

O ENT-7 ao ser perguntado se há rodízio de funções durante a operacionalização do evento, responde:

[...] oscila por causa até de coordenação, né. E às vezes é bom muda né. Muda as ideias. Mas às vezes muda dentro da própria equipe né, um casal que tava, que era, volta pá panela, outro que tava na panela volta, vem pra coordena [risos], e assim vai. Mas, gira sempre em torno da equipe que já, até porque tem que tá acostumado ali né co pega, que se não, não vai consegui (ENT-7).

Originalmente a festa era realizada em apenas um dia. Atualmente se estende por três dias consecutivos, iniciando sexta-feira à noite, sábado o dia todo, até às 22 horas, e domingo ao longo do dia, encerrando às 18 horas. A data de realização das festas é considerada a partir de dois fatores. O primeiro atrelado ao fator climático, e o segundo vai ao encontro da definição de ambiente técnico, voltado para questões de competitividade (SCOTT, 1992; FONSECA, 2003; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996), conforme:

geralmente [...] primeiro ou segundo final de semana de fevereiro, justamente por causa da época da uva. Porque muito começo de janeiro [...] a uva não vai tá muito na época. É, muito pra frente de fevereiro também não é época boa, a uva já tá muito passada. Então, geralmente, ou é primeiro final de semana ou segundo final de semana, também a gente olha o calendário de recebimento das pessoas né, recebem salário. Então, às vezes no segundo final de semana a pessoa já recebeu, também tem mais condições de vir participar da festa, a gente analisa vários detalhezinhos importantes, sabe (ENT-7).

Quanto à característica do evento e o público alvo, o ENT-7 comenta que o evento passou por reformulações ao longo dos anos. No entanto, a Festa é para famílias, e também direcionada a preservação da cultura italiana, conforme:

[...] durante o tempo ela tomo um rumo, e depois de um tempo ela volto a toma outro. Durante um tempo na festa vinham muitos shows é, não sei se posso fala assim circulares, shows de bandas, de outras coisas assim que não eram músicas típicas italiana, coisa assim. Então ouve uma mistura muito grande, e a festa ia até mais tarde, até meia noite, tal. Chego um momento que nós vimos que não era assim que nós queríamos a festa da

igreja, uma festa pra família. E até com toda a modéstia, por uma iniciativa e proposta minha naquela ocasião, eu propus nós tirarmos os shows externos, e deixarmos apenas os shows internos, que eram as bandinhas italianas, até algum conjuntinho tocando uma música sertaneja, uma coisa assim mais ambiente. E deu muito certo. E antecipamos o horário de encerramento da festa e fechamento dos portões [...]. A festa é pra família. Quem já veio, o pessoal elogia muito, você vê muitas famílias, crianças, casais, é a fé, é bonita, é uma festa bonita pra família mesmo. Então nós qualificamos a festa pra família [...] (ENT-7).

Ainda em relação ao perfil dos visitantes, quanto a sua localidade, o ENT-7 mencionou que em sua grande maioria são residentes locais e de Curitiba. No entanto, aponta também turistas de outros estados e até mesmo do exterior “temos muitos relatos de comentários no próprio *Facebook*, nas mídias sociais, de pessoas que ‘ah, eu vim lá do’, ‘eu tava nos Estados Unidos’, ‘vim da Itália’, sabe? [...], bem legal”.

Em dado momento o ENT-7 mencionou registros do livro tomo que estimavam cerca de 30.000 visitantes logo nas primeiras edições da Festa. Considerando esse dado, foi perguntado sobre o fluxo de participantes atualmente. O entrevistado relata: “por incrível que pareça [risos], a gente mantém essa média até hoje. A gente fala de 25, 30 mil pessoas, nos três dias né”.

Outro dado chama atenção pela constância, de acordo com o ENT-7, são comercializados aproximadamente 15 mil quilos de uva, durante todo o período da festa, dados esses que são os mesmos relatados em Maranhão (2014), sobre as primeiras edições do evento.

Já em relação às porções, o ENT-7 relata:

ah, o frango e a polenta é perto [...] de 6 mil quilos de cada, 6 tonelada de frango e 6 tonelada de polenta. E o risoto e o macarrão é uns 4 mil quilos, 4 tonelada de cada um, final, pronto né, já com molho, tudo né. É perto disso (ENT-7).

O ENT-7 atribuiu à parte gastronômica a principal motivação dos visitantes para participar do evento. Além das uvas, as porções são o chamariz:

[...] são as porções, o frango, polenta, o risoto, e o macarrão. Esse é o carro chefe da nossa festa. O pessoal vem mesmo pela gastronomia. [...] o pessoal vem mesmo pra come. E depois fora, externo, tem várias outras barracas [...], tem terceirizados [...] que trabalham também nos vinhos, você vai encontra uma diversidade de outras coisas [...], o cachorro-quente, pastel, doces, salgados, meu Deus, é uma infinidade de opções, tá. Volto a repeti, o carro chefe que traz mesmo o povo, de Curitiba, de fora de Curitiba, de fora do Brasil, muita gente vem atrás das porções. E depois vai

se diverti, sempre tem o parque né, o parque de diversões pras crianças (ENT-7).

Conforme já mencionado, a festa inicia-se numa sexta-feira. No entanto, a manipulação dos alimentos começa na segunda-feira que antecede:

[...] a polenta é confeccionada por nós mesmo, na cozinha principal, é, já na segunda-feira da festa, começa na sexta, na segunda-feira já começam a confeccionar as polentas. Nós temos lá uma câmara fria enorme, aonde fica acondicionada né, fica lá guardada as polentas em tachos grandes né, então a confecção da polenta é nossa. O frango, ele já se inicia o corte na quinta-feira durante o dia, o corte e o tempero da carne, também depois fica acondicionado na câmara fria. E o macarrão e risoto também tudo confeccionado por nós mesmo, na nossa equipe lá na cozinha, que são fantásticos viu, esse povo da cozinha nosso é fantástico. Faço questão de falar aqui, são pessoas fantásticas. Eu pra cozinha sou uma negação [risos], a minha parte é mais essa parte da organização, trabalho com as mídias, e informar né tal, organizar lá no dia, eu sou da coordenação que organiza as filas do caixa, da retirada das porções, que é bastante agitado lá. Então, cada um tem a sua função, tem as equipes e tem os coordenadores de cada equipe, é tudo organizadinho. Cada equipe tem seu coordenador, um ou dois coordenador, às vezes é um casal que é coordenador, na cozinha são dois casais coordenadores, então é assim, tudo muito bem organizado (ENT-7).

Foi possível ainda identificar mudanças de ordem tecnológica. O ENT-7 sinaliza a adesão de diversos aparatos tecnológicos para a cozinha como: câmara fria; fritadeira elétrica; e batedeira industrial. Relatando que o uso desses equipamentos contribuem para a otimização do preparo de alimentos, uma vez que se produz em maior quantidade gastando menos tempo, e ainda reduzindo o número de pessoas alocadas para uma mesma atividade. Conforme pode ser visto na fala a seguir:

[...] A câmara fria foi fantástico. Tinha uma na época, tinha um condicionamento menor, e como cresceu as proporções, nós não tivemos saída, tivemos que fazer a câmara fria. É, uma coisa que nós precisamos, tivemos que fazer umas 3, 4 anos atrás, que a polenta elas eram todas fritadas em tacho, no gás. E a partir de umas, de uns 3, 4 anos pra cá, nós partimos para a fritadeira elétrica. Que ela acelera bem mais, fritada mais, então uma fritadeira equivale a 4 dos tachos que a gente fazia lá manual, exigia 4 pessoas, hoje exige 2 numa fritadeira, 1 ou 2 numa fritadeira. Então ajuda, fritada mais, mais rápido, menos tempo. Então agiliza né na fritura, então isso foi uma evolução. É, a polenta que nós fazíamos manualmente, era mexido no muque memo, com a mescala, aquela mescala gigante, a gente ficava sempre em dois em cada panela, toda noite fazendo. Diminuiu, porque foi comprada uma batedeira industrial, então ficaram 2, 3 pessoas lá durante o dia fazendo as polentas na batedeira gigante né, industrial. Então tudo isso é evolução, é tecnologia né (ENT-7).

Ao considerar as discussões sobre a importância do acesso a recursos (OMETTO; LEMOS, 2010; HARDY; MAGUIRE, 2008) a adesão tecnológica pode ser entendida como um tipo de recurso empregado, pois também representa uma forma de continuidade dessa festa, conforme:

[...] nós estamos no limite do atendimento, não tem mais o que aumenta fisicamente, e se você aumenta na cozinha, tem que ter mais gente, não tem mais pessoas também pra ajuda, é muita gente, é muito, é tudo voluntário, então se teria que arruma mais voluntários pra ajuda né, tá escassa a mão de obra, então nós precisamos arruma métodos para agilizar as frituras e o atendimento ao público. Mas já vem muita gente sabe, a gente tá assim sufocado memo pela quantidade de pessoas (ENT-7).

Além das mudanças de natureza tecnológica, estão presentes também mudanças de ordem regulativa. Entre as obrigações previstas em legislação, está a emissão de alvará, solicitado pela Prefeitura, liberações do Meio Ambiente, fiscalização do Corpo de Bombeiros, e o recolhimento para o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (ECAD).

Segundo o ENT-7 “[...] são vários órgãos, todos eles saem liberação. Tudo certinho” e complementa “nós fazemos tudo dentro da lei, muito bem organizado também. Temos as pessoas responsáveis por essa parte documental”. Ainda, por definição da Vigilância Sanitária (VISA) está à obrigatoriedade de nutricionista que acompanhe os procedimentos de manipulação e preparo de alimentos.

[...] desde todos os cuidados, a obrigatoriedade de você ter uma nutricionista lá o tempo todo, os cuidados com higiene, orientados por essa nutricionista, é um trabalho muito artesanal né, todo o processo dessa comida lá, do carro chefe nosso, é muito artesanal, então todo o cuidado [...] (ENT-7).

Considerando os pilares de Scott (2008), para além das questões regulativas verificadas por meio de mecanismos coercitivos, percebe-se também um traço normativo no que tange ao cuidado moral, e ainda marcas do pilar cultural-cognitivo, expressos na seguinte fala:

[...] e assim [...] não só porque é uma exigência, mas eu sou testemunha disso, [...] eu tou inserido ali dentro na organização desde 2004, então se vão aí 16 anos, e eu posso fala com toda a segurança, que a preocupação nossa lá com o cuidado, desde o preparo, do manuseio, do servi, do atende as pessoas, tudo, do começo ao fim, tem muito zelo nisso. Isso eu faço questão de fala, tem muito zelo. Todas as pessoas lá são muito zelosas. Lógico uma falha ou outra sempre, humana né, vai ter. Mais no geral, todos

nós temos muito zelo, muito carinho, muito amor, porque tamo ali como voluntário né, ninguém tá recebendo, a não ser a graça de Deus né, que aí já nos basta (ENT-7).

Para além das mudanças supracitadas, o entrevistado foi indagado quanto a possíveis benefícios ou prejuízos decorrentes da Festa da Uva para os demais estabelecimentos de alimentos e bebidas da região. Segundo a percepção do ENT-7 a Festa da Uva é benéfica justamente devido ao excesso de público, pois:

não prejudica nada, e contribui muito. Por quê? São só 3 dias, 6 dias no ano. Nem bem 6, porque começa numa sexta-feira à noite, e é num final de semana. É, e muitas ou quase todas as festas o movimento extrapola, que o pessoal não consegue entra, muita gente vem e desiste, infelizmente. Porque a gente não consegue atende todo mundo, de tanto movimento, acabam indo para os outros restaurante, que explode o movimento de Madalosso, de Veneza, de Cascatinha, [...], desculpa o termo, lavam a égua de atende gente além do normal, porque atendem as pessoas que não conseguem entra na festa. Isso é corriqueiro, acontece. Então não prejudica (ENT-7).

Sobre tal, o ENT-9 foi enfático ao concordar sobre os benefícios auferidos através da Festa “muito, muito, muito, muito. Porque o pessoal chega uma hora lá na cozinha que eles não vencem. Fica muito a fila grande, o pessoal vem tudo pra cá daí” (ENT-9). Da mesma forma o ENT-3 comenta:

veja, nós somos convidados a participa lá, no salão lá, no espaço físico lá. Que é normalmente no campo da Festa da Uva, que a gente chama ali no Parque São Cristóvão. Mas é que nesses dias de eventos, o nosso movimento aumenta, porque as pessoas vêm, como o fluxo é muito grande [risos], eles são obrigados a vir pra restaurante. Eles não conseguem ir todos na festa (ENT-3).

A fim de entender as relações existentes no campo, um dos pontos abordados foi a participação das empresas gastronômicas de Santa Felicidade na Festa da Uva. No entanto, foi constatado que não há participação direta dos restaurantes. O que ocorre são formas de cooperação, conforme a narrativa do ENT-7:

[...] nós temos muito apoio, do Madalosso em si, que sempre foi, ela foi uma das meninas que eu falei no começo né, das idealizadoras da festa, Dona Flora, então já nós socorreram algumas festas. Porque a quantidade é grande, as toneladas de comida são grande, mas às vezes chega um domingo de manhã, ou um sábado a tarde, a gente já faz uma projeção do que saiu, e do que vai saí ainda, a gente vê que vai falta, [...] corre no Madalosso pega polenta, corre, fala com a Dona Flora, corre no Madalosso pega mais um frango, então tem muito isso sabe, já nos socorreram várias vezes. Então tem essa parceria também né (ENT-7).

Indo ao encontro da fala do ENT-9:

[...] a gente ajuda muito eles. Porque quando falta frango e polenta, eles vem busca aqui. Sempre. Uma coisa que a minha nona fala pra mim, não dexe, quando eu se for, ela fala, não dexe de ajuda as Festas da Uva, as festas dessa igreja. Porque desde o começo eu ajudei, eu quero que você ajude. Isso é uma coisa que ela sempre falo pra mim. Ela foi uma das fundadoras da Festa da Uva (ENT-9).

Já a explicação do ENT-1 clarifica os motivos da não participação direta dos restaurantes:

[...] lá tem uma infraestrutura hoje, a nossa nutricionista já trabalho lá pra eles, eles tem voluntário. [...] Lá funciona maravilhosamente aquele local, com toda infraestrutura, e quem trabalha lá pode-se dizer [inaudível] pra trabalha três dia, eles são semelhante a nossa cozinha. Eles [...] tem um controle muito bom lá, tá. Tanto de, claro que eles foram no erro e acerto né. Tem uma infraestrutura de cozinha, de alimento, manutenção, quem manipula, tudo certinho sabe. Tinha nutricionista lá cuidando né, mesmo que façam toneladas de alimento, num dois dias né, sexta, sábado e domingo. Mas deu tudo certo. É, eu não participo, então ninguém, nenhum restaurante participa.

Quanto as vinícolas o ENT-7 relata:

[...] sempre foram parceiros forte por um tempo o Dall'Armi, daí por um tempo um poco não mais, daí entrou o Santa Felicidade, o Vinho Santa Felicidade continua, o Durigan também, [...], cada um poquinho colabora. [...] são parceiros nosso na Festa da Uva, que é um vinho colonial, é o Vinhos Caliarì. [...] são bem caseiro, e os pais, os filhos trabalham junto, as noras, é bem familiar assim sabe, bem colonial. Vinhos Caliarì (ENT-7).

Em relação a esse tópico o ENT-2 comenta:

então a gente, o quê que nós fazemos, o Vinho Durigan pra nós i lá e ter a infraestrutura nós não queremos. Então o quê que a gente faz, tem um movimento de irmãos, então a gente vende o vinho a preço de custo pra eles, e o lucro reverte em benefício pra comunidade, entende, pra igreja (ENT-2).

Por sua vez, o ENT-10 comenta “[...] a gente comercializa bastante assim, nas festas, que tem a Festa da Uva, Festa do Vinho, que é o nosso foco principal”. Corresponde, nesse caso, a um dos terceiros que loca o espaço mediante o pagamento de uma taxa. Que segundo a percepção desse entrevistado é justificável, pois:

[...] é que eles, eles locam os espaço lá e esses valores ajudam com as despesas que tem. Porque um evento do porte que a gente tem aqui, gastasse muito. Antes mesmo de se começa a pensa em faze a festa, gastasse muito. Então tem que ter [...] entradas né. E quando dá

movimento, quando tem gente, eles retiram, assim, conseguem recupera. Agora se não dá movimento, pode dá prejuízo né (ENT-10).

Igualmente a ACISF foi perguntada sobre sua participação na Festa, e comenta “[...] lá no bosque a gente não faz é, não fica muito presente a associação [...]” (ENT-8).

Para além do envolvimento dos restaurantes, adegas e Associação, foi verificado o relacionamento mantido com os fornecedores de insumos. Assim, em relação ao fornecimento de uvas, o ENT-7 relatou que inicialmente o abastecimento era mantido pelas uvas de Santa Felicidade, devido a grande quantidade de vinhedos da região. No entanto, atualmente são provenientes de Caxias do Sul, no Rio Grande do Sul, observando que “a festa vai se adaptando a época, ao momento né”, estimando que essa transição tenha ocorrido próxima a 40ª Festa da Uva, ou seja, aproximadamente 24 anos atrás.

Quanto aos demais insumos, o entrevistado comenta que existe uma equipe responsável pelas compras, não estando totalmente a par do assunto. Contudo, sinalizou que, salvo situações pontuais, existe uma tendência de que sejam mantidos os mesmos fornecedores.

O envolvimento de outros atores também está presente na divulgação e apoio ao evento. Conforme relata o ENT-7 a divulgação é realizada através das mídias sociais da Paróquia, já utilizadas há bastante tempo. Além disso, o entrevistado discorre que ele realiza contato com televisões e rádios:

[...] eu sempre brinco assim, é um colorido bonito na televisão, é uma notícia bonita na rádio, o pessoal gosta de vê, gosta de ouvi, então a gente tem uma boa receptividade desses meios de comunicação também, que nos ajudam divulgando” (ENT-7).

Sobre isso, o ENT-7 ainda comenta que por muito tempo foi realizado investimento em mídia paga, mas atualmente “a festa por si, ela já é muito atrativa, e muito bem divulgada. E de interesse das mídias divulgar”. Por isso são realizadas as parcerias “[...] alguma rede de comunicação às vezes que apoia a gente, deixa também faze alguma divulgação lá no bosque [...], vamo faze uma matéria no jornal, na TV. É uma parceria né, a gente não tem fins lucrativos pra coisa”.

Com relação à Prefeitura o entrevistado sinaliza:

[...] muita gente confunde pensando que a festa é da prefeitura, não tem nada a vê, a festa é da Paróquia. Nós temos o apoio da prefeitura né, com a limpeza, eles fornecem os gari pra vim fazer a limpeza, nos ajudam com algumas coisas no bosque também, mas é apoio (ENT-7).

Perguntado sobre a participação do IMT, o ENT-7 declara: “[...] apoia porque tá junto com a prefeitura né. É um apoio da prefeitura em si né. Eles divulgam né, divulgam a festa. A festa tá no calendário de Curitiba”.

Assim como a Festa da Uva, a Festa do Frango, Polenta e Vinho também é organizada pela Paróquia São José e Santa Felicidade. Com exceção do mês de realização (julho, no caso da Festa do Frango, Polenta e Vinho), ambas as festas seguem o mesmo padrão de organização, conforme enfatiza o entrevistado:

[...] elas são iguais, iguaizinhas, só que na Festa do Frango, Polenta e Vinho, o nome é Frango, Polenta e Vinho, repito, porque o carro chefe, o que chama o povo é o frango, polenta e vinho, o pessoal adora. Então são iguaizinhas, só não tem a uva. Na do Frango, Polenta e Vinho não tem a uva. Na Festa da Uva é Festa da Uva, é isso aí (ENT-7).

Perguntado sobre as dificuldades ou barreiras encontradas na realização das festas, o entrevistado argumenta que:

[...] eu penso que assim, as lutas, as dificuldades tem normal, mas eu vejo que graças a Deus nós temos um pessoal bem organizado e já acostumado, a gente já sabe todos os passos né que precisa pra festa. [...] a festa flui assim até que numa normalidade, numa tranquilidade, entre aspas né, uma tranquilidade dentro da normalidade. [...] A gente sempre conta muito com ajuda do tempo também. Lógico que se dá três dias de chuva, temporal, afasta o povo. Se bem que nós já tivemos festa com bastante chuva, agora como o pavilhão lá é grande, acolhe lá umas 2, 3 mil pessoas numa vez só, naquele pavilhão, então nos serviu bem. [...] mas aí, questão climática não tem como (ENT-7).

Por fim o ENT-7, ao considerar a importância dos atores envolvidos na organização do evento, realiza um apanhado:

olhe, acho que nós poderíamos pontuar, desde o início, o que começo, porque se não tem um começo nada acontece, então com as meninas, as que faziam parte daquele grupo, Pia União Filhas de Maria, inclusive minha mãe, minha tia, Dona Flora Madalosso, e o grupo de meninas, e o padre da época, que ali que se iniciou. Depois, falar em nomes, nós tivemos vários coordenadores da festa, eu acharia até ruim citar um. Porque tivemos coordenadores que ficaram 10 anos, tivemos coordenadores que ficaram 15, tivemos coordenadores que ficaram 1, 2, e cada um contribuiu com seu poquinho, com seu mais né, [...] eu diria que, eu parabenizaria todos, do começo ao fim. A comunidade. Todos, todos. Eu acho que citar nome aqui seria uma injustiça, sabe (ENT-7).

Com base na análise dos documentos e entrevistas constata-se que as Festas da Paróquia se institucionalizaram ao longo do tempo, atingido o *status* de instituição, cujas facetas cultural-cognitiva, regulativa e normativa (SCOTT, 2008) puderam ser observadas com clareza.

Destarte, o Quadro 13 apresenta uma síntese das práticas sociais suportadas no pilar cultural-cognitivo, decorrentes de ações de empreendedorismo institucional identificadas na seção 4.2.

Quadro 13 – Práticas sociais suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva em decorrência das ações de empreendedorismo institucional

Ações de empreendedorismo institucional (seção 4.2)	Práticas sociais relacionadas	Pilar Cultural-Cognitivo	
Surgimento das fabriquetas de vinho	Manutenção das empresas de vinho; adoção de estratégias diferentes; necessidade de fornecedores; adesão tecnológica.		
Criação da Vime Túlio	Mantida a prática de comercialização do artesanato em Vime / Turismo.		
Surgimento dos primeiros serviços voltados à alimentação.	Consolidação do setor turístico a partir de uma somatória de práticas perenes.		
Alteração do cardápio	Institucionalizado o cardápio de base italiana; mimetismo.		
Criação de um novo nicho de mercado	Institucionalizado o segmento de eventos; capacidade aumentada dos restaurantes; <i>buffet</i> especializado.		
Criação da Festa da Uva / Criação da Festa do Vinho	Institucionalização das Festas da Paróquia; tradição; adesão tecnológica; voluntarismo.		
Divulgações	As ações contribuíram para o aumento do turismo e fluxo de comensais; crescimento dos estabelecimentos; ampliações; reformas.		
Ações de incentivo ao turismo	Ações para manutenção da atividade turísticas (ainda que isoladamente). Imagem de Santa Felicidade atrelada a Turismo Gastronômico.		

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir da análise de conteúdo de documentos e entrevistas (2021)

Chegado ao fim dessa seção, as instituições resultantes das práticas sociais observadas no pilar cultural-cognitivo foram amplamente sustentadas no setor, estando diretamente relacionadas ao campo organizacional, pois correspondem as resoluções ou atividades imbricadas no cotidiano da localidade, ou seja, no dia a dia de organizações e fornecedores, bem como de seus consumidores.

Assim, considera-se que ao longo da formação do Bairro, se desenvolveu um empreendedorismo, em seu sentido tradicional, a partir das ações de empreendedorismo institucional de criação das empresas precursoras. As práticas sociais foram difundidas de forma mimética e contínua, uma vez que a similaridade no setor é identificada em muitos momentos, como por exemplo, os itens triviais italianos que rapidamente foram adotados no cardápio de muitos restaurantes. Dessa forma, o setor turístico-gastronômico de Santa Felicidade foi ampliado.

Nota-se a manutenção de valores e tradições arraigados desde a fundação da Colônia, percebidos em certos padrões como o ambiente mais familiar, menos formal, e de proximidade com o cliente.

A tradição é refletida no conservadorismo observado no setor, marcado por empreendimentos familiares que são geridos por distintas gerações de uma mesma família. Entre os entrevistados está a Família Madalosso que detêm em Santa Felicidade seis empreendimentos, sendo os restaurantes: Velho Madalosso, Restaurante Madalosso, *Famiglia Fadanelli*, *Mezza Notte*, Dom Antonio, e a panificadora *PaniCiello*, refletindo o trabalho constante de três gerações (MORI, 2019). Da mesma forma, são mantidos por três gerações os negócios da Família Trevisan, proprietários dos Restaurantes Cascatinha e *Castello Trevizzo* (RESTAURANTE CASCATINHA, 2020). A mesma situação foi observada nas empresas de vinhos, Dall'Armi; Durigan e Adega Caliarì. Igualmente, no trabalho com o vime, a empresa Artesanato Tulio & Ferro.

Ao retomar o embasamento teórico, conforme defendido por Jepperson (1991), percebe-se através dos dados analisados uma tendência à manutenção das instituições anteriormente elencadas. É possível argumentar com base nas fases de institucionalização propostas por Lawrence, Winn e Jennings (2001), que esse setor turístico-gastronômico já passou pelas etapas de inovação e difusão, e atualmente encontra-se legitimado, conferido por uma regra formal, em virtude da Lei municipal nº 15123, conforme será discutido na seção 4.3.3, correspondente as práticas sustentadas no pilar regulativo.

Constata-se nesse pilar cultural-cognitivo que, a mudança institucional gradual decorreu de fatores de ordem social; fenômeno natural (especificamente nos vinhos); e ainda aqueles de natureza tecnológica.

Dessa forma, as mudanças provocadas por fenômeno natural (peste) e por ordem social (urbanização) impactaram negativamente na agricultura e no comércio da produção colonial, fazendo com que essas atividades desaparecessem. Atualmente as empresas de vinho e vime, se comparadas aos restaurantes, assumem caráter secundário, diferentemente das primeiras décadas da Colônia, em que ocupavam posição central.

4.3.2 Práticas sociais suportadas por elementos de natureza normativa

Em relação ao pilar normativo, este possui como base legitimadora regras moralmente aceitas (SCOTT, 2008). Assim, foram identificadas práticas sociais suportadas nesse pilar.

Principalmente nas primeiras décadas, na Colônia, a Igreja se tornou uma instituição, sendo responsável pela manutenção do comportamento religioso das famílias italianas. Essa instituição normativa teve sua consolidação com base no tripé família, religião e trabalho. A Igreja manteve as diretrizes quanto ao catecismo, manutenção de costumes e educação, que permanecem valorizadas até hoje. Nesse sentido a religião é a base legitimadora dessa instituição. No entanto, é necessário ainda considerar que não se tratam apenas de comportamentos moralmente aceitos, mas também como padrões dados como certo, transitando também entre o pilar cultural-cognitivo visto em Scott (2008). As falas a seguir ilustram esse contexto:

[...] não fosse a igreja, taria totalmente desvirtuada [risos], taria pior do que tá hoje, sabe. Eu acho que ela é um instrumento muito importante, ela da base né. E ainda se mantém muito a tradição que se tem aqui. Se existem as festas, é por causa da igreja [...] (ENT-10).

era o centro da [risos], era o centro das reuniões, das discussões, das briga, era aonde o pessoal se reunia. Não tinha outro local, porque eles eram muito religiosos né, então a missa, a igreja era um lugar sagrado, que todo mundo iria [...] (ENT-6).

[...] era o Padre que comandava Santa Felicidade. Era o padre, o delegado, nós tinha um delegado aqui que se chamava Lucio Vieira [...] . Mas o padre participava de bastante coisa. Ele fazia bastante coisa se ele podia assim, sabe (ENT-13).

No entanto, o ENT-1 menciona “o padre, o sacerdote era uma pessoa sempre reverenciada com respeito. [...] Então assim ó, a religiosidade era muito forte, mas a comunidade ela se expandiu por si só”. Por sua vez, o ENT-6 considera que a figura do padre já não é vista com a mesma intensidade de antes. No entanto, em relação ao papel da igreja comenta “eu acho que eles conservam muito aqui, eles conservam” (ENT-6).

Muito disso, como já visto anteriormente, são reflexo das ações de empreendedorismo institucional de criação e manutenção das Festas da Uva e do Frango, Polenta e Vinho.

Foram encontradas ainda práticas associadas à ética nos negócios. Conforme relatado em Maranhão (2014, p. 123):

conhecemos muito bem o trabalho dos nossos amigos proprietários do restaurante... Um trabalho sempre voltado para bem servir a sua freguesia, um trabalho de fôlego de muitos anos. Conhecemos também o caráter e finura destas pessoas, há mais de 25 anos e de maneira nenhuma poderemos admitir que fomos taxados de qualquer adjetivo que venha a denegrir a excelente imagem que possuem. Um acidente de trabalho que pode acontecer a qualquer um de nós, não deve ser motivo para especulações. É uma verdadeira injustiça [...].

A unidade de contexto acima faz alusão ao fechamento temporário de um restaurante, efetuado em virtude de uma intoxicação alimentar. Nesse contexto, a autora menciona a existência de duas relações concomitantes entre os restaurantes: a concorrência e o estabelecimento de relações solidárias. Essa relação torna-se plausível uma vez que a reputação de um empreendimento interfere diretamente no setor como um todo (MARANHÃO, 2014). Inferindo-se nesse caso, o respeito mútuo e as relações de proximidade como base legitimadora.

Ainda nesse pilar podemos analisar o comentário do pai do ENT-4, que embora não tenha sido abordado nas demais entrevistas, vale a reflexão. A consideração foi feita em relação ao descarte de resíduos, que mesmo não se tratando de uma lei, percebe-se a obrigação social. Conforme:

[...] daí tem a parte dos recicláveis né, que eu tenho que dá a destinação pro óleo de cozinha, pra vidro, plástico, tudo. Então a gente tem umas empresas [...] que vem recolhe. [...] não é uma exigência, é uma exigência meio que informal, mais tem sabe isso aí (ENT-4).

Outro aspecto já abordado durante a seção 4.3.1 (Festa da Uva) mas que vale recapitular, se refere ao comentário do ENT-7 quando menciona que embora exista a obrigatoriedade de uma nutricionista na Festa, acima disso, há muito zelo e cuidado no preparo dos alimentos. Isso reforça o aspecto moral na condução do evento.

Por último, a ação de empreendedorismo institucional de criação da ACISF deu sequência a prática de associativismo, à medida que o comércio local foi se associando. Com o crescimento do setor turístico-gastronômico, ao longo de sua fundação a associação ganhou representatividade enquanto instituição.

Entre algumas das vantagens de ser um associado está o acesso ao crédito financeiro, consultoria jurídica, convênios e parcerias (ACISF, 2020a). Outro indicador é a normatização de condutas. Mais recentemente, por conta da pandemia da Covid-19, a ACISF tem fornecido diretrizes aos empresários do setor para minimizar os impactos sofridos (discutidos adiante, na seção 4.4), conforme mostra a Imagem 7.

Imagem 7 – Foto de reunião da ACISF com entidades e sindicatos do setor de alimentos e bebidas, para a definição de normas de reabertura dos empreendimentos (2020)



Fonte: ACISF. Reunião. Curitiba, 2020b maio 06. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/acisf_sanfe/?hl=pt-br. Acesso em: 08 maio. 2020

Em relação às parcerias, a ACISF mantém relacionamento com a Prefeitura; IMT; Associação Comercial do Paraná; Secretaria de Estado e Justiça (Ney Leprevost); IPPUC; SICOOB Sul; e mais recentemente, em 2020, foi estabelecida

parceria com o Sebrae. O ENT-8 ainda comenta que embora a ACISF não possua parceria com a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL) e com a Associação Brasileira de Bares e Casas Noturnas (ABRABAR), enquanto presidente possui relação de amizade com os dirigentes dessas associações, e com isso a troca de informações.

Contudo, durante as entrevistas foram encontradas diferentes percepções sobre a ACISF, divergindo a fala tanto do presidente em comparação a de alguns empresários, como também entre os próprios empresários. Essas relações são abordadas a seguir.

O presidente da ACISF ao comentar sobre a atuação da entidade menciona que o número de associados tem aumentado, e considera que as empresas têm procurado a ACISF. Ainda segundo o entrevistado não há resistência das empresas em se associar a eles.

[...] hoje a gente tem 123 associados aqui no Bairro né, a gente tem um grupo de coworking né, que se chama ACISF *Network*, que os associados eles trocam mensagens ali, divulgam suas empresas. E também a gente tem, agora eu sou do conselho da ACP, da Associação Comercial [referência a Associação Comercial do Paraná], Comércio Vivo, e tô ajudando bastante trazendo mais novidades pro Bairro aqui, né. E acredito que [...] a ACISF ela se preocupa também pela parte cultural aqui de Santa Felicidade [...] como na parte [...] empresarial [...] e a gente tem bastante materiais na associação, não só de network, mas por exemplo, a gente aluga salas, a gente faz o intermédio junto [...] a prefeitura, ao governo, pros empresários aqui, tentando trazer mais oportunidades para o comércio local (ENT-8).

Nesse sentido, considerando a amostra do estudo, dos 5 restaurantes entrevistados 1 não é associado; das 3 empresas de vinho, nenhuma é associada (mas 1 manifestou interesse); carpintaria e artesanato não são associados; já a loja de chocolates é associada.

Assim, alguns empresários relatam suas percepções:

[...] eles conseguem fazer aquela união dos comerciantes aqui dentro, [...] e quanto mais tu tá associado numa coletividade, tu consegue trazer mais resultado. E consegue, sei lá, uma campanha junto com a prefeitura, junto com alguma coisa, porque às vezes eu consigo também, no natal a gente conseguia algum coral, algum evento, alguma coisa pra trazer aqui, através da associação e através da prefeitura. Que daí eles tem contato mais fácil com a prefeitura também né (ENT-15).

[...] eu acho que é uma associação importante aqui pro Bairro, até porque as pessoas, porque assim, o núcleo aqui de Santa Felicidade todo mundo se conhece, as famílias se conhecem né, então eu acho muito importante

ter essa associação ativa pra pode traze benefício pra gente. [...] eu sei que ao longo dos anos sempre foi uma coisa que o pessoal apoiava porque era nossa representação, digamos assim né (ENT-4).

[...] a gente não participa muito, até deveria participa mais da ACISF [...] Mas eu tenho visto algumas coisas que eles fizeram pelo Bairro, pra remodelação de umas coisas assim, que funciona, funciono. Nós somos associados da ACISF. A gente só não, não tem uma participação, tipo de i em assembleia, i em reuniões assim. [...] eles tem advogados à disposição, esses profissionais assim que a gente precisa sempre à disposição, a gente nunca preciso. Então eu não posso te dize assim ó 'não adianta nada porque a gente preciso e eles não ajudaram', a gente nunca preciso graças a Deus, né. Talvez algum restaurante por aí tenha precisado, eles tenham usado bastante. Mas, de você dize assim 'nossa, que legal isso foi a ACISF que fez' é bem, bem difícil (ENT-5).

No entanto o ENT-2, embora seja associado, tem a percepção de que os resultados ainda são limitados:

[...] o esforço às vezes eles fazem. Às vezes é o próprio empresariado aí que não, não, sabe. Olhe, [...] eu vô se sincero, ultimamente não, já teve épocas que a gente participava e tal, mas devido ao poco resultado e tal, [...] Mas, a gente não desmerece o trabalho deles, é um trabalho bonito (ENT-2).

Já o ENT-1, que foi associado até 2018, sinaliza:

[...] ela foi muito boa a associação, e ela esvazio [...] digamos assim ó, nos últimos dez anos ela foi obsoleta. [...] não vi mais função [...] perdeu a característica inicial, tá. Sem crítica a ninguém tá. Ela tá aberta. Tem lá, mas perdeu a característica inicial que era você auxilia o Bairro [...] uma função representativa. E aí o que acontece, o Bairro deixa de ser unido. Cada um toca o seu negócio por si.

O ENT-8 informou que a ACISF não realiza reuniões para associados, ocorrendo apenas entre os membros da diretoria, a cada 15 dias. A associação promove eventos, como palestras e treinamentos para os associados. Nesse sentido, as informações convergem. Com exceção ao ano de 2020, em virtude da pandemia.

[...] eles convidavam, sempre davam um jantar de confraternização [...] alguém de fora faze palestras, isso eles tinham. Acho que dá pra conta, mais ou menos, de uns dois em dois meses, sempre tinha alguém de fora que vinha faze palestra de alguma coisa, ou sobre segurança alimentar, ou sobre EPI's, sabe? Voltadas à atividade dos restaurantes (ENT-5).

[...] então, eu não participo das reuniões [...] porque eu não, nunca tive muito interesse, nunca fui muito inserido a isso. Mas eu sei que eles fazem bastante reuniões, e sempre tão querendo repassa o que eles decidem, o que eles conversam, pras outras pessoas. Então assim, a informação ela está presente, se a pessoa vai ou não pega a informação, aí eu acho que é do interesse de cada um (ENT-4).

[...] bastante treinamento sobre vendas [...] é que como eu moro longe, eu não venho pra cá. Mas eles tem bastante reuniões, palestras, eventos. Aquela parte cultural, informativa, empresarial eles tem. Isso é benéfico. O pessoal eu vejo no grupo [referente ao grupo do Whatsapp] [...] eles participam bastante [...] geralmente tinham um mês, às vezes duas dentro do mês, [...] eles conseguem palestra do pessoal da associação ou alguém que vem dá palestra, ou coisa de saúde, ou alguma coisa de eventos, alguma coisa relacionada com vendas, alguma coisa voltada pros empresários (ENT-15).

Através dessas unidades de contexto é possível perceber certo grau de fragilidade desse associativismo. Por um lado, existe um desencontro entre o que a associação se esforça em promover e o que de fato é percebido pelas empresas. Por outro, também se verifica em alguns momentos o baixo engajamento dos empresários em participar, e em promover articulações no setor. O cooperativismo que existiu na formação da Colônia não se percebe atualmente. No entanto, não se pode descartar o fato das empresas estarem bem estabelecidas, e assim atualmente demandarem a associação em menor grau.

Observa-se que, as práticas no pilar normativo apareceram em menor quantidade quando comparadas ao pilar cultural-cognitivo, isso ocorre em grande parte, pois muitas das práticas cognitivas estão inculcadas por aspectos morais e prescritivos.

O Quadro 14 apresenta uma síntese das práticas sociais suportadas no pilar normativo, decorrentes de ações de empreendedorismo institucional identificadas na seção 4.2.

Quadro 14 – Práticas sociais suportadas por elementos de natureza normativa em decorrência das ações de empreendedorismo institucional.

Ações de empreendedorismo institucional (seção 4.2)	Práticas sociais relacionadas	
Construção da Igreja Matriz; Criação da Festa da Uva; Criação da Festa da Uva.	Religiosidade; Costumes; manutenção das festas.	Pilar Normativo
Surgimento das fabriquetas de vinhos; surgimento dos primeiros serviços voltados a refeições.	Comportamento ético (reputação);	
Criação da ACISF	Associativismo	

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir da análise de conteúdo de documentos e entrevistas (2021)

Assim, identificados até aqui os elementos de ordem cultural-cognitiva e normativa, a próxima seção é destinada a análise dos elementos regulativos.

4.3.3 Práticas sociais suportadas por elementos de natureza regulativa

No pilar regulativo (SCOTT, 2008), cuja base da legitimidade é definida por algo legalmente sancionado, foi possível identificar a desinstitucionalização de antigas práticas, bem como o surgimento de novas práticas sociais decorrentes de mudanças impostas pela legislação.

De acordo com o ENT-1, entre os anos de 1950 a 1960 o Restaurante Cascatinha servia paca por encomenda, no entanto devido a proibição do abate desse animal a prática foi interrompida. Da mesma forma, nessa época era comum que famílias proprietárias de restaurantes criassem frangos em suas residências para serem abatidos e servidos aos clientes. Conforme pode ser visto em:

[...] nós comprava o frango vivo, ele me trazia, eu tinha uma cerquinha lá atrás no Velho [referência ao Restaurante Velho Madalosso], ele me largava lá os frango, e nós matava. Matava, depenava, tal. [...] daí na sexta-feira eu contratava uma senhora, ela vinha lá fica o dia todo matando frango pra sábado e domingo [...] (ENT-13).

[...] o meu pai e a minha mãe tiveram um restaurante em 60, 1960 mais ou menos, que era assim [...] nos fundos do restaurante, a minha mãe ca minha tia, com outras mulheres ali [...] funcionárias, matavam galinha, depenavam, faziam a galinha [...] mas isso em 1960 [risos] (ENT-5).

Contudo, assim como a paca, posteriormente essa forma de criação e abate doméstico foi proibida para fins comerciais, conforme explica o ENT-1:

e então aqui como, nós éramos autossuficientes. Aí veio essa modernização, inclusive de urbanização, e legislação trabalhistas né. Que que tivemos que fazer? Terceirizar tudo né. [...] Se você cria um frango, você pode abate doméstico, mas você não pode abate comercial. Você tem que ter um veterinário, um selo né, dum órgão federal. Então ninguém mais abateu frango, você compra de um frigorífico. O nossos hortigranjeiro nós compramo pronto. Nós não temo mais. Nós temos fornecedores. As pessoas trazem aqui a mercadoria pra nós, do mesmo jeito que nós fazíamos [...] (ENT-1).

O espaço temporal delimitado pelo ENT-1 é reforçado pela fala do ENT-3 “não, nunca abatemos frango. Sempre compramos de abatedouros”, cujo estabelecimento data de 1965.

Com o passar dos anos os estabelecimentos gastronômicos ficaram sujeitos as regras formalmente impostas pelo governo municipal. As ações de saúde pública em Curitiba iniciam no ano de 1963, e posteriormente em 1986 é criada a Secretaria Municipal de Saúde (SMS). Na sequência, a partir de 1990 é iniciada a estruturação da Vigilância Sanitária¹⁶ (VISA) em Curitiba, sendo municipalizada em 1992 (SMS, 2020). Assim, o direito de funcionamento dos estabelecimentos ficou condicionado ao cumprimento de ações em conformidade com as estipuladas pela VISA.

Nesse sentido, de acordo como o *site* da SMS (2020), são efetuadas ações de eliminação ou mitigação de riscos à saúde e à segurança alimentar, ao inspecionar estabelecimentos como restaurantes, pizzarias, churrascarias, lanchonetes, feiras, entre outros. Cujo efeito pode ocorrer em caráter educativo, ou tendo como objetivo a “[...] emissão de parecer técnico sanitário para liberação de alvará de localização e funcionamento de estabelecimentos de interesse à saúde, emissão de licença sanitária [...]”. Para tal, são observados:

[...] a estrutura e instalações físicas, recursos humanos, fluxos e rotinas técnico-operacionais que envolvam: pessoas, materiais, artigos, utensílios, máquinas, equipamentos, insumos e resíduos, bem como as condições de higiene e limpeza, que tragam segurança aos produtos e serviços prestados (SMS, 2020).

As unidades de contexto a seguir expressam as exigências e apontam as práticas adotadas, controladas através do chamado manual de boas práticas:

[...] a nossa cozinha é toda de aço inox, [...] como nós compramo quase tudo pronto, não tenho mais manipulação, não precisa ter mais açougueiro, isso, aquilo, tudo já vem. Então o bacon vem, corta ali manual, fígado corta manual, a moela manual, asa tá montada, o peito de frango, a coxa corta em três pedaço, mais é uma pessoa ali, um rapaz fica ali, é fácil. Mas a polenta é feito ali [...] depois que a gente teve a nutricionista, se torna mais fácil ela cobra dos funcionário. Quando era aquela diferença entre patrão e empregado, é complicado. Ela nã. Ela vem aqui, ela faz as palestra, ela é contratada para que o restaurante funcione perfeito [...] dentro da legislação. [...] não tem câmara fria hein, só freezer, freezer. [...] cada um tem uma temperatura individual né, cada um. Isso que a nutricionista vê né, as temperaturas. Outro detalhe aqui né, tudo tem manual de boas práticas, tudo. Tudo tem relatório. Tudo tem etiqueta. Todo produto onde é armazenado dentro, uma lata de aço inox tem que ter o rótulo dele. Rótulo do produto que veio. Cada fração, digamos assim, se tem 18 kg dentro, vai ter lá um rótulo do produto embalado, daquela amostragem, tudo

¹⁶ Os entrevistados utilizaram como sinônimos os termos ANVISA e VISA. No entanto, embora similares, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) é uma autarquia federal (MINISTÉRIO DA SAÚDE, 2021). Por isso, ao constar o termo ANVISA compreenda-se VISA.

amostragem, todo. Tudo tem que ter manual de boas práticas e manual de temperatura, tudo preto no banco, tudo que manda a legislação, tá. Aí que a nutricionista quando chega aqui, ela vai fazer a vistoria [...] vai fazer a polenta, tem que etiquetar, a lasanha, tudo com etiqueta. Tudo tem etiqueta de fabricação. Essa é a diferença de antes e depois, tá. É você etiquetar os produtos, tudo com data de validade, quando foi feito. Porque vende não vai, porque aqui o giro é rápido né (ENT-1).

nossas normas são básicas né, higiene, Vigilância Sanitária, você tem que ter todos os padrões incluídos né. Se tem que ter com o teu sistema de vigilância, sistema de meio ambiente, delegacia de ordem social, você tem que ter dentro de um local que você possa explorar o teu ambiente, com as leis de saúde, de silêncio, com as normas exigidas pra você exercer a atividade fim que se tá né (ENT-3).

[...] a gente tem uma nutricionista, ela não vem aqui todos os dias, mas ela está presente sim, semanalmente com a gente, pra justamente acertar algumas coisas que precisa da vigilância, ou com os funcionários, ou questão do alimento, e tudo mais, que ela [...] dá esse suporte pra gente (ENT-4).

a ANVISA, o corpo de bombeiros, que é o normal que fiscaliza as instalações né, basicamente são esses dois, que é pra restaurante esses dois que são né. É a ANVISA, que dentro da ANVISA eles pedem várias coisas, desde o EPI dos funcionários, até a quantidade de luz que tem nos ambientes, a quantidade de barulho que tem nas máquinas pros funcionários usarem o fone de ouvido, que tudo a gente tem. É manual de boas práticas pra cozinha, isso é exigido; todo o ano você tem que, é porque tem o alvará né, de funcionamento da ANVISA. Então você faz todo ano, você pede pra eles virem [...] fazem a vistoria, eles vêm, vistoriam tudo o que tem que vistoriar, normalmente falta sempre alguma coisa que escapa aqui, escapa ali. Essa casa é uma casa velha, então às vezes tem ali um azulejo que solta, um piso que levanta, aí sempre tem. E graças a Deus foi sempre obra estrutural mesmo que a gente teve que fazer [...] porque manual de boas práticas a gente tem, a minha filha é nutricionista, ela que assumiu agora, e antes nós tínhamos nutricionista direto, que isso é uma lei também, que você tem que ter um nutricionista dentro do restaurante, ou pelo menos não dentro, mas que [...] trabalhe pra você, que acompanhe [...] então a lei é essa, tem um nutricionista. E a gente cuida de tudo direitinho, [...] uma vez por ano vem a ANVISA, faz vistoria, anota o que precisa fazer, te dá 30 dias pra fazer, pra arrumar, se [inaudível] quebrado, ou se falta documento, ou se falta às vezes fornecedor que tem tem que dá a licença sanitária, que cada fornecedor tem que dá a licença sanitária. Esse tipo de coisa que uma vez por ano você vai atrás, pega deles, e entrega pra ANVISA [...] (ENT-5).

Na fala da ENT-5 observa-se que além da documentação exigida para os restaurantes, é necessário que os fornecedores que abastecem essa cadeia de serviços também estejam de acordo com as mesmas regras. Conferindo assim legitimidade ao campo organizacional.

Conforme citado nas falas anteriores, o acompanhamento de nutricionista faz parte das exigências da VISA. Dessa forma, verifica-se a presença do isomorfismo normativo associado à profissionalização, conforme preconizam

DiMaggio e Powell (2005). No entanto, os autores mencionam que a presença desse tipo isomórfico é um fator que pode contribuir para a elegibilidade de contratos públicos ou privados, já no caso do Polo Gastronômico de Santa Felicidade essa obrigatoriedade regulativa (SCOTT, 2008) de um profissional nutricionista, corresponde à própria elegibilidade do funcionamento desses restaurantes.

Além da Vigilância Sanitária, as empresas de vinho mencionaram a atuação de outro órgão fiscalizador, o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), conforme relata o ENT-2:

Vigilância Sanitária é com relação à higiene, também tem a vê. Também nós temo a parte onde que a vigilância cuida também né. Mas, no caso dos vinhos, o órgão responsável é o Ministério da Agricultura né. [...] a gente tem que ter o registro, tudo bunitinho, é fiscalizado [...] é um órgão fiscalizador muito positivo. Por que que ele é positivo? Porque ele faz com que o produtor cada vez mais melhore a qualidade do vinho. Então isso foi uma benção essa fiscalização, porque antes você fazia um vinho dentro das especificações, o outro colocava corante lá e vendia igual. Então né, graças ao Ministério da Agricultura hoje os vinhos brasileiros tem uma qualidade muito melhor [...]. Hoje o enólogo quando chega a uva, ele já sabe o grau que tá a uva, e no processo todo entende, são feita diversos análises até o vinho ser liberado para o consumo. E tudo obedecendo o Ministério da Agricultura [...] (ENT-2).

Nesse sentido, em relação à exigência de profissionais, no caso das empresas de vinhos o MAPA define a obrigatoriedade do profissional enólogo. Percebe-se que tanto na exigência de nutricionista como na de enólogos, estes estão presentes no campo devido a questões de ordem regulativa, que foram assumidos através de pressões isomórficas normativas. Assim muitas vezes são contratados profissionais terceirizados. No entanto, em relação aos demais profissionais do campo, utilizando aqui como exemplo os garçons, foi verificado que não seguem a mesma dinâmica de contratação.

Dessa forma, o pilar preponderante nas demais contratações (garçons; auxiliares de cozinha; outros) não é o regulativo, mas sim o cultural-cognitivo. A contratação é realizada por indicação; por serem conhecidos; ou ainda por interesses da organização.

Sobre isso, o ENT-1 comenta “[...] nossos garçons todos são aqui da etnia italiana de Santa Felicidade, não é discriminação, eles são nossos vizinhos. Eles entraram aqui rapaizinho. Eles tão há 45 anos trabalhando aqui [...]”. Já a ENT-5 relata:

[...] a gente sempre procura indicação dos próprios funcionários, né. [...] ‘fulana você tem alguém?’, ‘ah eu tenho uma mocinha que eu conheço que tá precisando trabalha’. Tráz, vem, faz experiência, entende. A gente já trabalho com o RH, aqui na igreja tinha, não lembro o nome, agora não consigo lembra, mas não conseguiu encaixa, não deu certo. Porque se pedia pra virem e as pessoas não viam, ou se vinham já vinham sabe com má vontade, então a gente prefere indicação [...] do que pega gente de fora (ENT-5).

Os treinamentos em grande parte são informais, ocorrendo no dia a dia. Conforme visto em ENT-5 “ela tem que aprende ou o ponto da carne, ou o que vai naquele prato, sabe. [...] o molho [inaudível] fazemo tudo aqui, mas como servi né, aquele prato à *La carte*. Então o treinamento é tudo aqui”. Da mesma forma a ENT-13 explica:

[...] entra um garçom [...] ele vai fica junto com dois ou três garçom dos mais velho. Nos primeiros dias ele só recolhe a loja suja, leva pra cozinha, recolhe o copo, tira toalha. E daí ele vai indo assim, sabe. Ele vai aprendendo junto com os garçom que trabalha aqui [...] (ENT-13).

[...] é que assim ó, todo mundo que entro aqui trabalha, entro como auxiliar né. Por exemplo, dentro do salão, ele vai servi bebida primeiro né. Vai servi bebida, vai tira as loja, [...] ele não é garçom, ele é auxiliar. Garçom demora pra ser garçom. Demora. Na cozinha, é limpeza geral, né. Vai lá, limpa loja [...] passa na máquina né. Nós temos uma máquina de lava loja [...], esteriliza com álcool [...]. Depois que vai devagarzinho entrando. Tem lá o procedimento pra entra no fogão, um procedimento assim de hierarquia. Onde você vai primeiro, devagarinho [...] pra pessoa se adapta e a gente não perde os produtos né. Que demora também pra faze frituras, cozimento (ENT-1).

[...] a pessoa quando ela é contratada [...] vem direto aqui conosco. Aí tem o nosso enólogo que orienta ela sobre é, porque a pessoa não conhece nada de vinho, e isso leva 30, 60, às vezes 90 dias pra pessoa, então a gente fica próximo dela. As meninas mais velhas que já tenham mais experiência ajudam, auxiliam, e a pessoa no dia a dia ela vai aprendendo [...] (ENT-2).

Em relação a essa temática o presidente da ACISF comenta o interesse em promover uma escola de garçons:

[...] até eu tinha que fala com o pessoal do Veneza, dos outros restaurantes, se ele tem uma escolinha de garçom, porque é muito importante. A gente tem uma ideia de faze uma escolinha de garçons na ACISF né, pro cara saí de lá podendo trabalha nos restaurantes. [...] uma ideia que tá no meu papel, também na minha gestão [...] eu queria faze, uma escolinha de garçons (ENT-8).

Quanto a questões mais burocráticas e documentais, a Prefeitura mantém como exigência o alvará de funcionamento. Algumas empresas devido ao tempo de atuação possuem alvará permanente. Como é o caso, por exemplo, do ENT-3 “[...]”

nosso alvará é aquele alvará único, desde 1965. Mas, que você tem que mante os padrões pra que ele esteja em vigor, [...] todas as exigências que eles têm né”.

Foi também mencionado pelos entrevistados, a atuação do Corpo de Bombeiros como um agente fiscalizador. Conforme verificado na fala do ENT-1:

[...] o bombeiro veio aqui e exigiu um monte de coisinha, poucas coisas, a única coisa foi mais no gás, que preciso fazer uma parede¹⁷ muito grossa, extensa né, 15 cm de concreto. Tudo foi feito, e se adapto. Já tinha extintor, já tinha tudo. Aí já tinha saída de emergência, [...] foi umas coisas assim que a gente nota que foi pro bem do Bairro [...] (ENT-1).

Outro fiscalizador presente é o ECAD, uma instituição privada, responsável por arrecadar e distribuir valores referentes a direitos autorais musicais, amparados pela Lei Federal 9.610/98 (ECAD, 2021). Atuando nos restaurantes de Santa Felicidade devido à realização dos eventos.

[...] temos uma coisa que nos incomoda, [...] taxa de ECAD pra fazer evento. Na verdade tem que, a gente paga, mas [...] seria quem faz a festa que pagaria isso. Daí isso é uma fiscalização que meio que permanente [...] (ENT-4).

Existem ainda normatizações quanto as questões trabalhistas. Assim, alguns estabelecimentos precisam criar uma Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA). Pontua o ENT-1:

[...] nós não passamos de 1.000 metro. Olha, o que é você se ambienta. Você não pode passar de 1.000m², o restaurante tem 995. Se você passa de 1.000 metros, você entra numa outra faixa, [...] número do funcionário, tudo envolve isso né.

Como visto até aqui, a atuação destes atores (VISA; MAPA; PMC; Corpo de Bombeiros; e ECAD) ocorre através de mecanismo formal, como visto em Scott (2008), por tratar-se de ações monitoradas que determinam as regras para o funcionamento destes empreendimentos. Cujo não cumprimento está sujeito a sanções punitivas. Assim, correspondem ao isomorfismo coercitivo, que Dimaggio e Powell (2005) atribuem comportamentos em virtude de adequações legais.

Dessa forma, as práticas suportadas por este pilar, como emissão de documentos; contratação de profissionais especializados; entre outras providências, são decorrentes de uma pressão do contexto, e não das ações de

¹⁷ Trata-se do local, das paredes, onde os botijões ficam armazenados.

empreendedorismo institucional. São fatores *top-down* exercendo pressão de configuração no campo organizacional.

Por outro lado, o pilar regulador pode capacitar comportamentos, sem no entanto estar atrelado a questões punitivas (SCOTT, 2008). Logo, o isomorfismo coercitivo (DIMAGGIO; POWELL, 2005) funciona como forma de pertencimento, observado nas duas leis a seguir.

A Lei Municipal nº 13.035, de 16 de dezembro de 2008, declara a ACISF como entidade de utilidade pública (CURITIBA, 2008). Conforme relato de Reiss (2008) disponível no *site* da ALEP “a ACISF desenvolve programas que visam o fortalecimento e o bem-estar da comunidade, como, por exemplo, o projeto que instaurou o uso de gás natural nas cozinhas dos estabelecimentos gastronômicos de Santa Felicidade” e complementa “[...] tem como finalidade social a defesa das atividades empresariais de seus associados, o fortalecimento do regime econômico e mercado da região, assistindo seus associados e os representado judicial ou extra judicialmente”, enfatizando o papel desempenhado pela ACISF.

Essa lei foi expressiva para o setor uma vez que confere legitimidade à ACISF enquanto associação atuante junto ao setor comercial de Santa Felicidade, representando assim o empresariado local.

Por fim, a Lei Municipal nº 15.123, de 27 de novembro de 2017 (CURITIBA, 2017b) instituiu o Polo Gastronômico de Santa Felicidade, cujo objetivo é a promoção da atividade econômica, atração de investimentos, divulgação, entre outras ações voltadas ao fomento do setor. Refletindo diretamente nas ações de empreendedorismo institucional desenvolvidas ao longo da formação do Bairro, as quais foram incorporadas e ganharam concretude através dessa lei.

Contudo, foi percebido que no caso do Polo Gastronômico, essa lei pode ser considerada apenas como um reforço legal, uma vez que esse Polo já estava institucionalizado muito antes do sancionamento dessa lei. Nesse sentido, a legitimidade de um campo nem sempre está atrelada a questões regulativas ou normativas. Em Santa Felicidade a legitimidade encontrada no pilar cultural-cognitivo (SCOTT, 2008) é reforçada através de comportamentos miméticos (DIMAGGIO; POWELL, 2005) observados ao longo dessa pesquisa.

Desta forma, constata-se que as práticas sociais observadas no pilar regulativo, são imperativas, provenientes de pressões, em sua maioria inerentes ao contexto institucional, uma vez que as agências reguladoras encontram-se no nível da administração pública municipal/federal. Outro aspecto observado é que embora Scott (2008) atribua pesos iguais para os três elementos institucionais (culturais-cognitivos; normativos e regulativos), na prática, considerando esse objeto de estudo, ouve predomínio de ações suportadas no pilar de natureza cultural-cognitiva, devido a grande influência histórica-cultural da região e dos atores envolvidos. O Quadro 15 apresenta o compilamento de práticas encontradas no pilar regulativo.

Quadro 15 – Práticas sociais suportadas por elementos de natureza regulativa em decorrência das ações de empreendedorismo institucional/fatores *top-down*

Ações de empreendedorismo institucional (seção 4.2)	Práticas sociais relacionadas	Pilar Regulativo
*** Nesse caso, não estão associadas as ações de empreendedorismo institucional, mas sim a prevalência de fatores <i>top-down</i> .	<ul style="list-style-type: none"> - Emissões de documentos diversos, como por exemplo alvarás e licença sanitária; contratação de profissionais especializados (nutricionista/ enólogo). - Cumprimento de determinações estipuladas pela VISA; MAPA; Corpo de bombeiros; PMC; ECAD. - Vistorias periódicas. - Terceirizações. 	
Criação da ACISF	A manutenção dessa ação empreendedora culminou no reconhecimento da associação, através da Lei municipal 13.035/2008 (utilidade pública).	
Surgimento das fabriquetas de vinhos; surgimento dos primeiros serviços voltados a refeições.	A partir do somatório de elementos culturais, normativos e regulativos, a vocação gastronômica local é incentivada através da Lei municipal 15.123/2017 (Polo Gastronômico de Santa Felicidade).	

Fonte: Autoria própria, elaborado a partir da análise de conteúdo de documentos e entrevistas (2021)

4.4 COVID-19: Evento precipitante ou processo de desinstitucionalização?

Como visto até o momento, o campo organizacional está inserido dentro de um contexto maior, designado pela teoria como contexto institucional (SCOTT, 1987; SCOTT, 1992; FONSECA, 2003; SCOTT, 2008; MACHADO-DA-SILVA; FONSECA, 1996). Até aqui, muito foi dito sobre elementos de ordem regulativa, normativa e cultural-cognitiva, que dinamizam tanto o campo (central a este estudo), bem como

ao contexto (mais amplo). Com o surgimento da COVID-19 e sua disseminação em nível mundial, inúmeras e constantes mudanças estão alterando a dinâmica social. Entre elas, mudanças de ordem sanitária; legislativa; e econômica, que impactam, por exemplo, em novos hábitos de consumo.

Em relação ao Brasil, especificamente, em 03 de fevereiro de 2020 “o Ministério da Saúde declara a covid-19 como uma emergência de saúde pública de importância nacional”, sendo o primeiro caso relatado no país poucos dias depois, em 26 de fevereiro (AGÊNCIA BRASIL, 2021). Frente a esse cenário pandêmico, as nações tem se esforçado, em maior ou menor grau, para propor e executar inúmeras ações que objetivam salvar vidas e mitigar os impactos gerados pela pandemia.

Essa contextualização é necessária, pois o andamento dessa dissertação coincide com tal período. Sendo assim, paralelamente, foram observadas alterações no Polo Gastronômico de Santa Felicidade durante o período pandêmico. Assim, intencionalmente, as entrevistas foram realizadas ao final de 2020, buscando uma melhor compreensão sobre este fenômeno, ao indagar os entrevistados sobre as influências e adaptações do novo momento.

O objetivo foi verificar, além das práticas sociais que evoluíram ao longo da formação do Polo Gastronômico, se a partir das ações de empreendedorismo institucional de enfrentamento à pandemia, as novas práticas sociais identificadas possuem tendência de configurar apenas como adaptações temporárias; ou se apresentam indicativos de uma possível desinstitucionalização de práticas anteriores, em vigor até 2019; ou ainda se existe a intenção de agregá-las as já existentes, não correspondendo então a uma ruptura.

Diferentemente das seções (4.3.1; 4.3.2; e 4.3.3) em que existe um espaço temporal que permite identificar padrões institucionalizados, uma vez que a mudança institucional dificilmente representa um processo abrupto, optou-se em apresentar os achados referentes ao cenário de 2020 em seção à parte, sendo tratadas como tendências, analisadas a partir das narrativas dos entrevistados. A opção se deu também em virtude da grande quantidade de dados sobre esse período, uma vez que ao contrário das seções anteriores, as quais necessitavam um resgate histórico, no caso da pandemia, os dados emergiram constantemente por tratar-se do momento presente.

4.4.1 Alterações e impactos provocados pela pandemia

Atráves das entrevistas constatou-se a influência de um contexto institucional mais amplo pressionando o campo organizacional, estando fortemente submetido a aspectos de ordem regulativa, que ditam regras claras quanto ao funcionamento dos estabelecimentos durante a pandemia.

Nesse pilar foram observadas influências em nível Federal, Estadual, e mais intimamente ligado ao campo organizacional, à esfera municipal, representada principalmente pelos atores Prefeitura Municipal de Curitiba e Vigilância Sanitária, responsáveis por monitorar os decretos municipais que ditam regras específicas para esse momento.

No decorrer do ano de 2020, entre algumas das imposições definidas por meio destes decretos, constituindo os elementos de ordem regulativa (SCOTT, 2008) e mecanismos de mudança do tipo isomórfico coercitivo (DIMAGGIO; POWELL, 2005) estão a: limitação da capacidade de atendimento, inerente à necessidade de distanciamento social; permissão ou proibição para funcionamento, ditando regras quanto a fechamentos temporários, bem como definindo dias e horários autorizados; determinações sobre o formato permitido de atendimento, por exemplo, salão aberto, ou apenas *delivery e drive-thru*; proibição da realização de eventos; entre tantas outras providências; além, é claro, de toda normatização quanto a regras sanitárias específicas para este cenário. Sendo as normativas ajustadas de acordo com o nível de contágio da população, estipuladas através de bandeiras específicas.

Com relação às regras sanitárias, os entrevistados foram questionados sobre as adaptações necessárias para manter-se em funcionamento, relatando assim o uso de álcool em gel; uso de máscara facial; obrigatoriedade do distanciamento social; proibição de *buffets*; além de precauções com os funcionários; por exemplo.

Em relação a essas exigências, os entrevistados comentam:

[...] se adequa as necessidades de higiene que a Vigilância Sanitária pediu. Distanciamento, bandeiras [...] álcool em todas as mesas, na entrada. Rigoriedade lá na parte da cozinha, exame médico, atendimento, qualquer coisa fica afastado, não vem trabalha. Então a parte da Vigilância que toco forte a gente. Tanto pro nossos funcionários, quanto pro nossos clientes (ENT-3).

distanciamento, álcool em gel, máscara né. Tudo essas coisara da que eles pedem aí. [...] a gente tá seguindo todos os decretos que eles exigem e mais um pouco ainda (ENT-9).

[...] aqui todo o expediente quando começa, se tira a temperatura dos funcionários, na pandemia [...] (ENT-1).

No entanto, a fala da ENT-5 chama atenção ao fato das normas impostas pela Vigilância Sanitária já estarem institucionalizadas no setor, com a pandemia o que ocorre, em grande parte, são adaptações, conforme:

[...] sanitária é a máscara e por álcool em gel tipo assim, na porta, no caixa. Porque na parte interna nossa, nós já trabalhamos com álcool em gel fazem trocentos anos. É uma norma da ANVISA. [...] Então o que a gente adapto foi: diminuí o espaço; o álcool em gel; as máscaras né, que a gente obrigo todo mundo usa máscara, todos usam máscara, desde a cozinha, a pizzaria, açougue, entrega em domicílio, todos usam máscara; e o álcool em gel mais pontual né, que aqui dentro tem 2, 3 lugares que tem álcool em gel [...] inclusive nos banheiros sempre teve álcool em gel, então adaptação, nesse caso, foi muito pouco que a gente teve que fazer, Graças a Deus (ENT-5).

Para além das adaptações, as novas restrições sanitárias são relatadas, conforme sinalizam ENT-5 e ENT-15:

[...] nós tínhamos o buffet por quilo, que a pandemia daí não podia mais fazer buffet, bem no começo, agora deixaram voltar mas com alguns protocolos né (ENT-5).

[...] a gente fechou todos os brinquedos, tirou os brinquedos que tinha lá fora, não colocava as mesas, restringiu mais pra fecho, mais também os brinquedos a gente fecho tudo, não deixava mexer. A casinha, que tem a casinha ali pra brincar, também a gente fecho, não deixa utilizar. As mesas a gente não colocava lá fora, o espaço aqui também não era utilizado, só ficava dentro da loja, comprava e ia embora. E tudo que era servido era descartável. Que daí não consumia também aqui (ENT-15).

Os entrevistados foram indagados sobre os fechamentos realizados no começo da pandemia, nesse sentido ENT-12 relata:

[...] tivemos que fechar 47 dias né, 30, não foi 37. Foi 20 na primeira fechada, mais 17 na segunda né. Então, isso aqui parecia um deserto. Mesmo depois quando retomo, 'ah pode trabalhar das 10 às 4', ficava aqui, mas ficava aqui só eu. Porque não entrava ninguém, o povo tava com medo né, tava assustado (ENT-12).

A ENT-15 comenta “fico aqueles dois meses praticamente fechada, aqueles 15 dias lá fico. Depois não fico, depois volto, vai, volta, fecha sábado, e fecha domingo. Aqueles dois meses se for conta assim, fico fechada mesmo”. Da mesma forma a ENT-13 sinaliza “nós fechamos alguns dias bem aqui. Fechamos acho que

uns, fico fechado quase um mês, quando começo né, quando começo”. O ENT-9, neto da ENT-13, comenta: “fechamos. Sim. Uns 15, 20 dias mais ou menos. Mais, tá loco, 40 dias. [...]”.

Quando perguntado aos entrevistados se o motivo do fechamento foi decorrente de um decreto ou por decisão própria, estes declaram que:

não, foi susto mesmo né. Todo mundo fecho, a gente fico nessa né. O do 17, foi. O do 17 foi decreto, foi decreto. Agora dos 20 primeiro não, foi medo mesmo. Todo mundo começo a fecha, aquele negócio, morre todo mundo, morre todo mundo, a gente fica com medo né (ENT-12).

as duas coisas. Porque daí também tu tá aqui, também tem família, as funcionárias também tem família, tu não sabe o quê que ia acontece. A gente achava que não ia demora tanto tempo assim. Então também, tu fica com medo, porque tu não sabe o quê que tá acontecendo. A gente fecho, abre um poquinho, fecha de novo, não funcionava nos fim de semana. [...] Porque complica pro teu lado, não é fácil tu deixa ali também funcionário, os cliente também ficam assim com medo, então a gente fico nesse abre e fecha, abre e fecha, abre e fecha, que deu bastantinho tempo (ENT-15).

Já a ENT-13 comenta “eu acho que foi um decreto que teve”. No entanto, percebe-se pela fala do ENT-9 que mesmo diante de um cenário conturbado, à medida que o contágio aumentava os elementos de ordem normativa (SCOTT, 2008) também ganhavam força no campo, conforme pode ser percebido na narrativa “a gente fecho, o Grupo Madalosso resolveu fecha, daí a gente fecho. Todo mundo. Fechamos no mesmo dia”, fazendo referência a todos os estabelecimentos que a Família Madalosso possui. E complementa:

a gente fez uma reunião, viu que começo a dá muitos casos tal, 15 de março a gente se reuniu aqui no escritório, nossa família, e falo ‘vamos fechar pra dar exemplo pra Curitiba’. O Madalosso fechando o pessoal vai fala ‘nossa caramba, fecho’, e daí a gente fecho (ENT-9).

Similar ao posicionamento do ENT-9 tem-se a fala do ENT-7, que enfatiza:

[...] na verdade é uma coisa muito simples né, porque tem o decreto, não deixa, e [...] sendo igreja a gente tem que ser exemplo né, não vai ser contra né. Então a igreja obedece e também da mesma forma que veio o decreto do governo ou estadual ou municipal, também saiu um decreto da Cúria, e nós como igreja [referência a Cúria Metropolitana de Curitiba] obedecemos né. Então, digo, é simples assim [risos] (ENT-7).

Dessa forma tanto nas unidades de contexto do ENT-9 e do ENT-7, descritas anteriormente, além dos elementos encontrados no pilar regulativo (SCOTT, 2008), também é reforçado o dever moral, a necessidade de ser “um bom

exemplo”, que de acordo com o autor (2008) é a base legitimadora do pilar normativo.

Esses relatos falam muito também sobre a legitimidade do campo (MEYER; ROWAN, 1977), que para além de fatores regulativos e normativos, incluem a força que os elementos de ordem cultural-cognitiva (SCOTT, 2008) exercem nesse polo, uma vez que, frente à situação de incerteza causada pela pandemia, principalmente em sua fase inicial, os pares rapidamente adotaram posicionamentos similares, reforçando o mecanismo mimético visto em DiMaggio e Powell (2005).

Ao longo do ano 2020 várias alterações sobre os horários e dias de funcionamento oscilaram, conforme relato do ENT-3 (realizado em 02/12/2020) e a da ENT-13 (em 18/12/20):

[...] nos últimos quatro meses, nos últimos dois meses começo aumenta o nosso trabalho, o nosso movimento. Nas últimas duas semanas caiu terrivelmente por causa das normas que, as atitudes que tiveram que ser tomadas e tal, e o próprio povo fica consciente [...] (ENT-3).

[...] depois devagarinho fomo abrindo, fomo abrindo, e agora o prefeito, por exemplo, domingo foi fechado aqui o Madalosso, agora esse domingo vai abri, mas daí no final do ano, os dois últimos domingo do ano não vai trabalha. O prefeito mando fecha (ENT-13).

Além dos fechamentos, foi perguntado sobre a necessidade de limitar o número de clientes dentro dos espaços, nesse caso o ENT-12, loja de artesanato, diferentemente dos restaurantes, argumenta “ah não. Não, não preciso porque assim se pode vê aqui, entra um, compra, entra outro, compra”. Isso se deve à característica dessa empresa, no qual o fluxo diário de pessoas é menos constante. O ENT-12 ainda explica que os próprios clientes também mantinham cautela, e aguardavam para entrar na loja. Em momentos mais críticos o empresário menciona que “daí aqui na época de pandemia mesmo assim, [...] eu colocava um negocinho, aí a turma já olhava e tal”, se referindo ao controle adotado para o distanciamento.

Buscou-se ainda entender como a mudança dos decretos chegava até os estabelecimentos, se havia ou não uma articulação entre empresários, associação, prefeitura e demais atores do setor. Como exemplo, são apresentados os relatos dos entrevistados 4 e 5:

olhe, a gente, se pode pôr que isso aí nós tamo totalmente perdido. A prefeitura tá perdida, porque eles mudam a cada 15 dias. [...] mas nós temos a ABRASEL [inaudível], que é o nosso sindicato assim de coisa, que

cuida disso daí. Então eles ficam em cima. Só que tá assim, uma maneira assim, você não sabe se vai acontecer, daí eles dão um dia, dois dias antes, por exemplo, esse final de semana, nós ficamos sabendo quinta-feira à noite que sexta-feira ia ter um [...] que não ia mais ter evento. [...] nós não recebemos um comunicado oficial de ninguém. Tudo pela imprensa, a gente fica sabendo pela imprensa (ENT-4).

[...] a gente tá sempre de olho em rede social mesmo. [...] Então, não tem nenhum órgão que mande pros restaurantes assim ó 'vamos fazer isso', isso não tem. Você tem que tá sempre ligado com a prefeitura, site da prefeitura pra ver o que vai saindo. [...] se bem que, como a gente tem a rede social, e pela prefeitura, não é tão difícil. RPC também [...] nos veículos de comunicação, de notícias. Daí fica mais fácil né (ENT-5).

Uma das exceções foi a ENT-15, que relata “[...] a ACISF sempre informo pelo grupo do *WhatsApp*”. Da mesma forma, a Associação foi indagada quanto sua atuação na divulgação das informações, assim o ENT-8 responde:

[...] até as mensagens que eles me passam da situação das bandeiras tal, eu encaminho nos grupos, é tudo pela ABRASEL, daí eu faço uma mala direta pro ACISF *network*. E tudo que a gente pode auxiliar, junto ao órgão de Prefeitura, Secretaria é Secretaria da Saúde, essas coisas, a gente passava tudo no grupo [...] (ENT-8).

Em geral, a comunicação ocorre através da imprensa e das mídias sociais. Embora ACISF e ABRASEL tenham sido mencionados, foi constatado uma baixa articulação entre os atores do setor, e ainda uma insatisfação quanto à falta de parametrização adotada pela prefeitura.

As mudanças observadas provocaram inúmeros impactos negativos, apontando para problemas relacionados, por exemplo, à redução do número de atendimentos; redução da produção; queda de faturamento; necessidade de demissões e afastamentos temporários.

Em relação à queda do número de atendimentos, são apresentados a seguir alguns relatos:

[...] o atendimento né, caiu. [...] nós temos clientes fiéis. Que sempre vem. Entende. [...] e daí com a pandemia, é, alguns acho que morreram. Teve alguns que a gente sentiu falta que não apareceram mais (ENT-10).

[...] no final de abril, o movimento todo mundo caiu 70%. O nosso público idoso desapareceu, que é risco. Então se você servia cem pessoas, se serviu trinta. Olha que baque hein. Por exemplo, na pandemia a gente tem 120 cadeira daqui de dentro. Obvio né, que não precisa tanta mão de obra né. Se serve menos, se serve menos, com menos despesa, com menos funcionário, e uma que também o fluxo é menor né, não tem tanto movimento. E nós vivemos de bolha né. Ó, por exemplo, hoje que nós

estamos no último fim de semana de novembro, já decretaram bandeira de novo amarela, não laranja, amarela, é (ENT-1).

Da mesma forma o ENT-4 comenta que o número de pessoas atendidas, considerando atendimento no salão e eventos, antes da pandemia girava em torno de 18.000 a 22.000 pessoas/mês, oscilando agora entre 5.000 a 6.000 pessoas/mês.

Por sua vez, a anciã Flora Madalosso, entrevistada no dia 18 de dezembro de 2020, discorre “[...] o movimento baxo bastante, baxo bastante”, e ainda fez uma projeção para o mês, comparando ao quantitativo atendido em 2019 no período equivalente. Os números contrastantes revelam uma queda brusca, conforme:

[...] o ano passado, em dezembro, nós servimos 76.800 pessoas. Só no mês de dezembro. Esse ano, por causa da pandemia, caiu pra mais ou menos, não sei se vai chega, não sei se vai chega a 40 mil pessoa. [...] Vai chega umas 30.000 pessoas só (ENT-13).

A ENT-13 fez menção também ao Dia das Mães que em 2019 atingiu o público de 4.850 pessoas. No entanto, em 2020, nessa data comemorativa o restaurante estava fechado.

Concomitantemente a queda de atendimentos, a redução na produção é pontuada. De acordo com o ENT-9 “42 toneladas de frango por mês a gente gasta aqui, nas épocas boas, o Madalosso. Hoje a gente tá gastando em torno de 16 toneladas aí, mais ou menos”. No caso das empresas de vinho, o ENT-14 relata que a produção anual de quentão foi interrompida “o ano passado [2019], mais ou meno, [...] um 50 mil litro [...] esse ano nem um, nem um pingo [...]”.

Conforme abordado anteriormente, entre as práticas institucionalizadas estão os eventos (4.3.1). Com a chegada da pandemia e obrigatoriedade do distanciamento social, a suspensão dos eventos estava entre as primeiras medidas dos órgãos regulativos.

No caso da Paróquia, em fevereiro de 2020 foi possível realizar a 62ª Festa da Uva de 2020, mas em seguida, com a chegada da pandemia e a proibição dos eventos, a realização da 38ª Festa do Frango, Polenta e Vinho, que deveria ocorrer em julho de 2020, foi cancelada (ENT-7).

Entre os restaurantes, foram extensos os comentários sobre o prejuízo acarretado pela falta de eventos. Conforme observa-se nas falas dos entrevistados 3; 4; 9; e 1.

antes da pandemia [...] nós trabalhávamos muito com eventos né. Não esqueça que foi proibido. Então, parou-se, zerou-se. De março até agora, acabo (ENT-3).

[...] eventos tinha muitos assim, e como a gente tem cinco salões, a gente conseguia atender bastante eventos nos finais de semana né. Então foi uma perda muito grande assim, muito, eu diria que caiu 70%, 60/70% assim por causa dos eventos cancelados (ENT-4).

nossa, o impacto foi brutalmente. Eventos que a gente não tá tendo, absurdamente, tipo 95% a gente perdeu (ENT-9).

[...] na pandemia o setor de eventos virou zero. Então se nós hoje não tivéssemos essa fatia de mercado do varejo, que é o cliente fiel, nós podia ter fechado as portas. Como tem vários que infelizmente tiveram que travar o ramo. Não que ele fecho, ele está temporariamente fechado [...]. Esse *Castello Trevizzo*, infelizmente, há 15 dias atrás tiveram que desativar. Porque ele é um lugar que não era varejo, ele era atacado, ele era de evento, e eventos não tem como sobreviver. Por um ano não tem como fazer festa. Então eles optaram por devolver a porcentagem dos eventos né que estavam contratados [...] (ENT-1).

Ao encontro do que o ENT-1 pontua, foi verificado no *Instagram* do Restaurante *Castello Trevizzo* (2020) o comunicado efetuado em 4 de novembro de 2020, informando tratar-se de um encerramento temporário das atividades, conforme:

prezados amigos clientes e fornecedores visando conter a transmissão e disseminação da COVID-19, decretos estaduais e municipais determinaram a paralização do setor de eventos em Curitiba. O @castellotrevizzo foi afetado ficando impossibilitado de realizar sua atividade principal. Foram meses em que procuramos nos reinventar e encontrar alternativas para manter a empresa em atividade. Após muito deliberarmos, decidimos SUSPENDER TEMPORARIAMENTE nossas atividades, tais como eventos, almoços de domingo e atendimento na modalidade *delivery*. Tal medida está sendo realizada com toda responsabilidade e ética, cumprindo todos os compromissos e obrigações. Agradecemos imensamente a todos que fizeram parte de nossa história ao longo de mais de 29 anos! Não estamos dizendo Adeus, apenas Até logo! (RESTAURANTE CASTELLO TREVIZZO, 2020).

Além dos eventos efetivamente cancelados, os restaurantes relataram que em alguns casos foi possível adiar a realização, minimizando os impactos. Como por exemplo:

[...] era em maio mudo pra setembro, e daí agora mudo pra fevereiro, sabe. E vamo vendo assim, porque infelizmente não tem como sabe né (ENT-4).

[...] Nós mesmos temos um salão de festa com 500 cadeira, co nome Verona, esse ano de 2000 [referente a 2020] não teve nenhum evento, e não vai ter. Todos os eventos de porte médio e grande, eles foram transferido pra outro ano. Enquanto não tiver vacina não tem evento. [...] nesse Verona, nós temos aí o ano que vem [referente a 2021], era pra ser 24 casamento do Bairro. Foi postergado [...]. Todo mundo tá esperando a vacina, né (ENT-1).

Pela fala dos entrevistados foi identificado a importância dos eventos, e o forte impacto negativo que os decretos proibitivos ocasionaram. Os estabelecimentos tiveram que repensar suas atividades e buscar mecanismos para uma sobrevivência. No entanto estabelecimentos que tinham como única atividade a gastronomia para eventos, sabendo da gravidade da situação, desativaram seu funcionamento.

Na prática, além de todo o problema em nível global gerado por uma pandemia, alguns decretos não foram bem aceitos, principalmente no caso dos eventos, justamente devido a importância econômica que representam para as empresas do Polo Gastronômico de Santa Felicidade. O ENT-4 faz uma crítica às normativas, e também relata brevemente sua percepção quanto a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (ABRASEL):

[...] eu sei que agora na pandemia eles brigaram muito na questão dos decretos né, de pode deixo funcional aqui pra gente [...]. Porque algumas coisas a gente discordava de decreto da prefeitura, porque né fico meio ambíguo muitas coisas. [...] os bares já é outra coisa, porque acho que se ferraram muito mais, mas os restaurantes também acabavam entrando num pacote assim de tipo, de se senti preso assim, porque putz a gente não pode fazer isso, mas ao mesmo tempo daria sabe (ENT-4).

O ENT-4 ainda considera que há inconsistências nas normas, por isso sua discordância em relação a algumas decisões tomadas pela Prefeitura. Segundo ele:

[...] todos os órgãos sabem que todos os restaurantes em Santa Felicidade são grande, então nós podíamos ter mantido nossos eventos [inaudível] com bastante espaço, muito mais até do que eles estão pedindo né [...] um salão com 30% da capacidade. Eu tenho salão com 600 lugares, eu poderia fazer um evento de 200 pessoas. Não, eles não fizeram nada específico [...] pra todo o setor de eventos né. [...] Então eles sempre punham lá o 30%, ou um metro e meio, dois metros de distância, É uma pessoa a cada 9m². Até que há um mês atrás, o nosso sindicato conseguiu pra tentar fazer 50% da capacidade do espaço, mas não ficou bem certo isso aí sabe, tem erro [risos]. Na mesma lei, na mesma linha que estava escrito que pode 50% da capacidade, estava escrito respeitando distanciamento de uma pessoa a cada 9m². Na mesma linha. Só que daí não bate [risos]. Não bate (ENT-4).

No Polo Gastronômico de Santa Felicidade, não somente os restaurantes que sediavam os eventos foram impactados. O Vinhos Dall'Armi é um dos fornecedores de quentão para as feiras livres em Curitiba e festas juninas escolares. A partir dos decretos, esses eventos também foram proibidos.

[...] ma quando tem festa, agora com isso aqui [pandemia] non tem mais festa. [...] com essa praga aqui, non fizeram mais festa nenhuma. E eu tô com medo que esse ano [referência a 2021] também non vão faze (ENT-14).

No caso da ENT-15, loja de chocolates, a parte temática do empreendimento precisou ser interrompida:

[...] a gente sempre fazia eventos, ou então dentro do mês da páscoa a gente sempre fazia a hora do conto, o chá das princesas, a caça ao tesouro, no natal a gente sempre fazia os eventos do mês, dentro do mês, voltado pras crianças (ENT-15).

O ENT-8 lamentou também a impossibilidade de realização da festa em comemoração a imigração italiana, e comenta “a gente fez as festas de 140 anos da imigração italiana, a ACISF teve barraquinha lá, foi maravilhosa a festa, o nosso caixa hoje da ACISF é graças a essa festa, sabe”.

Conseqüentemente por conta de todas as variáveis apresentadas até aqui, os empresários puderam pontuar uma visão geral da situação, conforme:

[...] esse ano tá uma negaçõn por causa dessa pandemia né. Estrago tudo pro vinho, pra restaurante, pra tudo (ENT-14).

Então na verdade foi assim ó, foi muito difícil pra gente, por quê? Porque a gente perdeu o movimento aqui de Santa Felicidade em 70% mais ou menos. 75% a gente tava fazendo as contas [...] (ENT-8).

[...] o restaurante sobrevive, pago, demos férias coletiva no primeiro mês, pago férias adiantado, nunca demos férias coletivas, pagamos férias pra todo mundo. Segundo mês recebe pra ficar em casa. Terceiro mês abrimo, tamo aí. Aos trancos e barrancos. Ó, estamo feliz hoje que não vai fecha domingo. Fecha perto do natal, domingo, começa tudo de volta, fecha domingo, e faze *drive-thru* só, é terrível [...] (ENT-1).

então foi caótico né [risos], foi um momento assim, está sendo um momento muito difícil né. [...] tivemos que fecha, isso foi uma coisa inédita pro restaurante, 35 anos [inaudível], ano que vem faz 35, nunca fecho desse jeito né [...] então foi uma coisa que ninguém sabia direito como agi (ENT-4).

Durante a pandemia, foi relatado também o fechamento em definitivo de uma churrascaria, conforme pontua o ENT-8 “[...] com essa pandemia, fecho o

Churrascão Colônia [...]”, e ENT-13 “que era do gaúcho, que é lá embaixo [...] perto do portal. Fecho aquele [...]”.

Os acontecimentos interromperam também, ainda que momentaneamente, algumas melhorias que estavam em vista, como relata o ENT-2:

[...] e agora devido a pandemia, nós íamos compra mais máquina, só que pra isso se tem que i nas fera [feiras] de Milão, e agora não tá tendo sabe [...]. Por isso que agora a gente deu uma segurada. Até porque a gente não sabe né o que vai acontece com o problema da pandemia, fecha, abre e fecha e tal. Porque nós precisamos ainda tem umas duas máquinas que precisam ser descartada, e coloca duas máquinas novas pra supri a demanda né [...] (ENT-2).

Igualmente, a ENT-5 aponta sobre aparatos tecnológicos:

tem coisas que falta ainda automatiza, a gente não tem aquela comanda da mesa, que o garçom manda direto pra cozinha, isso a gente ainda não tem. [...] a gente só não implemento por conta, caímos de novo na pandemia né. Que deu esse problema, mesmo financeiro. E um programa desse pra você trabalha, pra automatiza tudo, é muito caro. Precisa? Precisa. Mas não tem condições, por enquanto de faze isso, por conta dessa parte financeira (ENT-5).

Quanto ao ENT-10, a empresa está numa fase de remodelagem tanto em questões estratégicas (produtos, comercialização), como física (estrutura), mencionando que:

[...] na verdade se não fosse a pandemia e toda essa é, nós estaríamos com a coisa bem adiantada. Mas daí agora tivemos que bota a mão no freio, segura um poco [...]. Porque era um barracão assim, sabe (ENT-10).

No caso da Paróquia, o ENT-7 comentou que a pandemia influenciou o processo de restauração pelo qual a igreja está passando “nós paramos co restauro por causa dessa falta de recurso também das festas né, que estaria sendo injetado também aqui, no restauro da igreja”.

Diante de todos os problemas, foi registrada ainda a ocorrência de demissões e afastamentos temporários, conforme pode ser visto em ENT-1 “esse meu primo ali no *Trevizzo*, ele tinha 60 funcionário. Foi baixando pra 40, foi indo, foi indo, agora na hora de fecha tinha 24. Todo mundo perdeu o emprego [...]”.

Ao inquirir sobre a redução do quadro de funcionários, o ENT-2 explicou que possuem dois prédios ao longo da Avenida Manoel Ribas. Em um deles está localizado a fábrica e o administrativo da empresa (nº 6.169), local em que antes da

pandemia podiam ser agendadas visitas guiadas, com a capacidade delimitada para grupos de 20 a 30 pessoas/por visita; e a loja para atendimento ao varejo (nº 5455), onde ocorre a comercialização dos produtos. De acordo com o entrevistado, somente no varejo, em épocas como o final de ano, em que o fluxo de visitantes é muito grande, contam com mais de 60 funcionários. Atualmente, considerando as duas unidades, esse número gira em torno de 50 pessoas. Assim, as regras impostas pelos órgãos competentes também influenciaram a quantidade de colaboradores. O ENT-2 explica:

[...] nós dávamos degustação de queijos, salame, vinhos e tal. Então tinha que ter uma estrutura maior, daí depois tinha que lava a taça, aí você tem que atende das 8 às 22 horas [...], aí era muito grupo de turismo que nós atendiamo. Então hoje é menos né, hoje fico limitado né [...]. [...] nós tínhamos aqui bastante *freelancer* tudo, tivemos que é, o funcionário a gente diminuiu o mínimo possível, a gente manteve quase todos sabe, agora os *freelancer* infelizmente não tem como mante né (ENT-2).

Ainda em relação às visitas guiadas, o ENT-2 menciona que precisam seguir diretrizes do MAPA, conforme:

[...] uma visitação restrita e guiada. Por quê? Porque nós temo que obedece regras do Ministério da Agricultura, entende. [...] o vinho é muito delicado sabe. O vinho ele tá lá, a pessoa vai, bate no vinho, não pode sabe. O vinho quando ele tá fermentando ele tem que fica lá em repouso, quetinho, entendeu. Então, é por isso que a gente, não é que a gente proíba de, mas é, não é uma i lá e começa a bate, abri tonel [...] (ENT-2).

Retomando, o ENT-3 também relatou afastamentos temporários e pedidos de autodemissões feitos por alguns funcionários. Já o ENT-4 relata que antes da pandemia o quadro de funcionários girava em torno de 100-115 pessoas, reduzindo para 70. Dessa diminuição, aproximadamente 30 funcionários foram demitidos, e os demais estão com contrato suspenso. Em menor quantidade, a ENT-5 menciona que a redução foi de aproximadamente 10 funcionários, caindo de 50 para 40, em que “na verdade demitido mesmo é, a gente acabo não demitindo. E tinha [inaudível] experiência, a gente só não efetivo né. Um ou outro foi demitido [...]”.

No caso do maior restaurante da região, o ENT-9 relata “uns 140 funcionários a gente demitiu, mais ou menos” e complementa ainda sobre os afastamentos, “alguns garçons que tão na área de risco aí, que a gente gosta muito deles, não só a gente, mas como os clientes [...] eles tão afastado”.

Por outro lado, o ENT-12, empresa de artesanato, menciona que embora a pandemia tenha impactado financeiramente, uma vez que houve queda nos atendimentos, diferentemente das outras empresas não houve demissões, pois desde janeiro de 2020 somente ele e a esposa trabalham no estabelecimento.

No caso dos chocolates, a ENT-15 relata que antes da pandemia empregava 8 funcionários, com a imposição do novo cenário o quadro foi reduzido para 3. Até que, atualmente, gradativamente reestabeleceram o quantitativo inicial.

Até o momento, se percebe a força do ambiente institucional, considerado por Scott (1992) como uma das facetas do contexto institucional, pressionando mudanças. Ademais, tanto Scott (1987), como Machado-da-Silva e Fonseca (1996), argumentam a importância de observar a influência desse ambiente tanto em nível amplo como imediato. Com base nessa indicação, a seguir são apresentadas as ações implementadas/intensificadas durante o período pandêmico nesse eixo gastronômico, podendo ser percebidos também, na medida do possível, um esforço pela busca de competitividade, conforme a noção de ambiente técnico de Scott (1992).

4.4.2 Novas ações e a intensificação de velhas práticas

a) *Drive-Thru*:

Entre as ações exequíveis, permitidas pela lei, estava o atendimento em sistema *drive-thru*, uma prática que não fazia parte da rotina dos estabelecimentos de Santa Felicidade. Mas, aos poucos foi aderida.

[...] sistema *drive-thru*, não podia nem entra aqui. As pessoas viam nós tínhamos que dispensá-las, porque não podiam atende (ENT-3).

[...] como nós era obrigado a fecha domingo, nós fizemos *drive-thru* [...] (ENT-1).

De acordo com um dos sócios do Madalosso, Lorenzo Madalosso [...] além do *drive-in*, o Madalosso está investido em outras frentes, como adesão aos sistemas de *delivery* e *takeaway*, que deverá ser mantido mesmo após a pandemia. Para atender nos dois sistemas, o restaurante também está criando um aplicativo próprio para atender o Velho e Novo Madalosso. 'Até o final do mês, estas novidades devem estar disponíveis aos clientes' (RECH, 2020).

Por se tratar de uma nova prática, inicialmente houve algumas dificuldades em sua execução. Entre elas, o ENT-1 relata a inexperiência quanto à agilidade demandada no processo, e a precificação do serviço.

[...] no primeiro domingo deu 122 carro, fora o que não pudemo atender. Porque a gente não tinha uma noção de rapidez né. No outro domingo se adaptamo, podia vim 100, chama *drive-thru* né, podia vim 100 carros que nós já tava com o esquema pronto, hã! Fizemo uma linha de produção, eu cuidei do fogão, o restaurante fechado não tinha garçom, os garçom ficaram em casa, o meu filho ficou com a minha senhora entregando a comida, eu fiquei na cozinha comandando, e um ficou tirando o pedido no carro. [...] *drive-thru* sempre vai existir. Porque agora nós temo um preço de referencia, uma tabela. Antes a pessoa vinha busca uma sopa aí, um risoto com caldo, você não sabia como cobra (ENT-1).

Outrossim, o ENT-4 relata:

[...] o *drive-thru* também foi uma das coisas que eu implementei, inclusive, porque imagina, domingo a gente atendia 1.000 pessoas por domingo, daí não podia abri nos domingos. Teve muito decreto que teve que podia abri dia de semana, mas não podia abri domingo. Então a gente teve que se reinventa. E uma das coisas que era possível, era o *drive-thru*. Era o *delivery* e o *drive-thru* né. Então a gente acabo fazendo *drive-thru*, e a gente faz até hoje nos domingos né. Isso foi uma coisa que se manteve porque a gente viu que as pessoas durante a pandemia elas preferem vim. E o nosso *drive-thru* não é uma coisa rápida, não é um *fast-food* né, mas mesmo assim ele é útil, porque as pessoas muitas vezes não querem saí do carro né (ENT-4).

Por outro lado, mesmo aderindo ao novo sistema, no caso do ENT-3 “é retirada de balcão e *drive-thru*, quando eles obrigam a gente a faze o sistema *drive-thru*”, é perceptível certa resistência quando comparado ao serviço de balcão, habitual nesse restaurante.

Chama atenção o fato de que, o ENT-7 comenta “e muito, quase certo que não vai acontece a da Uva agora de fevereiro de 2021 né, é não vai, já tá desmarcado”, porém passado um tempo foi divulgado no *Instagram* da Paróquia a realização da festa em sistema *drive-thru*, pela primeira vez nesse formato. De certa forma, esse repensar, pode indicar um comportamento isomórfico institucional do tipo mimético (DIMAGGIO; POWELL, 2005), visto que culturalmente foi se fortalecendo ao longo dos meses, e garantindo um mínimo de sobrevivência ao comércio local.

b) *Delivery*:

O serviço de *delivery*, embora já existente no Polo antes da pandemia, não era algo amplamente utilizado por todos os restaurantes, mas diante desse evento precipitante, configurou uma aposta acertiva e que, na maioria dos casos, foi extremamente relevante para o momento. Conforme observado em:

[...] uma das coisas que eu do graças a Deus que a gente tava um pouco mais preparado, é porque a gente implemento o *delivery* ano passado né [referência a 2019], co *iFood* e depois veio o *delivery* próprio. Então quando entro a pandemia, acabo crescendo, o aumento foi de tipo 300% no *delivery* sabe. É, e isso acabo segurando as contas assim de uma maneira que não sei o que seria se a gente não tivesse *delivery* sabe (ENT-4).

[...] pra gente foi uma coisa muito importante o *delivery*, que se a gente não tivesse feito o *delivery* eu acho que o rombo seria até maior. Uma coisa que a gente teve que se adapta né, uma evolução nova. Foi difícil no começo, mas hoje a gente tá tirando de letra, e [...] agrego muito (ENT-9).

Ambos, ENT-4 e ENT-9 desenvolveram aplicativo próprio, mas adotaram conjuntamente os aplicativos de outras empresas de entrega. Essa nova perspectiva, vai ao encontro do que Tolbert e Zucker (2014) abordam sobre a fase de habitualização, quando a institucionalização decorre de um processo de inovação, que pode ser proveniente de mudanças tecnológicas.

Diferentemente dos outros estabelecimentos que implementaram o *delivery* especificamente durante a pandemia, a ENT-5 menciona que já trabalhavam com este serviço a mais de 20 anos, e consideram-se pioneiros nesse aspecto “que se você for vê os antigos hoje, que começaram, foi dentro da pandemia. O Madalosso, por exemplo, começou entrega na pandemia, antes ele não tinha [...]”. No entanto, entre as mudanças, a ENT-5 sinaliza que passaram a utilizar o *iFood* mais recentemente, e durante a pandemia complementaram a entrega através do *Uber Eats*. Nesse sentido, o fato do serviço de *delivery* já estar internalizado nesse estabelecimento foi um diferencial. Pois quando questionados sobre o número de atendimentos relatam “tá mais ou menos igual, não tá muito diferente não. Porque por mais que tenha baixado no salão, na pandemia, a entrega aumento”.

E ainda expressa outra fala emblemática:

nós pegamos acho que foi uma semana. [...] foram poucos dias fechado e totalmente, só que a entrega em domicílio continuo, né. Então nós fechamos aqui o salão, mas a entrega nunca fecho. Então pra dizer que a gente fecho fechado, não teve nenhum dia. Se fico fechado foi um dia, por causa de adaptação [...]. Mas aí, dá pra conta que nem fico fechado (ENT-5).

Nem sempre a percepção sobre inovações são percebidas igualmente entre os pares, se por um lado este serviço foi considerado por alguns uma alternativa, para muitos estabelecimentos gerou questionamentos. Como bem retrata o ENT-1:

[...] se sabe que a gente viu na pandemia aí uma coisa terrível. O aplicativo, as pessoas comprando comida não sabe onde foi feito. [...] Isso aí ó, isso aí na pandemia o tal do *Uber* é, que veio no táxi, substituição de táxi, e o food que veio na comunicação, né o *food*, mudo o comportamento. Você não sabe de onde vem a comida. [...] não existe um nome, não existe um nome a zelar, é de qualquer lugar. A Vigilância Sanitária vai lá? Não, ela nem sabe que existe (ENT-1).

Fica explícito que toda a pressão de ordem regulativa e até mesmo normativa (moral), cujo Polo Gastronômico de Santa Felicidade está sustentado em termos de qualidade e credibilidade, é reduzido com esses novos entrantes, que não estão sujeitos às mesmas sanções, gerando uma insatisfação por parte daqueles que são constantemente fiscalizados. Outro aspecto observado na fala do ENT-1 foi a preocupação em imprimir a legitimidade dos restaurantes frente à comida de empresas informais que são entregues via aplicativo, e que não possuem a mesma procedência/fiscalização, com isso considerada ilegítima por aqueles estabelecimentos que se enquadram em suas obrigações sanitárias legais.

Outro aspecto levantado pelo ENT-1 se refere aos custos de operacionalização “sabe quanto leva um *iFood*, não? 27%. Se você, então digamo assim ó, se você cobra R\$ 100,00 de alimentação, o cara vai te cobrar R\$ 27,00 [...]”.

Há de se considerar ainda a relação do *delivery* de acordo com o tipo de produto comercializado. No caso dos chocolates, a ENT-15 relata que houve uma tentativa de implementação na pandemia. Conforme:

[...] a gente tento trabalha um pouco de *delivery*, mas daí é mais complicado, porque daí o pessoal que dá uma olhada no chocolate, porque o chocolate é uma coisa bastante visual né [...] o *delivery* ele funciona pra quem tá sempre no *delivery* [...] eu acho que mais comida assim que tu precise uma refeição, não uma sobremesa (ENT-15).

No entanto, devido à característica do produto e ao custo empreendido, a ação foi rapidamente descontinuada:

[...] e depois no *delivery* ele se torna mais caro, você faz a entrega, motoboy. Que nem esse chocolate, se é uma cesta, eu não consigo entrega com motoboy, eu preciso de carro. Se tu quisé assim também, não dá o

motoboy corre muito [risos], daí quebra o chocolate [risos] [...] não tem como entrega entendeu. Porque dependendo do tamanho, dependendo do quê que é o chocolate, não, é delicado. Então às vezes é, ele não pode sair a uma da tarde, pega cinco encomendas, entrega. O calor também, o quebra também não dá. Então o *delivery* pra mim não funciona muito legal. (ENT-15).

c) Balcão:

Foi verificada que a retirada no balcão, tanto antes como durante a pandemia, é algo restrito a poucos restaurantes (ENT-3 e ENT-5), “[...] porque pra levar pra casa tinha, né. Só chegava, e vinha busca. Isso sempre teve [...]” (ENT-5).

Mas para o ENT-3 a alimentação para viagem é extremamente relevante, pois já utilizavam e passaram a intensificar seu uso durante a pandemia, conforme o relato:

[...] nós temos um forte que se chama balcão, viagem aqui [...] diminuiu o atendimento nas mesas de clientes, mas aumentou-se a o sistema de viagem, de levar para a casa. Nós não temos o *delivery*. Nós temos só retirada no balcão, né. [...] não fosse à opção balcão pra manter as despesas, as dívidas, olha, não sei se nós estaríamos trabalhando hoje (ENT-3).

Ressaltando que em muitos momentos devido às determinações envolvendo a permissão de horários específicos e fechamentos nos finais de semana, o atendimento ocorreu somente via balcão (ENT-3).

d) Sequência; Fracionado; Prato Executivo:

Tanto os tradicionais rodízios, bem como o *self-service* observado em *buffets*, foram repensados em função dos decretos. Assim, alguns estabelecimentos relataram uma nova prática, que embora chamada de sequência por uns; fracionado por outros; ou ainda prato executivo; tratam-se da mesma essência. Seja ao contornar um decreto que proíbe a abertura de *Buffet*, seja para dar viabilidade econômica através de preços mais atrativos, e/ou reduzirem sobras de alimentos decorrentes da diminuição do número de atendimentos no salão.

O ENT-3 explicou a adoção do fracionado:

[...] até antes da pandemia nós fazíamos o rodízio típico italiano, você sentava na mesa, vinham todos os pratos da casa [...] Hoje vai um cardápio na mesa em que você escolhe o prato individualmente. Você só pega aquilo que você quer. Por quê? Porque antes aquele desperdício ia tudo pra ração animal, porque nós não podíamos nem doar. E quem quer o rodízio a gente ainda tem. Mas a gente força para que seja só o sistema fracionado. Pra que acabe aquela sobra que era o maior pavor que existia ver toda aquela comida que sobrava (ENT-3).

Igualmente, foi observada através do Instagram, a sequência de *fondues* (RESTAURANTE PETIT CHÂTEAU, 2020) e de frutos do mar (RESTAURANTE PEIXE FRITO, 2020).

Já a ENT-5 fez as considerações sobre o prato executivo:

[...] o que mudou bastante, foi que a gente começou a fazer uns pratos executivos. A gente mudou essa parte. A gente continuou com o nosso *à la carte* normal, entrega a domicílio do *à la carte*, o nosso *à la carte* não mudou em nada. Só que a gente tirou o *Buffet* e colocamos os pratos individuais. Que nossos pratos *à la carte* são todos pra duas pessoas, e o *Buffet* daí cada um se servia. Aí com a pandemia nós tiramos o *Buffet*, e pra individual nós sugerimos um prato executivo. É uma coisa que acabo dando certo porque o *Buffet* tem muito desperdício de comida [...]. E nesses pratinhos não tem desperdício. Por mais que você atenda um pouco menos de pessoas, mas o desperdício diminui a tal modo, que supre essas pessoas que não vem comer por causa do *Buffet*. [...] e tudo que sobra em *Buffet* tem que ir pro lixo. A ANVISA não deixa você aproveitar nada. Então eram bacias e bacias. [...] E hoje em dia financeiramente é inviável, e o desperdício de comida né (ENT-5).

Outro ponto que fica ainda em evidência nas falas dos entrevistados 3 e 5, é o elemento regulativo, burocratizado através da Vigilância Sanitária, que não permite o reaproveitamento de alimentos para consumo humano.

e) Plataformas digitais e mídias sociais: intensificação do uso

Além dos aplicativos utilizados para o *delivery* que foram mencionados nas entrevistas, os entrevistados foram perguntados sobre o uso de mídias sociais, entre elas *Facebook*, *Instagram*, e *site*. Tanto o ENT-1 como o ENT-3 relataram que a utilização desses canais sempre existiu, não mencionando a intensificação durante a pandemia. Por sua vez, o ENT-2 comenta que as mídias já eram utilizadas por eles, porém o uso foi ampliando durante o novo contexto, passando a comercializar seus produtos através de uma plataforma digital, o *e-commerce*.

[...] agora melhora mais né, porque com a pandemia o *e-commerce*, nós tivemos que começa a vende pela *internet* e tal, coloca plataforma, que ajuda pra mante [...] foi uma necessidade, nós tínhamos o atendimento é, nós vendíamos, mas não tinha uma plataforma sabe. Que a pessoa, a pessoa ligava, fazia as compras, nós mandava. Agora não, ele vai no *site*, ele já coloca o cartão tal, e a gente já manda o produto. Então a gente teve que cria uma plataforma pra, mais ágil, entende. Que deu resultado. Então sempre quando tem uma coisa ruim, vem uma coisa boa junto né [risos] (ENT-2).

Se por um lado o Vinhos Durigan investiu nas plataformas digitais como meio de comercialização, outros utilizam as redes sociais apenas para divulgação, como é o caso da Adega Caliari (ENT-10). Conforme o ENT-10, o *site* da empresa, embora recente, ocorreu um pouco antes da pandemia. Já a criação do *Instagram* se deu em razão desse novo momento. Nessa fase criaram kits para o Dia dos Pais e divulgaram através dessa nova ferramenta, uma alternativa diante do cancelamento da Festa do Frango, Polenta e Vinho, em que divulgavam e comercializavam os produtos da empresa.

como não teve a festa na metade do ano né, as vendas tinham sido parado, também tudo parado, então nós não, 'a gente tem que pensa em alguma coisa pra pode', ai que foi acionado mais essa, as redes [...] (ENT-10).

No entanto mencionam que não exploram muita a ferramenta pois “[...] as redes demandam um tempo, demanda alguém fica”.

Já o ENT-9 ao ser indagado sobre como era o trabalho de mídias sociais antes da pandemia, responde:

na verdade antes não tinha muito, sabe. Aí depois que começou essa pandemia a gente contratou uma empresa né, junto o meu primo Lorenzo, que veio aqui, da nova geração, junto comigo e minha prima Mariana também, eles contrataram uma empresa muito forte de *marketing*, e ele vem nos auxiliando muito, começo pelo drive ali, e hoje tá muito forte no *Instagram* [...] (ENT-9).

O ENT-9 mencionou ainda que a rede social *Facebook* e o *site* também são geridos por esta mesma empresa.

Já o ENT-12 passou a utilizar as redes *Instagram* e *Facebook* durante a pandemia, e ainda disponibilizou o número de *WhatsApp* no *Google*. Segundo o entrevistado, essas ferramentas tecnológicas são usadas apenas para divulgação dos produtos.

[...] turma me liga, ó hoje mesmo tô com três aqui, 'ah quero vê sino do vento', já mandei pra uma senhorinha, 'quero vê cortina', já mandei pra outro, 'ah amanhã vô aí, vô aqui, de tal dia', e aí vai. [...] porque eu atendo aqui muita senhora sabe, então pô, ela não vai se desloca até aqui no meio de uma pandemia. Ela vem pra compra um negócio certo né. Então eu já medi, eu meço tudo aqui. Mandam lá pra mim, 'o Paulo você pode me manda foto de tal coisa?' Mando. Mando a medida, mando o preço. 'Então veja, vô manda alguém busca'. Às vezes nem eles vem, vem outra pessoa busca, entende (ENT-12).

No entanto é possível inferir pela fala do ENT-12 que o *WhatsApp* vai muito além de apenas uma ferramenta de divulgação, podendo ser percebido como um canal de pré-venda.

A importância do uso do *WhatsApp* também foi destacada pela ACISF, que embora tenha adotado um pouco antes da pandemia, ao final de 2019, foi nesse novo momento que se constituiu como uma ferramenta de integração, pois uniu e promoveu maior interação entre os empresários associados, visto na fala:

[...] que antes a gente não via uma associação tão unida, por quê? Porque não tinha uma modernidade do aplicativo [...] 'ah a gente é associado, mas e daí como que eu faço?', 'ah, eu não tenho nada'. Agora a gente crio esse canal da ACISF Network [...] (ENT-8).

f) Promoções:

Em relação às promoções, foi possível verificar que a utilização de combos ocorreu em dois restaurantes de Santa Felicidade, no entanto com estratégias distintas. O Restaurante Madalosso utilizando para famílias; grupos maiores; e consumo dentro do salão; por outro lado, o Restaurante Cascatinha adotando como estratégia de viabilização de seu sistema *drive-thru*, através de preços atrativos. Conforme se observa nas falas:

a gente sempre teve promoções, mas agora a gente tem os combos aqui familiares, porque o quê que acontece, vem uma mesa muito grande assim, certo? Aí um cara que paga a conta. Pô, ele paga um valor alto né. A gente fez combos de 6, 10 pessoas aí, pra dá desconto pro pessoal (ENT-9).

[...] fizemos *drive-thru*. Fizemo um combo com a nossa comida, com preço popular, que pode comer 3 a 4 pessoas [...] (ENT-1).

Por sua vez, o ENT-4 sinaliza que durante a pandemia não houve nada novo em relação às promoções, uma vez que antes desse cenário já realizavam ações utilizando o *site* Peixe Urbano e o aplicativo Mobo.

g) Ações isoladas – Cinema *drive-in*; Natal; Alteração da marca:

O gigante Madalosso, que já era referência em inovação antes mesmo da pandemia, manteve-se em destaque nesse novo cenário. Entre as novidades, o Cinema *drive-in* e o Natal.

De acordo com o ENT-9 o Cinema *drive-in* é um projeto de pandemia, uma estrutura montada no estacionamento do Novo Madalosso, preparada para receber os clientes em seus carros, projetando filmes, e comercializando porções de polenta em substituição a tradicional pipoca (RECH, 2020).

O ENT-9 comenta sobre a ação:

[...] o cinema não deu lucro, o quê que aconteceu, o cinema deu muita mídia pra gente, muito *marketing*. Saiu no Fantástico, saiu em um monte de lugar, e pro pessoal não esquece o nome do Madalosso no na época da pandemia né (ENT-9).

Sobre o Natal a ENT-13 relata:

[...] Agora nós tamo fazendo nesse natal, tem quatro cantor mandado pela prefeitura, Prefeitura Municipal de Curitiba, seu Greca, mando quatro cantor. [...] eles ficam na frente, na janela de cima do salon da frente, cantando músicas natalinas, [...] fazem três, três sessões, de vinte e dois minuto cada uma. [...] tem um rapaz do lado que fala sobre o natal, sobre a prefeitura, sobre o Madalosso, sobre Santa Felicidade, tá sendo o maior sucesso sabe. [...] (ENT-13).

Além destas duas ações, na pandemia surge a marca Família Madalosso, unindo os Restaurantes Velho e Novo Madalosso, “porque ‘ah, o Velho e o Novo’, aí a gente quis fazer uma coisa só. Uma marca só, pra ficar bem forte” (ENT-9).

Conforme Rech (2020):

[...] conceito familiar focado não apenas no grupo que conduz os negócios, mas que inclui funcionários e comensais. De acordo com Lorenzo Madalosso, a ideia de incluir o conceito de família no nome dos restaurantes já existia antes da pandemia, mas o momento de isolamento social acabou sendo decisivo para o lançamento. ‘O momento em que estamos é de alta valorização da família e a gente percebe, depois de tantos anos, que a gente não é simplesmente empresa. A gente é uma grande família, que inclui funcionários e clientes’, diz Lorenzo. Ele lembra que alguns

colaboradores estão no negócio há quase 50 anos e que há clientes que frequentam o Madalosso desde que o local foi inaugurado.

Assim como o Madalosso, identificou-se que a Mansão Merano Eventos estrutura e gastronomia destinada a eventos sociais, também passou por reformulação durante a pandemia, sendo alterada para um novo conceito, Merano Gastronomia. O qual inclui: restaurante, café colonial, padaria e eventos (MERANO GASTRONOMIA, 2020).

Ao pontuar as novas práticas encontradas durante o período pandêmico, bem como a intensificação de práticas antigas, não foi constatada a desinstitucionalização de nenhuma delas, apenas suspensões temporárias em virtude dos decretos. Pois, retomando o conceito de Oliver (1992), a desinstitucionalização se caracteriza pelo enfraquecimento de práticas, situação que não foi observada nesse período. Ao contrário, ao decorrer do ano 2020, percebe-se que as novas práticas foram agregadas as já existentes no campo, como uma tentativa de manter em funcionamento os estabelecimentos do setor.

A partir dos dados gerados é possível inferir duas importantes considerações: a primeira, a existência de uma percepção positiva sobre as contribuições que as novas ações trouxeram; e a segunda, o interesse na manutenção de algumas destas ações, manifestado por alguns entrevistados.

4.4.3 Tendências pós-pandemia

Nesse sentido, a institucionalização das novas práticas pode ocorrer, caso verifique-se que ao final da pandemia elas sejam incorporadas em definitivo nas rotinas destes estabelecimentos.

Entre os tópicos abordados durante as entrevistas, estava o questionamento sobre a intenção de manter no pós-pandemia as ações que apresentaram funcionalidade e respaldo positivo. Assim, em relação ao *drive-thru*, o ENT-1 mencionou que possui interesse em prosseguir com o sistema, no entanto faz a ressalva:

nunca, nunca vai mais tirar. Mas estabelece horário. Por exemplo, domingo, [...] começa às 10h30 da manhã. Quando é meio dia se tiver, meio dia e quinze encheu aqui dentro, tem um painel enorme põe lá fora, lá na entrada,

tá escrito *drive-thru* só até meio dia [...] O objetivo nosso é na mesa [...] (ENT-1).

Assim, esse tipo de atendimento é considerado interessante se realizado de forma complementar, uma vez que o atendimento no salão é considerado o mais rentável, devido à comercialização de bebidas.

O ENT-2 afirma que “o *drive-thru* só se houve a necessidade da loja fecha e de nós atendermos o cliente lá fora”. Como se trata da comercialização de vinhos, para eles faz mais sentido a manutenção do *delivery*, através do *e-commerce*, o qual foi mencionado a intenção de mantê-lo pós pandemia. Igualmente o ENT-4 enfatiza sobre o *drive-thru* “vai continua enquanto as pessoas vierem atrás”, e ainda, demonstra interesse na continuidade do sistema *delivery*.

O ENT-3 considerou importante a manutenção do serviço de balcão e do fracionado, conforme:

vamos fazer votos que ela pegue mesmo, para que, fica mais em conta, mais barato pro cliente, e o desperdício que era uma coisa terrível né (ENT-3).

Entre as novidades surgidas na pandemia, o ENT-9 respondeu ter interesse em manter o *delivery* e o Natal. Já o ENT-12 confirmou a importância de manter as mídias sociais, especialmente destacando o uso do *WhatsApp*, ao argumentar que:

sim, tá ajudando sabe, porque, ah, é melhor você assim ó, antigamente não tinha o *WhatsApp*, essas coisadas né. Então hoje se o cara pede pra mim, pô manda uma foto da cadeira de balanço, esse ali ó, esse que você tava chegando aqui, levo uma cadeira de balanço, mandei a foto pelo *WhatsApp*. Gosto veio busca. É, olha aí (ENT-12).

Por fim, nenhum entrevistado manifestou interesse em mudar seu ramo de atividade em função do cenário atual. Ao contrário, foi perceptível o esforço empregado para manter os estabelecimentos em funcionamento.

[...] nós tamos numa incógnita aí, o nosso varejo tá funcionando [...] é uma época de sobrevivência que você tá com a marca funcionando né, não precisa ter lucro, mas manter a empresa aberta e não fechar (ENT-1).

[...] lógico que a gente tá passando um período muito difícil esse ano, mas mesmo assim a gente tá trabalhando, temo o *e-commerce*, enfim tamo lutando né (ENT-2).

porque a nossa intenção era sempre primora e melhora, e não diminuí (ENT-3).

Igualmente, nenhum relatou agentes disruptivos (LAWRENCE; SUDDABY, 2006), ou seja, tendência ao rompimento das instituições vigentes. No entanto, ao se verificar as redes sociais de alguns estabelecimentos, foram constatados ataques oportunistas. Se por um lado a tecnologia da informação esteve presente auxiliando as empresas do setor, por outro, com a intensificação das redes sociais durante o período pandêmico, tentativas de golpes foram evidenciados.

A ação oportunista identificada consiste em criar falsos perfis. Nesse caso, estabelecimentos e clientes são lesados. O golpe consiste na criação de um perfil corporativo falso, no qual são utilizados nomes similares e fotos oficiais dos estabelecimentos gastronômicos, lançando assim falsas promoções. A ação se inicia pelo *Instagram* e posteriormente através da ativação de falsos *vouchers* via *WhatsApp*, com clonagem de dados. Entre as empresas que foram expostas aos perfis *fakes* estão, por exemplo, os restaurantes *Cascatinha*, *Veneza* e *Petit Château*.

Quando pensado no contexto institucional, que engloba o campo em questão, foi verificado que tanto a faceta técnica como a institucional (SCOTT, 1992; SCOTT 2008) foram impactadas em razão da pandemia. No entanto, o ambiente institucional exerceu maior pressão de configuração sobre o ambiente técnico, pois o pilar regulativo impôs fortes regras de funcionamento, que acabaram por limitar a competitividade do setor (um exemplo é o Restaurante *Castello Trevizzo*, que direcionado quase que exclusivamente para eventos, ao ter a proibição não conseguiu manter-se em funcionamento). Por esse motivo, as ações de empreendedorismo institucional, na medida do possível, auxiliaram ao fornecer sobrevida às empresas do setor.

4.5 Categoria analítica: Campo Organizacional

As seções anteriores permitiram identificar as ações impulsionadas por empreendedores institucionais, cujo reflexo foi percebido nas práticas sociais seguidas e difundidas entre os atores do Polo Gastronômico de Santa Felicidade. O que vai ao encontro da ideia de racionalidade no institucionalismo organizacional, em que a construção social da realidade se dá através de percepções individuais e das relações e interações que ocorrem em seu meio (BERGER; LUCKMANN, 2004).

Ao concatenar os dados obtidos, percebe-se que a formação do Polo Gastronômico de Santa Felicidade corresponde à própria formação do Bairro, com primórdios marcados e influenciados pela cultura dos imigrantes italianos.

Dito isto, a categoria de análise campo organizacional tem como função atingir o quarto objetivo específico, Descrever e avaliar a formação do campo organizacional no período de 1920 a 2020.

Assim, considerando os dados obtidos na pesquisa, a categoria foi subdividida identificando-se: os (1) atores sociais relevantes (DIMAGGIO; POWELL, 2005), bem como os (2) diferentes estágios do campo organizacional (emergente; maduro; em crise) conforme acepção de Hardy e Maguire (2008), cujos dados estão relacionados a seguir.

4.5.1 Atores sociais relevantes

Nesse estudo, foram considerados como atores sociais relevantes os indivíduos, organizações, consumidores, agências reguladoras e órgãos públicos que interagem com o campo (DIMAGGIO; POWELL, 2005). Estes foram agrupados em atores centrais e periféricos.

a) Atores centrais:

De acordo com a definição de Hardy e Maguire (2008) o ator central é aquele que está imerso e possui acesso a recursos dentro do campo, exercendo grande poder sobre os demais membros.

Dessa forma as primeiras famílias oriundas da Itália constituem os primeiros atores revelantes desse campo organizacional (Famílias: Alberti; Boscardin, Luca; Benato; Comparin; Cumin; Dalla Stella; Lucca, Muraro; Cuman; Breda, Casagrande; Bacalfi; Paolin; Ravello; Tagliaro, Vendramin). Considerando ainda a religiosidade dos imigrantes, outra figura importante é o Padre Pietro Colbacchini, enquanto representante de uma instituição cristã. Assim, esse grupo de pessoas são considerados os primeiros empreendedores institucionais da região, pois foram responsáveis pela estruturação social da Colônia.

São famílias que atuaram conjuntamente na construção das primeiras casas, igreja, plantações e comércio agrícola. Tendo as mulheres um papel representativo na comercialização da produção colonial, com destaque para Hermínia Perussi, a última carroceira de Santa Felicidade.

Essas famílias se mantiveram em posição central por muitos anos. No entanto, no caso da igreja, aos poucos a figura do padre deixa de exercer a mesma representatividade, à medida que a Paróquia se institucionaliza.

A figura de Natalin Túlio, representando a Família Túlio, se constitui como um importante empreendedor institucional no ramo do Vime. Juntamente com outros atores relevantes do seguimento, como as Famílias Costa; Stival; Ferro; Ercole; e Back. Conjuntamente expandiram e foram responsáveis pela manutenção da atividade por longo tempo. Entre os fornecedores de vime, empresas do Rio Grande do Sul abastecem o Bairro.

Já Lineu Dalarmi, representando a Família Dalarmi, desponta como empreendedor institucional no seguimento do vinho, tendo inovado na criação do quentão de vinho, com e sem álcool. Somado a ele, outros atores importantes como o Vinhos Durigan; Vinhos Santa Felicidade; e Adega Caliarí. As Famílias Lugarini; Zen; Miola; Franzoloso; Luca; e Valle, embora não mais atuantes no campo, merecem reconhecimento, pois ajudaram a fomentar essa atividade que despontou já nas primeiras décadas. Entre os fornecedores desse segmento há predomínio de uvas vindas do Rio Grande do Sul.

Gerson Miola, gerente da empresa Vinhos Durigan, foi considerado um importante ator, principalmente ao articular-se com atores que estão fora do campo, a fim de impulsionar a vinda de turistas para o seu estabelecimento e conseqüentemente contribuindo para a atividade turística da região.

A Família Vendramin também trouxe contribuições relevantes. Entre elas, Giuseppe Vendramin confeccionou tonéis em madeira para que, no início, a produção colonial de vinho pudesse ser guardada. Já seu filho, Alfredo Vendramin, contribuiu para a chegada de energia elétrica trifásica na região.

Entrando na parte de alimentação têm-se as precursoras dos restaurantes, Júlia Toaldo, Olívia Túlio e Maria Zonatto, importantes empreendedoras

institucionais devido ao seu pioneirismo no preparo de refeições. A partir das quais o Polo Gastronômico foi fortalecido.

Já os Restaurantes Iguazu (Família Perussi) e Cascatinha (Família Trevisan), configuram como as primeiras organizações institucionalmente empreendedoras no segmento de restaurantes, atores que se mantêm em posição central desde 1949. Bem como o Restaurante Veneza (Família Valente) em funcionamento desde 1965.

Os demais restaurantes que surgiram nessa região ao longo das décadas também foram se burocratizando, e à medida que adotaram práticas similares, podem ser considerados empreendedores institucionais (enquanto organização), pois contribuíram para a manutenção e fortalecimento desse aglomerado gastronômico. Destaque também para o Restaurante Madalosso, recém-nomeado Família Madalosso, uma vez que o empreendimento continuamente apresenta inovações no campo.

Flora Madalosso também apresentou aspectos de empreendedorismo institucional (individual), mostrando-se a frente de seus concorrentes. Os demais membros da Família Madalosso, assim como o funcionário Ernani “o Gordo” (por anos relações públicas do restaurante), configuram como atores relevantes.

A comunidade local e as integrantes do extinto grupo Pia União Filhas de Maria (juntamente com o padre da época), foram responsáveis pela criação da Festa da Uva de Santa Felicidade. Ao longo dos anos, os voluntários da Paróquia São José e Santa Felicidade, envolvidos na organização do evento, são essenciais para a manutenção dessa instituição. Destaque para Germano Francischini e seu genro, Alcides Danker, que por muitos anos estiveram à frente da organização desse evento.

Entre associações e entidades de classe mencionadas, a única considerada central foi a ACISF, associação local. Essa associação teve importantes contribuições para o Bairro, e ainda mantêm-se ativa angariando melhorias para o comércio local. Entre os primeiros presidentes estão: Carlos Roberto Madalosso, e os irmãos Renato e Gilberto Trevisan.

Com relação aos órgãos reguladores e fiscalizadores, a maioria é composta por órgãos públicos. A Prefeitura Municipal de Curitiba aparece como um ator central, pois se relaciona com todo o Polo, no entanto está mais voltada a aspectos de

natureza regulativa. Assim como o Corpo de Bombeiros, quanto à fiscalização dos empreendimentos. Igualmente, a Vigilância Sanitária e o Ministério da agricultura, ditam as regras de funcionamento e operacionalização de restaurantes e adegas. Já o ECAD, empresa privada, regula questões relacionadas a direitos autorais musicais.

Especificamente no período pandêmico, as empresas de entrega de comida como *iFood* e *Uber Eats*, antes periféricas, assumem relevância central.

Por fim, entre os atores centrais estão os moradores do entorno; da Cidade; e turistas, que representam os consumidores de serviços e produtos do setor turístico-gastronômico de Santa Felicidade, completando os atores sociais relevantes responsáveis pelo funcionamento dessa grande engrenagem.

b) Atores periféricos:

Por sua vez, na definição de Hardy e Maguire (2008) os atores periféricos se relacionam em menor grau dentro de um campo e possuem acesso restrito a recursos.

Ao mesmo tempo em que a PMC assume caráter central considerando os pilares regulativos, no caso do Turismo ela configura-se como ator periférico, uma vez que, embora possua recursos, mantém uma postura reativa.

A Cúria, em papel periférico, está atrelada ao pilar normativo (moral).

Segundo relato da maioria dos entrevistados, as associações e entidades como: ACP; ABRASEL; ABRABAR; Sebrae; CCVB; e IMT, não são percebidas como representativas ao ponto de assumirem posicionamento central, devido a limitada articulação com o setor turístico-gastronômico de Santa Felicidade.

As demais empresas localizadas no setor, e voltadas a seguimentos distintos dos gastronômicos e turísticos, embora periféricas são importantes, pois podem ser caracterizadas como infraestrutura de apoio ao Turismo.

4.5.2 Diferentes estágios do Campo Organizacional

a) Campo emergente:

A ideia de campo prescrita por Hardy e Maguire (2008) envolve diferentes estágios do campo, sendo o primeiro definido como campo emergente, no qual práticas ainda não estão institucionalizadas. No entanto, conforme observado nesse objeto de estudo, por se tratar de uma nova colônia, nem mesmo práticas existiam, as casas e a igreja foram construídas, as plantações foram iniciadas, e o comércio então foi instituído por esses imigrantes camponeses. Em se tratando de um campo que não nasce emergente, mas torna-se. Observa-se nesse estágio a formação de segmentações econômicas.

Nesse sentido, embora se adote a divisão dos autores (2008) atribuindo a esse primeiro momento a configuração de campo emergente, cabe ressaltar que a tipologia de campo pré-emergente proposta por Silva e Parente (2021) é adequada a esse estudo, especialmente nos primeiros anos da Colônia.

No entanto, ao contrário do estudo de Silva e Parente (2021) que apontam um campo pré-emergente enfraquecido, influenciando negativamente e comprometendo a legitimidade dos atores, aqui a legitimidade foi adquirida justamente através da união dos atores centrais daquele momento (famílias de imigrantes; Padre; mulheres), amparados pela herança cultural que trouxeram, e que foi persistente ao longo do tempo observado.

Nas primeiras décadas da Colônia verificou-se entre os moradores relações de ajuda mútua, estabelecidas por proximidade e confiança entre as famílias (amizades; parentescos; casamentos; relações comerciais). Além disso, uma das características iniciais presentes no campo pode ser expressa pela ideia de autossuficiência, com práticas de escambo.

Entre os marcos importantes, considera-se a instituição dos primeiros restaurantes ao final da década de 1940, e posteriormente, em 1970, o processo de industrialização da Cidade de Curitiba, bem como o crescimento do turismo local, situações que contribuíram para o atual cenário do Bairro Santa Felicidade.

b) Campo maduro:

Seguindo a percepção de Hardy e Maguire (2008) campo maduro é sinônimo de campo estabilizado. Nesse sentido, considera-se que a partir da década de 1980, no geral, as organizações já estavam bem instaladas, e as práticas difundidas no setor. Estando nesse momento mais voltado a manutenção de instituições. A tecnologia também esteve presente ao longo da formação do campo, contribuindo para o desenvolvimento das atividades comerciais. Assim, em 2017, culminando na oficialização do Polo Gastronômico de Santa Felicidade.

Ao contrário do estágio anterior, no qual as relações de proximidade eram sólidas e frequentes, embora ainda exista o respeito entre os concorrentes e as práticas estejam amplamente difundidas no setor a fim de manter a lógica institucional, as organizações entrevistadas argumentaram ser atualmente mais individualizadas.

c) Campo em crise:

A perspectiva teórica ainda contempla o conceito de campo em crise (HARDY; MAGUIRE, 2008), atrelado à ideia de conflitos que podem levar a desinstitucionalização das instituições em vigor. Embora não tenham sido encontrados atores que se sentem prejudicados pela lógica existente, a ponto de romper estruturas, a partir das entrevistas algumas situações podem ser indicativas de futuras crises no Polo Gastronômico de Santa Felicidade. Uma delas relacionada ao fornecimento de uvas e a produção de vinhos, e outra referente a mudanças em relação à fidelização de clientes.

Quanto ao fornecimento de uva, a fala do ENT-14 chama atenção “as própria cantina lá fico de um jeito tal, que ela tem os agrônomo que cuida da uva, e é delas. Elas non vende daí né”. Nesse aspecto, o entrevistado faz menção aos produtores do Rio Grande do Sul, em relação à comercialização de uvas finas que possuem alto custo, pois demandam um tratamento mais complexo para o cultivo. Diferentemente das uvas consideradas comuns, e que são destinadas a produção de vinhos com menor valor agregado de mercado. Essa fala é importante, pois se

considerarmos que o Rio Grande do Sul é um dos principais, se não o principal fornecedor de uvas para as adegas do Bairro, futuramente caso a limitação no abastecimento de uvas finas se estenda para uvas comuns, isso poderá impactar na produção de vinhos feitos em Santa Felicidade. No entanto, a estratégia adota pela Adega Caliarì (referente à parceria comercial, seção 4.3.1) pode contornar esse tipo de situação.

O segundo indicativo de possível ruptura sinalizado anteriormente como mudanças em relação à fidelização de clientes, foi inferido a partir da fala de entrevistados que demonstraram dúvidas quanto às novas gerações em permanecerem frequentadores assíduos, padrão observado nas antigas gerações.

Assim, finalizadas as discussões acerca das categorias analíticas, empreendedorismo institucional e instituições, percebe-se que houve mudanças e uma evolução no campo organizacional do Polo Gastronômico de Santa Felicidade desde a sua criação, como a alteração de atores antes centrais e agora reconfigurados em um novo arranjo. De uma forma simplista, num primeiro momento, logo após a chegada das primeiras famílias italianas, o núcleo existente era regido pela atividade agrícola familiar, na qual a Igreja ocupava um papel central na Colônia.

Em um segundo momento, com o aumento do número de restaurantes e demais estabelecimentos ligados à gastronomia, percebe-se uma nova configuração no campo, somado a isso, a criação de uma associação comercial local, além do envolvimento de órgãos públicos de fomento e regulação da atividade turístico-gastronômica, marcam também esse novo período. Essa remodelagem corrobora com o referencial obtido em Holanda (2003), uma vez que o campo organizacional inicia com organizações atuando isoladamente e desenvolve-se quando estas passam a ter maior integração.

Ainda com base nos conceitos defendidos por DiMaggio e Powell (2005) e Scott (2008), a manutenção institucional percebida nesse campo empírico, através de comportamentos homogêneos, tem propiciado a sobrevivência das organizações inseridas no setor e conferido legitimidade. Essa observação vai ao encontro do que defendem Baratter, Ferreira e Costa (2010, p. 247), ao argumentarem que “campos organizacionais altamente estruturados se direcionam a homogeneização de práticas e de estruturas organizacionais”, situação que foi observada nesse objeto.

Assim, indicando um campo sempre em movimento, com práticas que foram se ajustando a realidade de cada momento, e aos poucos incorporadas e institucionalizadas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao estudar o setor turístico-gastronômico do Bairro Santa Felicidade na Cidade de Curitiba, por meio de pesquisa documental e entrevistas semiestruturadas, aplicando a técnica de análise de conteúdo temática, fundamentada na teoria institucional, foi possível identificar ações de empreendedorismo institucional que influenciaram a formação do Polo Gastronômico no referido Bairro, resultando na criação e manutenção de instituições, seguindo uma lógica *bottom-up* (SCOTT, 2008).

O estudo sinalizou que, em paralelo à mudança histórica do ambiente, foram surgindo atores sociais com as habilidades e recursos necessários para desempenhar um forte papel como empreendedores institucionais. Ao longo do tempo, as ações culminaram em melhorias de infraestrutura do Bairro, impulsionando o comércio baseado inicialmente na produção colonial, e posterior criação e expansão de estabelecimentos gastronômicos. Dessa forma, a região destaca-se por dois aspectos importantes: o primeiro corresponde a um setor organizacional bem consolidado, e o segundo se relaciona à sua atratividade turística. Assim, percebeu-se a criação e manutenção de instituições que ganharam concretude ao longo do tempo, conforme os pressupostos de Berger e Luckmann (2004).

Com isso, a atual configuração do campo organizacional foi resultante desse processo. Principalmente, decorrente das mudanças estabelecidas a partir do final da década de 1940, com o surgimento dos primeiros restaurantes, e institucionalizadas especialmente nos últimos 40 anos. Percebe-se que, embora este campo organizacional seja notório desde meados da década de 1970, visto a grande concentração de restaurantes e sua atratividade turística, este teve sua denominação de origem oficializada apenas em 2017, por meio da Lei Municipal nº 15.123, com a criação do Polo Gastronômico de Santa Felicidade (CURITIBA, 2017b).

Os achados apresentaram convergência com a literatura adotada, especialmente no que tange: a influência do empreendedor institucional na criação e manutenção de instituições; a adoção de padrões; e a busca pela legitimidade. Todavia, é importante considerar que, embora possa ser abordada pela temática do

Institutional Work, a perspectiva do Empreendedorismo Institucional se mostrou suficientemente adequada ao objeto estudado. Assim, são expressas as seguintes ponderações em relação aos objetivos específicos e geral:

Em relação ao primeiro objetivo específico, descrever a evolução histórica do Bairro Santa Felicidade, foi inicialmente alcançado por meio da pesquisa documental. Sendo o marco inicial estabelecido pela chegada dos primeiros imigrantes à Colônia, que posteriormente tornou-se Bairro Santa Felicidade, sustentados no tripé família, fé e trabalho.

Aponta-se a natureza agrícola da comunidade e a venda de seus excedentes, contribuindo para o crescimento e estruturação da Colônia. Ao final da década de 1940, tem-se a criação dos primeiros restaurantes, que posteriormente constituíram-se em um aglomerado de estabelecimentos gastronômicos, principalmente expandidos durante e após a década de 1970, acompanhando paralelamente o processo de transformação da Cidade, gerando notoriedade e despertando para a vocação turística.

No tocante ao segundo objetivo específico, identificar as ações de empreendedorismo institucional realizadas no período de 1920 a 2020, foi possível mediante a identificação de eventos precipitantes. Sejam aqueles que representaram uma barreira, ou ainda os que configuraram como uma oportunidade de mudança. Tanto um como o outro provocaram efeitos sobre os empreendedores institucionais conforme previsto em Dorado (2013).

Com relação ao terceiro objetivo específico, identificar as instituições constituídas no período de 1920 a 2020, suportadas por elementos de natureza cultural-cognitiva, normativa e regulativa, foram descritas as práticas sociais decorrentes das ações de empreendedorismo institucional. A homogeneidade foi percebida neste campo organizacional, com a presença de características dos três tipos de mecanismos isomórficos: coercitivo, normativo e mimético, conforme observado em DiMaggio e Powell (2005), e Scott (2008).

Fatores de ordem social e tecnológica, também estiveram presentes ao longo do processo de mudança institucional, ocorrendo de forma gradual, conforme definem Mahoney e Thelen (2010). A busca pela legitimidade ocorreu ao longo de toda a construção do Polo, sendo grandemente influenciada pela própria cultura dos

formadores do Bairro. Como resultado, o Polo Gastronômico de Santa Felicidade foi institucionalizado.

Em relação ao cenário mais recente, pandêmico, não foram identificadas práticas de rompimento de padrões. Possivelmente tal característica poderá ser identificada em estudos futuros, conforme aceção de Lawrence e Suddaby (2006), e Lawrence, Suddaby e Leca (2009).

Quanto ao quarto objetivo específico, descrever e avaliar a formação do campo organizacional no período de 1920 a 2020, foi possível mapear os principais atores sociais, bem como perceber o campo em seu estágio emergente, ocorrendo as primeiras segmentações de atividades comerciais, e posteriormente, constatar que o campo atingiu sua maturidade.

Assim, foi alcançado o objetivo geral: compreender como as ações de empreendedorismo institucional influenciaram na formação do campo organizacional do Polo Gastronômico no Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil, constituído ao longo do período entre 1920 a 2020. Infere-se que, as ações de empreendedorismo institucional desencadearam uma mudança institucional gradual, especialmente a partir da década de 1940, com os serviços de refeições. Como resultado, práticas sociais surgiram e se estabeleceram. Ressalta-se que, a mudança não ocorreu de forma abrupta, uma vez que as novas práticas foram incorporadas ao longo do tempo observado. Assim, tornando-se perenes, ou seja, institucionalizadas pelo hábito. Como produto final, resultaram na criação de inúmeras instituições, caracterizando um caso de construção social da realidade, em consonância ao visto em Berger e Luckmann (2004).

Relata-se que, embora o estudo tenha se debruçado em torno dos aspectos em nível *bottom-up*, foram ainda observados fatores no nível *top-down* a partir de instituições estabelecidas no tempo, que culminaram na desinstitucionalização de três atividades, a agricultura e o comércio dos produtos coloniais; o cultivo de uvas; e a tanoaria. Além destas, uma prática foi descontinuada por fatores regulativos e sanitários, o abate de frangos.

Contribuições: Como contribuição teórica este estudo mostrou-se pertinente ao buscar elementos empíricos para comprovar fundamentos da teoria institucional,

tais como: instituições; formação de campo organizacional; e o fenômeno do isomorfismo (DIMAGGIO; POWELL, 2005; SCOTT, 2008). Ao tratar do desenvolvimento do empreendedorismo institucional e a sua relação com a criação e manutenção de instituições, a pesquisa apresentou de forma muito clara como um campo organizacional nasce, evolui, e se torna maduro. Pela análise das organizações em nível setorial, realizada com aproximação longitudinal, resgatando mais de um século de história, identificou-se o processo de mudança institucional gradual, desde o início da formação do Polo até o ano de 2020.

A principal contribuição da pesquisa consistiu na aproximação estabelecida entre teoria e campo empírico. Ao promover um debate entre as ações de empreendedorismo institucional e instituições, identificou-se a capacidade dos atores em moldar e transformar uma realidade. Ressalta-se que a contextualização histórica se mostrou fundamental para o levantamento dos marcos institucionais, verificando-se as interações entre as organizações em contexto turístico, sendo possível investigar o fenômeno na perspectiva institucional.

Outro aspecto está relacionado à condução metodológica que permitiu a aplicação da estratégia de pesquisa de estudo de caso. A qual possibilita a generalização analítica, por meio da transferibilidade do fenômeno (YIN, 2015). Ou seja, houve uma preocupação em detalhar precisamente as técnicas de pesquisa qualitativa empregadas nessa dissertação.

Em relação especificamente ao modelo categórico empregado, após a leitura de estudos sobre empreendedorismo institucional, diferentemente de grande parte das pesquisas que buscam entender o perfil do empreendedor institucional, esse estudo foi direcionado para a compreensão dos motivos que levaram a ação, e posteriormente como estas ações culminaram em mudança institucional gradual.

Sugestões para estudos futuros: Sugere-se a realização de novos estudos empíricos, sejam eles em outros Polos Gastronômicos, ou ainda, em outros tipos de aglomerados, que possam analisar de forma setorial, as similaridades ou diferenças, com o encontrado nessa pesquisa, e que se sobrepõem a outros estudos institucionais.

Uma vez que a coleta de dados foi encerrada em período de pandemia da Covid-19, identificou-se apenas a criação de práticas no ano 2020 enquanto uma reação de enfrentamento a este cenário imposto. Portanto, estudos futuros podem e devem ser realizados para verificar questões de adaptação do comportamento empreendedor posterior a pandemia, de modo a identificar, ou não, a institucionalização das ações.

REFERÊNCIAS

ACISF. ASSOCIAÇÃO DO COMÉRCIO E INDÚSTRIA DE SANTA FELICIDADE. **Sobre**. Curitiba, 2020a. Disponível em: <http://acisf.com.br/>. Acesso em: 01 maio. 2020.

ACISF. **Reunião**. Curitiba, 2020b maio 06. Instagram. Disponível em: https://www.instagram.com/acisf_sanfe/?hl=pt-br. Acesso em: 08 maio. 2020.

AGÊNCIA BRASIL. **Primeiro caso de covid-19 no Brasil completa um ano**. Linha do tempo mostra enfrentamento da pandemia no país. Brasília. 26 fev. 2021. Agência Brasil. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2021-02/primeiro-caso-de-covid-19-no-brasil-completa-um-ano>. Acesso em: 01 jul. 2021.

ANTIGAMENTE EM CURITIBA. **Momento eternizado**. Curitiba, 2019 jan. 6. Facebook - Grupo. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/groups/417557358409468/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

ARRUDA, Larissa Rodrigues Vacari. Empreendedorismo institucional: o caso de Joaquim Murtinho. **Revista Cadernos de Estudos Sociais e Políticos**, [s. l.], v. 5, n. 9, p. 27-48, jan./jun. 2016. doi: <https://doi.org/10.12957/cesp.2016.21263>.

AVRICHIR, Ilan.; CHUEKE, Gabriel Vouga. Empreendedorismo institucional: uma análise de caso no setor de energia elétrica Brasileiro. **Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 12, n. 6, p. 140-164, Ed. Especial, nov./dez. 2011. doi: <https://doi.org/10.1590/S1678-69712011000600007>.

BARATTER, Marystela Assis. **A influência da comunidade local na configuração do arranjo produtivo local de louças e porcelanas de Campo Largo/PR**. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, 2014. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/36322>. Acesso em: 10 out. 2020.

BARATTER, Marystela Assis.; FERREIRA, Jane Mendes.; COSTA, Mayla Cristina. Empreendedorismo institucional: características da ação intencional. **Perspectivas Contemporâneas**, Campo Mourão, Edição Especial, p. 237-266, out. 2010.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. 3ª reimp. da 1ª edição. São Paulo: Edições 70, 2011. Título original: Lanalyse de contenu. ISBN 978-85-62938-04-7. Obra original publicada em 1977.

BARRETTO, Margarita.; REJOWSKI, Mirian. Considerações epistemológicas sobre segmentação: das tipologias turísticas à segmentação de mercado. *In*: PANOSSO NETTO, Alexandre.; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (ed). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. 1. ed. Barueri, SP: Manole, 2009.

BATTILANA, Julie. Agency and institutions: the enabling role of individuals' social position. **Organization**, [s. l.], v. 13, n. 5, p. 653-676, 2006. doi: <https://doi.org/10.1177/1350508406067008>.

BECKERT, Jens. Agency, entrepreneurs, and institutional change: the role of strategic choice and institutionalized practices in organizations. **Organizations Studies**, v. 20, n. 5, p. 777-799, 1999.

BELLIO, Camilli Beatriz. **A valorização do turismo cultural em Santa Felicidade a partir do turismo de experiência**. 2018. Monografia (Graduação em Turismo) – Departamento de Turismo, Universidade Federal do Paraná, PR, 2018. Disponível em: <https://www.acervodigital.ufpr.br/handle/1884/62995>. Acesso em: 09 set. 2020.

BERGER, Peter L.; LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade: tratado de Sociologia do conhecimento**. Tradução de Floriano de Souza Fernandes. 24. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2004. Título do original inglês: The social construction of reality.

BORGES, Diego Echevengua. **Respostas estratégicas ao ambiente institucional e a performance exportadora: o caso dos empreendedores do setor vitivinícola da campanha gaúcha-RS**. Dissertação (Mestrado em Administração) – Centro de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, 2014. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.39510829&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 15 jun. 2020.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo injetou US\$ 163 bilhões no Brasil em 2017**. [s. l.], 2017. Disponível em: www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us%-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html. Acesso em: 12 dez. 2019.

BROWNE, Bárbara Magalhães. **Centro gastronômico inspirado em Veneza em Santa Felicidade**. [s. l.], 13 jun. 2018. Jornal Bem Paraná. Blog Mesa Dividida. Disponível em: <https://www.bemparana.com.br/blog/mesadividida/post/centro-gastronomico-inspirado-em-veneza-em-santa-felicidade#.XjszLmhKjIU>. Acesso em: 27 jan. 2020.

BRUNSTEIN, Janette.; RODRIGUES, Andrea Leite.; KIRSCHBAUM, Charles. Inovação social e empreendedorismo institucional: a ação da Ong "Ação Educativa" no campo educacional da cidade de São Paulo. **Organizações & Sociedade**, [s. l.], v. 15, n. 46, p. 119-136, jul./set. 2008. doi: <https://doi.org/10.1590/S1984-92302008000300006>.

BRYMAN, Alan.; BELL, Emma. **Business research methods**. 3. ed. Oxford: Oxford University Press, 2011. ISBN 978-0-19-958340-9.

CAMPANA, Fábio. **Ney homenageia famílias que fundaram Santa Felicidade**. Paraná. 06 nov. 2013. Blog Fábio Campana. Política, cultura e o poder por trás dos

panos. Disponível em: <https://fabiocampana.com.br/2013/11/06/ney-homenageia-familias-que-fundaram-santa-felicidade/>. Acesso em: 10 set. 2020.

CAPORASSO, Sérgio. **O orgulho pela comida italiana de Santa Felicidade**. Curitiba, 31 ago. 2006. Oriundi.net. Disponível em: <https://www.oriundi.net/o-orgulho-pela-comida-italiana-de-santa-felicidade>. Acesso em: 28 fev. 2021.

CARPINTARIA SÃO JUDAS TADEU. **Quem somos**. Curitiba, 2020. Disponível em: <http://www.carpintariasaojudastadeu.com.br/site/quem-somos/>. Acesso em: 22 jul. 2020.

CARRAHER, Shawn M.; WELSH, Dianne H. B. **Global entrepreneurship**. Dubuque, IA: Kendall Hunt Publishing, 2009.

CHAERKI, Karine Francisconi.; RIBEIRO, Gutemberg.; FERREIRA, Jane Mendes. Uma introdução à teoria institucional do ponto de vista sociológico. **Caderno de Administração**, Maringá, v. 27, n. 1, p. 62-91, jan./jun. 2019. doi: <https://doi.org/10.4025/cadadm.v27i1.48409>.

CORRÊA, Adely Ribeiro Meira. **O papel dos atores sociais na construção de uma cadeia de fornecimento Waste-to-Energy sob a ótica do empreendedorismo institucional**. 2020. Dissertação (Mestrado em Administração e Controladoria) – Universidade Federal do Ceará, Fortaleza 2020. Disponível em: <http://repositorio.ufc.br/handle/riufc/55801>. Acesso em: 17 maio. 2021.

CRESWELL, John W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Tradução de Magda França Lopes. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010. 296 p. ISBN 978-85-363-2300-8.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. **Lei municipal nº 13.035, de 16 de dezembro de 2008**. Declara de utilidade pública a Associação do Comércio e Indústria de Santa Felicidade – ACISF. Curitiba, 2008. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/2008/1303/13035/lei-ordinaria-n-13035-2008-declara-de-utilidade-publica-a-associacao-do-comercio-e-industria-de-santa-felicidade-acisf>. Acesso em: 29 jan. 2020.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. **Comércio de Santa Felicidade lança guia gastronômico**. Curitiba, 16 maio. 2014. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/comercio-de-santa-felicidade-lanca-guia-gastronomico/32925>. Acesso em: 20 out. 2020.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. **Lei favorece ampliação do Polo Gastronômico de Santa Felicidade**. Curitiba, 25 nov. 2017a. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/lei-favorece-ampliacao-do-polo-gastronomico-de-santa-felicidade/44260>. Acesso em: 22 jun. 2020.

CURITIBA. Prefeitura Municipal. **Lei municipal nº 15.123, de 27 de novembro de 2017**. Cria o “Polo Gastronômico de Santa Felicidade” e dá outras providências.

Curitiba, 2017b. Disponível em: <https://mid-turismo.curitiba.pr.gov.br/2019/10/pdf/00003802.pdf>. Acesso em: 21 de dez. 2019.

CURITIBA. Leis Municipais. **Lei municipal nº 7, de 05 de fevereiro de 1948.** Denomina via pública de Avenida Manoel Ribas. Curitiba, 2021a. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/1948/07/lei-ordinaria-n-7-1948-denomina-via-publica-de-avenida-manoel-ribas>. Acesso em: 10 fev. 2021.

CURITIBA. Leis Municipais. **Lei municipal nº 1779, de 10 de setembro de 1959.** Estende a denominação de Avenida Manoel Ribas à estrada de Santa Felicidade, modificando a Lei nº 7/48. Curitiba, 2021b. Disponível em: <https://leismunicipais.com.br/a/pr/c/curitiba/lei-ordinaria/1959/177/1779/lei-ordinaria-n-1779-1959-estende-a-denominacao-de-avenida-manoel-ribas-a-estrada-de-santa-felicidade-modificando-a-lei-n-7-48>. Acesso em: 10 fev. 2021.

CURITIBA ANTIGA FOTOS DE ANTIGAMENTE. **Imigrantes italianos.** Curitiba, 2018 mar. 13. Facebook – Página. Disponível em: <https://www.facebook.com/CuritibaAntiga/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

CURTA CURITIBA. Curitiba Convention & Visitors Bureau. **Busca por: Santa Felicidade.** Curitiba, 2020. Disponível em: <https://curtacuritiba.com.br/?s=santa+felicidade>. Acesso em: 20 out. 2020.

CZARNIAWSKA, Barbara. Emerging institutions: pyramids or anthills? **Organization Studies**, [s. l.], v. 30, n. 4, p. 423-441, 2009. doi: <https://doi.org/10.1177/0170840609102282>.

DACIN, Peter A.; DACIN, M. Tina.; MATEAR, Margaret. Social entrepreneurship: why we don't need a new theory and how we move forward from here. **The Academy of Management Perspectives**, v. 24, n. 3, p. 36-56. Aug. 2010.

DEEPHOUSE, David L.; *et al.* Organizational legitimacy: six key questions. In R. Greenwood; C. Oliver, & T. B. Lawrence, **The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism**. 55 City Road, London: SAGE Publications Ltd, p. 27-52, 2017. Online ISBN: 9781526415066. doi: <https://www.doi.org/10.4135/9781446280669.n2>.

DEMO, Pedro. **Introdução à metodologia da Ciência**. 2. ed. São Paulo, SP: Atlas, 1985.

DENCK, Diego. **Tradicional Festa do Frango, Polenta e Vinho de Santa Felicidade esquentam o inverno.** Curitiba, 24 jun. 2019. Jornal Gazeta do Povo. Disponível em: <https://clube.gazetadopovo.com.br/noticias/outros/festa-frango-polenta-vinho-santa-felicidade/>. Acesso em: 29 jan. 2020.

DIMAGGIO, Paul J. Interest and agency in institutional theory. In: ZUCKER, Lynne G. (ed.). **Institutional patterns and organizations**. Cambridge: Ballinger, 1988.

DIMAGGIO, Paul J.; POWELL, Walter W. A gaiola de ferro revisitada: isomorfismo institucional e racionalidade coletiva nos campos organizacionais. **Revista de**

Administração de Empresas, v. 45, n. 2, p. 74-89, 2005. Obra original publicada em 1983.

DOCUMENTÁRIO ITÁLICOS. Direção: Otavio Zucon. Produção: Geslline Giovana Braga. Roteiro: Otávio Zucon. Curitiba: Entrudo Produções e Pesquisas, 2020. 1 DVD (57min).

DOMINGUES, José Maurício. **A sociologia de Talcott Parsons**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2001. 106 p. ISBN 85-228-0324-2.

DORADO, Silvia. Small groups as context for institutional entrepreneurship: An exploration of the emergence of commercial microfinance in Bolivia. **Organization Studies**, v. 34, n. 4, p. 533-557, 2013. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/259285127_Small_Groups_as_Context_for_Institutional_Entrepreneurship_An_Exploration_of_the_Emergence_of_Commercial_Microfinance_in_Bolivia/link/0046352ab3aaa3cb32000000/download. Acesso em: 14 jun. 2021. doi: 10.1177/0170840612470255.

ECAD. Escritório Central de Arrecadação e Distribuição. **Início**. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: <https://www3.ecad.org.br/o-ecad/Paginas/default.aspx>. Acesso em: 10 jun. 2021.

EISENSTADT S N. Cultural orientations, institutional entrepreneurs, and social change: comparative analysis of traditional civilizations. **American Journal of Sociology**, [S. l.], v. 85, n. 4, p. 840-869, Jan. 1980. doi: <https://doi.org/10.1086/227091>.

EMIRBAYER, Mustafa.; MISCHÉ, Ann. What is agency? **The American Journal of Sociology**, v. 103, n. 4, p. 962-1023, Jan. 1998.

ENZ, Cathy A. The role of value congruity in intraorganizational power. **Administrative Science Quarterly**, v. 33, p. 284-304, 1988.

FAGUNDES, Camila; ASHTON, Mary Sandra Guerra. Desenvolvimento regional através do Turismo: geração de emprego e renda. **Revista Conhecimento Online**, v. 2, p. 68-78, set. 2010. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistaconhecimentoonline/article/view/146>. Acesso em: 06 set. 2020. doi: <https://doi.org/10.25112/rco.v2i0.146>.

FALASTER, Christian.; ZANIN, Luis Miguel.; GUERRAZZI, Luiz Antonio. Teoria institucional na pesquisa em turismo: novas oportunidades de uma teoria em evolução. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 270-293, maio./ago. 2017. doi: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i2.1310>.

FENIANOS, Eduardo E. **Santa Felicidade, Cascatina, Butiatuvinha, São João e Lamenha Pequena – Siamo tutti buona gente**. Vol.10, Coleção Bairros de Curitiba. Curitiba: Univer Cidade, 2006.

FESTA DA UVA DE SANTA FELICIDADE. **Festa da Uva de Santa Felicidade**. Curitiba, 2021. Facebook – Página. Disponível em: <https://pt-br.facebook.com/festadauvasantafelicidade/>. Acesso em: 05 maio. 2021.

FLICK, Uwe. **Introdução à metodologia de pesquisa**: um guia para iniciantes. Tradução de Magda Lopes. Porto Alegre: Penso, 2013. 256 p. ISBN 978-85-65848-08-4.

FLICK, Uwe. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. Porto Alegre: Bookman, 2009.

FLIGSTEIN, Neil. Social skill and the theory of fields. **Sociological Theory**, California, University of California, v. 19, n. 2, p. 105-1025. 2001. doi: <https://doi.org/10.1111/0735-2751.00132>.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Curitiba: Santa Felicidade inaugura o seu 1º hotel em agosto**. São Paulo, 17 maio. 2004. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/turismo/noticias/ult338u4187.shtml>. Acesso em: 27 jan. 2020.

FONSECA, Valéria Silva da. A abordagem institucional nos estudos organizacionais: bases conceituais e desenvolvimentos contemporâneos. *In*: VIEIRA, Marcelo Milano Falcão.; CARVALHO, Cristina Amélia (org.). **Organizações, instituições e poder no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

FRANÇA, Andressa Silvério Terra. Talcott Parsons: apontamentos para uma análise institucional. **Cadernos de Pesquisa Interdisciplinar em Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 10, n. 97, p. 181-204, jul./dez. 2009. doi: <https://doi.org/10.5007/1984-9851.2009v10n97p181>.

FREITAS, Carlos Henrique Gonçalves. **“Cozinha medieval”**: regionalidade e pós-modernidade em um restaurante gastronômico de uma cidade global. 2018. Dissertação (Mestrado em Administração) – Faculdade Gestão e Negócios, Universidade Federal de Uberlândia, MG, 2018. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.371E7403&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 03 maio. 2020.

GALANI, Luan. **A nonna que virou cartão postal de Curitiba**. Curitiba, 07 fev. 2017. *Jornal Gazeta do Povo*. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/haus/estilo-cultura/nonna-que-virou-cartao-postal-de-curitiba/>. Acesso em: 04 ago. 2020.

GÂNDARA, José Manoel Gonçalves.; GIMENES, Maria Henriqueta Sperandio Garcia.; MASCARENHAS, Rúbia Gisele Tramontin. Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. *In*: PANOSSO NETTO, Alexandre.; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. (ed). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. 1. ed. Barueri, SP: Manole, 2009.

GANZ, Ana Maria. **Vivências e falas trabalho feminino em Curitiba, 1925-1945**. 1994. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Paraná, PR, 1994. Disponível em:

<https://www.acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/29918/D%20%20ANA%20M%20ARIA%20GANZ.pdf?sequence=1>. Acesso em: 04 ago. 2021.

GIDDENS, Anthony. **A constituição da sociedade**. Tradução de Álvaro Cabral. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

GOULART, Sueli.; VIEIRA, Marcelo Milano Falcão.; CARVALHO, Cristina Amélia. **Universidade e desenvolvimento local: uma abordagem institucional**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2005.

GREENWOOD, Royston *et al.* Introduction. *In*: GREENWOOD, Royston *et al.* (ed). **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**. 1. ed. London: Sage Publications, p. 1-46, 2008.

GREENWOOD, Royston.; SUDDABY, Roy. Institutional entrepreneurship in mature fields: the big five accounting firms. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 49, n. 1, p. 27-48, 2006.

GREENWOOD, Royston.; SUDDABY, Roy.; HININGS, C. R. Theorizing change: the role of professional associations in the transformations of institutionalized fields. **Academy of Management Journal**. v. 45, n.1, p. 58-80, 2002.

GUARIDO FILHO, Edson Ronaldo.; MACHADO-DA-SILVA, Clóvis Luiz. A influência de valores ambientais e organizacionais sobre a aprendizagem organizacional na indústria alimentícia paranaense. **RAC**, v. 5, n. 2, p. 33-63, maio./ago. 2001.

GUIZI, Alan Aparecido. Desenvolvimento do Turismo e Efeitos sobre o Ambiente Econômico Urbano: Análise de Estudos Indexados na Base Scopus. **Rosa dos Ventos**, v. 11, n. 4, p. 956-968, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4735/473561122013/473561122013.pdf>. Acesso em: 06 set. 2020. doi: <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i4p956>.

HALL, Peter A.; TAYLOR, Rosemary. C. R. Political science and the three new institutionalisms. **Political Studies**, [s. l.], v. 44, n. 5, p. 936–957, 1996. doi: <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.1996.tb00343.x>.

HALL, Richard H. **Organizações: estruturas, processos e resultados**. Tradução de Wilma Ribeiro. 8. ed. São Paulo: Prentice Hall do Brasil, 2004. ISBN 9788587918765. Obra original publicada em 1972.

HARDY, Cynthia.; MAGUIRE, Steve. Institutional Entrepreneurship. *In*: GREENWOOD, Royston *et al.* (ed). **The Sage Handbook of Organizational Institutionalism**. 1. ed. London: Sage Publications, 2008.

HININGS, C. R.; GREENWOOD, Royston. **The dynamics of strategic change**. Oxford: Basil Blackwell, 1988.

HOFFMAN, Andrew. J. Institutional evolution and change: environmentalism and the U.S. chemical industry. **Academy of Management Journal**, [s. l.], v. 42, n. 4, p. 351-371, Aug, 1999.

HOFFMAN, Andrew. J. Linking organizational and field-level analyses: the diffusion of corporate environmental practice. **Organization & Environment**, [s. l.], v. 14, n. 2, 133-158, 2001, doi: <https://doi.org/10.1177/108602660114200>.

HOLANDA, Luciana Araújo de. **Formação e institucionalização do campo organizacional do turismo no Recife-PE**. 2003. Dissertação (Mestrado em Administração) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Pernambuco, 2003. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/1157>. Acesso em 30 jan. 2020.

HUBNER, Ricardo Antonio. **Entre quatro painelas**. Curitiba: Hellograff, 2007. 204 p. ISBN 978-85-907212-0-8

HUMPHREYS, John H. *et al.* Entrepreneurial stewardship and implicit CSR: the responsible leadership of Lillian Shedd McMurry. **Academy of Management Meeting**, Boston, MA. 2012. doi: <https://doi.org/10.5465/AMBPP.2012.111>.

IMT. INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. **Polo Gastronômico de Santa Felicidade**. Curitiba, 2017. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/polo-gastronomico-de-santa-felicidade/2554>. Acesso em: 21 jan. 2020.

IMT. INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. **Dados e estatísticas**. Curitiba, 2018. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/dados-e-estatisticas/1724>. Acesso em: 22 jun. 2020

IMT. INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO. **A Cidade**. Curitiba, 2020. Disponível em: <https://turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/a-cidade/4>. Acesso em: 21 jan. 2020.

IPPUC. INSTITUTO DE PESQUISA E PLANEJAMENTO URBANO DE CURITIBA. **Curitiba em Dados – 1975 Histórico do Bairro Santa Felicidade**. Curitiba, 2020. Disponível em: <http://curitibaemdados.ippuc.org.br/>. Acesso em: 22 jan. 2020.

JACOMETTI, Márcio. **Influência da cultura organizacional e das dependências de poder sobre os objetivos e estratégias da unidade de Curitiba do CEFET-PR**. 2002. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Paraná, PR, 2002. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/32433?show=full>. Acesso em: 05 jun. 2021.

JACOMETTI, Márcio. **Institutional Work na conformação do conhecimento difundido em redes interorganizacionais: estudo de APLs no Estado do Paraná**. 2013. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal do Paraná, PR, 2013. Disponível em: <https://acervodigital.ufpr.br/handle/1884/34682>. Acesso em: 01 jun. 2020.

JACOMETTI, Márcio *et al.* Análise de efetividade das políticas públicas de Arranjo Produtivo Local para o desenvolvimento local a partir da teoria institucional. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 50, n. 3, p. 425-454, maio./jun. 2016. doi: <http://dx.doi.org/10.1590/0034-7612142712>

JEPPERSON, Ronald L. Institutions, institutional effects, and institutionalism. In POWELL, Walter. W.; DIMAGGIO, Paul. J. (Eds.), **The new institutionalism in organizational analysis** (pp. 143-163). Chicago: University of Chicago Press, 1991.

KUMAR, Ranjit. **Research methodology**: a step-by-step guide for beginners. London: Sage, 2005. Obra original publicada em 1996.

LAGO, Ellen Corrêa Wandembruck. **Trabalho institucional na implementação do roteiro turístico Sentidos do Campo no Estado do Paraná**. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR, 2018. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/3890>. Acesso em: 20 out. 2020.

LAWRENCE, Thomas. B.; SUDDABY Roy. Institutions and institutional work. *In*: CLEGG, Stewart R.; HARDY, Cynthia.; LAWRENCE, Thomas B.; NORD, Walter R. (ed.). **Sage Handbook of organization studies**. 2. ed. 215-254. London: Sage, 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/242437344_Institutions_and_institutional_work/link/550aa690cf290bdc10fdad3/download. Acesso em: 02 jun. 2020.

LAWRENCE, Thomas B.; SUDDABY, Roy.; LECA, Bernard (ed.). **Institutional work: actors and agency in institutional studies of organizations**. Cambridge: Cambridge University Press, New York, 2009.

LAWRENCE, Thomas. B.; WINN, Monika. I.; JENNINGS, P. Devereaux. The temporal dynamics of Institutionalization. **Academy of Management of Review**, [s. l.], v. 26, n. 4, p. 624-644. 2001. doi: <https://doi.org/10.5465/amr.2001.5393901>.

LECA, Bernard.; BATTILANA, Julie.; BOXENBAUM, Eva. Agency and institutions: a review of institutional entrepreneurship. **Academy of Management Annals**, [s. l.], 3, p. 65-107. 2009. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.F563A988&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 12 mar. 2020.

LÉVESQUE, Benoît. Les entreprises d'économie sociale, plus porteuses d'innovations sociales que les autres? Centre de recherche sur les innovations sociales. **Cahiers du CRISES – Centre de recherche sur les innovations sociales**, Montreal, v. 0205, mai. 2002. Collection Études théoriques.

LI, David Daokui.; FENG, Junxin.; JIANG, Hongping. Institutional entrepreneurs. **American Economic Association**, [s. l.], v. 96, n. 2, p. 358-362, May. 2006.

LOUNSBURY, Michael.; CRUMLEY, Ellen. T. New practice creation: an institutional perspective on innovation. **Organization Studies**, v. 28, n. 7, p. 993-1012, jul. 2007.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis Luiz.; FONSECA, Valéria Silva da.; CRUBELLATE, João Marcelo. Estrutura, agência e interpretação: elementos para uma abordagem recursiva do processo de institucionalização. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, Edição Especial, art. 4, p. 77-107. 2010. doi: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552010000600005>.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis Luiz.; FONSECA, Valéria Silva da. Competitividade organizacional: uma tentativa de reconstrução analítica. **Organizações e Sociedade**, Salvador v. 4, n. 7, dez., p. 97-114, 1996.

MACHADO-DA-SILVA, Clóvis Luiz.; GUARIDO FILHO, Edson R.; ROSSONI, Luciano. Campos organizacionais: seis diferentes leituras e a perspectiva de estruturação. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, ed. esp., art. 5, p. 109-147, 2010.

MAGUIRE, Steve.; HARDY, Cynthia.; LAWRENCE, Thomas B. Institutional entrepreneurship in emergin fields: HIV/AIDS treatment advocacy in Canada. **Academy of Management Journal**, v. 47, n. 5, p. 657-679. 2004.

MAHONEY, James; THELEN, Kathleen. A theory of gradual institutional change. *In*: MAHONEY, James; THELEN, Kathleen (ed). **Explaining institutional change: ambiguity, agency, and power**. New York: Cambridge University Press, 2010, p. 1-37.

MARANHÃO, Maria Fernanda Campelo. **Santa Felicidade, o bairro italiano de Curitiba**: um estudo sobre restaurantes, rituais e (re)construção de identidade étnica. Curitiba: SAMP, 2014. 230 p. Coleção Teses do Museu Paranaense; v. 6. ISBN 978-85-67310-12-1.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da Administração**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2009. ISBN 978-85-224-4508-0.

MERANO GASTRONOMIA. **Merano Gastronomia**. Curitiba, 2020 dezembro 10. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CIn09h5FZY1/>. Acesso em: 08 maio. 2020.

MEYER, John. W. The impact of the centralization of educational funding and control on state and local organizational governance. **Stanford Univ, CA: Institute for Research on Educational Finance and Governance**, Stanford University, Program Report n. 79-B20, Aug. 1979. Disponível em: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED202139.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2020.

MEYER, John. W.; ROWAN, Brian. Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. **American Journal of Sociology**, [S. l], v. 83, n. 2, p. 340-363, Set. 1977.

MEYER, John. W.; SCOTT, W. Richard. Centralization and the legitimacy problems of local government. *In*: MEYER, John. W.; SCOTT, W. Richard (ed.), **Organizational environments: Ritual and rationality**. Beverly Hills, CA: Sage, p. 199–215, 1983.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org). *et al.* **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002. ISBN 85.326.1453-1.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Agência Nacional de Vigilância Sanitária- ANVISA**. Distrito Federal, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/acessoainformacao/institucional>. Acesso em: 30 jun. 2021.

MORI, Marina. **Como os Madalosso construíram um império gastronômico com 15 restaurantes, bares e padaria**. Curitiba, 09 abr. 2019. Jornal Gazeta do Povo. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/restaurantes/historia-madalosso-curitiba/>. Acesso em: 28 jan. 2020.

MUTCH, Alistair. Reflexivity and the Institutional Entrepreneur: A historical exploration. **Organization Studies**, [s. l.], v. 28, n. 7, p. 1123–1140, 2007. doi: <https://doi.org/10.1177/0170840607078118>.

NASCIMENTO, Geuma Campos.; RODRIGUES, Vagner Jaime.; MEGLIORINI, Evandir. Conceitos da teoria institucional: fonte propulsora de evolução para a gestão de desempenho. *In*: **Congresso Brasileiro de Custos**, 17, 2010, Belo Horizonte. Anais [...]. Belo Horizonte, MG.

NOSTRO BAIRRO | CAÇADORES DE NOTÍCIAS. Curitiba, 04 set. 2015. 1 vídeo (2 min). Publicado por Tribuna do Paraná. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=RZPCpeLm520>. Acesso em: 20 out. 2020.

OLIVER, Christine. The antecedents of desinstitutionalization. **Organization Studies**, [s. l.], v. 13, n. 4, p. 563-588. 1992. doi: <https://doi.org/10.1177/017084069201300403>.

OMETTO, Maria Paola.; LEMOS, Evelin Lucht. Empreendedorismo institucional, agência e mudança institucional: uma contribuição ao institucionalismo organizacional. *In*: SEMEAD – SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 13, 2010. São Paulo. **Anais Eletrônicos...**, São Paulo: FEA-USP, set. 2010.

PARÓQUIA SÃO JOSÉ E SANTA FELICIDADE. **Nossa História**. Curitiba, 2020. Disponível em: <https://www.paroquiasantafelicidade.com/nossa-historia>. Acesso em: 10 jan. 2020.

140 anos de Santa Felicidade. Curitiba, 23 nov. 2018. 1 vídeo (10 min). Publicado por Paróquia São José e Santa Felicidade. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?time_continue=5&v=l4z94eHJghs&feature=emb_logo. Acesso em: 27 jan. 2020.

PARSONS, Talcott. **The structure of social action**. New York: Macmillan. 1937.

PARSONS, Talcott. **The social system**. Glencoe: The Free Press. 1951.

PECI, Alketa. A nova teoria institucional em estudos organizacionais: uma abordagem crítica. **Cadernos EBAPE. BR**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 01-12, mar. 2006. doi: <https://doi.org/10.1590/S1679-39512006000100006>.

PETROCCHI, Mario. **Gestão de pólos turísticos**. Futura. 2002.

PIMENTEL, Luís.; MAJOR, Maria. Institutional Entrepreneurship and Change: the relevance of collective action. *In: 35th EBES Conference Proceedings*, Rome, Italy. p. 529-570, 2021. ISBN *On-line* 978-605-80042-5-2.

PINTEUS, Joana Filipa da Silva. **Turismo e desenvolvimento social**: uma combinação essencial para o progresso do destino turístico. 2017. Dissertação (Mestrado em Gestão do Turismo e Hotelaria) – Universidade Europeia, 2017. Disponível em: <http://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/18584>. Acesso em: 06 set. 2020.

PORTER, Michael E. Clusters and the new economics of competition. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 6, p. 77-90, nov./dec. 1998.

POWELL, Walter. W.; DIMAGGIO, Paul. J. (Eds). **The new institutionalism in organizational analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

RECH, Gisele. **Madalosso renova marca e ganha cinema drive-in com polenta frita e refrigerante**. Curitiba, 05 maio. 2020. Jornal Gazeta do Povo. Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/restaurantes/madalosso-renova-marca-e-ganha-cinema-drive-in-com-polenta-frita-e-refrigerante/>. Acesso em: 03 abr. 2021.

REGATIERI, Ricardo Pagliuso. (2019). Teoria da ação e teoria de sistemas em Talcott Parsons e Jürgen Habermas. **Estudos de Sociologia**, Recife, v. 2, n. 25, p. 189-212, 2019. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revsocio/article/view/243767>. Acesso em: 15 jun. 2020.

REISS, Carlos. **Assembleia reconhece utilidade pública de entidade em Santa Felicidade**. Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, 19 mar. 2008. Disponível em: <http://www.assembleia.pr.leg.br/comunicacao/noticias/assembleia-reconhece-utilidade-publica-de-entidade-em-santa-felicidade>. Acesso em: 29 jan. 2020.

RESTAURANTE CASA DOS ARCOS. **Sobre**. Curitiba, 2021. Disponível em: <https://casadosarcos.com.br/home>. Acesso em: 01 jul. 2021.

RESTAURANTE CASCATINHA. **Home**. Curitiba, 2020. Disponível em: <https://www.cascatinharestaurante.com/>. Acesso em: 01 maio. 2020.

RESTAURANTE CASTELLO TREVIZZO. Comunicado aos nossos clientes e fornecedores. Curitiba, 2020 nov 04. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CHLZvljOxy/>. Acesso em: 16 jul. 2021.

RESTAURANTE IGUAÇU. **Sobre Nós**. Curitiba, 2020. Disponível em: <https://www.restauranteiguacu.com.br/>. Acesso em: 20 nov. 2020.

RESTAURANTE PEIXE FRITO. **Sequência Peixe Frito**. Curitiba, 2020 outubro 13. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CGSOlqyld3f/>. Acesso em: 15 mar. 2021.

RESTAURANTE PETIT CHÂTEAU. **Sequência de fondues**. Curitiba, 2020 novembro 25. Instagram. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/CICFCC3FfJ2/>. Acesso em: 15 mar. 2021.

RESTAURANTE PORTAL. **Sobre o restaurante**. Curitiba, 2019. Disponível em: <http://www.restaurantportal.com.br/restaurante.php>. Acesso em: 01 maio. 2020.

ROLDAN, Vivianne Pereira Salas; OLIVEIRA, Cristiano Frota de. A dinâmica de atores num campo emergente: análise fenomenológica do Setor de Jogos Eletrônicos na perspectiva do empreendedorismo institucional, em Fortaleza, Ceará. **Perspectivas Contemporâneas**, v. 12, n. 1, p. 147-168, jan./abr. 2017. Disponível em: <http://revista2.grupointegrado.br/revista/index.php/perspectivascontemporaneas/articloe/view/2295>. Acesso em: 11 nov. 2020.

SACCOL, Amarolinda Zanela. Um retorno ao básico: compreendendo os paradigmas de pesquisa e sua aplicação na pesquisa em administração. **Revista de Administração da UFSM**, Santa Maria, v. 2, n. 2, p. 250-269, maio./ago. 2009. doi: <http://dx.doi.org/10.5902/198346591555>.

SANDER, Josué Alexandre; CUNHA, Cleverson Renan da. Atores sociais e campo organizacional: estratégias discursivas e de mobilização de recursos na construção do complexo avícola na Cooperativa Agroindustrial Copagril. **RAM. Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, SP, v. 14, n. 4, p. 189-221, 2013. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ram/a/LBdBx56RcFrpJKB6SymsVBK/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 11 nov. 2020.

SANTA FELICIDADE ANTIGAMENTE. **Eu amo Santa Felicidade**. Curitiba, 2014 nov. 03. Facebook – Grupo. Disponível em: <https://www.facebook.com/SantaFelicidade.Mozzilli/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

SANTA FELICIDADE ANTIGAMENTE. **Hoje a nossa homenagem**. Curitiba, 2015 ago. 14. Facebook – Grupo. Disponível em: <https://www.facebook.com/SantaFelicidade.Mozzilli/>. Acesso em: 10 maio. 2020.

SANTOS, Felipe Pinheiro dos. **Empreendedorismo Institucional na Cadeia Produtiva da Castanha-da-Amazônia no Estado de Rondônia**. 2018. Dissertação

(Mestrado em Administração) – Fundação Universidade Federal de Rondônia, Porto Velho, RO, 2018. Disponível em: <https://www.ri.unir.br/jspui/handle/123456789/2608>. Acesso em: 11 nov. 2020.

SÁ-SILVA, Jackson Ronie.; ALMEIDA, Cristóvão Domingos de.; GUINDANI, Joel Felipe. Pesquisa documental: pistas teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de História & Ciências Sociais**, [s. l.], v. 1, n. 1, p. 01-15, jul. 2009.

SCOTT, W. Richard. The adolescence of institutional theory. **Administrative Science Quarterly**, v. 32, n. 4, p. 493-511, 1987.

SCOTT, W. Richard. **Organizations: rational, natural, and open systems**. 3. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1992. Obra original publicada em 1981.

SCOTT, W. Richard. Conceptualizing organizational fields: Linking organizations and societal systems. In: DERLIEN, Hans-Ulrich.; GERHARDT, Uta.; SCHARPF, Fritz W. (ed). **Systems rationality and partial interests**. Baden-Baden: Nomos, 1994. p. 203-221.

SCOTT, W. Richard. **Institutions and organizations: ideas and interests**. 3. ed. Los Angeles: Sage Publications, 2008. Obra original publicada em 1995.

SEBRAE. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Como o Sebrae atua no segmento de Turismo**. [s. l.], 2018. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/segmentos/turismo/como-o-sebrae-atua,cdfc747f0a5af510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 10 dez. 2019.

SELZNICK, Philip. **Leadership in Administration**. New York: Harper e Row, 1957.

SILVA, André Luiz Barbosa da; PARENTE, Juracy. A influência da maturidade do campo institucional na legitimidade do empreendedor institucional varejista. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, [s. l.], v. 20, n. 2, p. 262-292, maio 2021. ISSN 1677-7387. Disponível em: <http://periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/3174>. Acesso em: 23 jun. 2021. doi:<https://doi.org/10.21529/RECADM.2021009>.

SILVA, Kely Cristina Mendes da. **A importância do Turismo para o desenvolvimento econômico do Estado do Espírito Santo**. 2004. 65f. Monografia (Centro de Ciências Jurídicas e Econômicas, Departamento de Economia, Curso de Economia) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2004. Disponível em: <https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Publicacoes/Outras/Monografias/KELYCRISTINAMENDESASILVA.pdf>. Acesso em: 06 set. 2020.

SMOTHERS, Jack *et al.* Institutional entrepreneurship as emancipating institutional work: James Meredith and the integrationist movement at Ole Miss. **Journal of Management History**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 114–134, 2014. Disponível em: <https://www-emerald.ez48.periodicos.capes.gov.br/insight/content/doi/10.1108/JMH->

06-2012-0047/full/html. Acesso em: 12 mar. 2020. doi: <https://doi.org/10.1108/JMH-06-2012-0047>.

SMS. SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE. **Histórico da Secretaria**. Curitiba, 2020. Disponível em: <https://saude.curitiba.pr.gov.br/a-secretaria/historico-da-secretaria.html>. Acesso em: 29 jan. 2020.

SOARES, Eline Alves. **O bairro turístico gastronômico da varjota em Fortaleza: desvendando a cozinha tradicional cearense**. 2016. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos) – Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Ceará, 2016. Disponível em: http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/UECE-0_b3157f7064f9c6fd022169a73e81e6b4. Acesso em: 15 ago. 2020.

SOUSA-SANTOS, Thiago de; SILVA-PEREIRA, Raquel da. O Turismo como impulsionador do desenvolvimento regional: análise no Campo das Vertentes (MG), Brasil. **EURE** (Santiago), Santiago, v. 46, n. 137, p. 113-133, enero 2020. Disponível em: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612020000100113&lng=es&nrm=iso. Acesso em: 06 set. 2020. doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612020000100113>.

STAKE, Robert E. **Pesquisa qualitativa: estudando como as coisas funcionam**. Tradução Karla Reis. Porto Alegre: Penso, 2011. ISBN 978-85-63899-33-0. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788563899330/pageid/1>. Acesso em: 07 jun. 2020.

STEIN, Augusto Cesar; NETO, Eduardo Hack; DECHECHI, Eduardo Cesar. Reflexões sobre os impactos socioeconômicos do turismo no município de Foz do Iguaçu. **Revista Turismo: estudos e práticas (RTEP/UERN)**, v. 7, n. 2, jul./dez. 2018. Disponível em: <http://periodicos.uern.br/index.php/turismo/article/view/3185/1714>. Acesso em: 06 set. 2020. ISSN 2316-1493.

SUCHMAN, Mark. C. Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. **Academy of Management Review**, v. 20, n. 3, p. 571–610, 1995.

SUDDABY, Roy.; GREENWOOD, Royston. Rhetorical strategies of legitimacy. **Administrative Science Quarterly**, [s. l.], v. 50, n. 1, p. 35–67, mar. 2005. doi: <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.1.35>.

SVEJENOVA, Silviya.; MAZZA, Carmelo.; PLANELLAS, Marcel. Cooking up change in haute cuisine: Ferran Adrià as an institutional entrepreneur. **Journal of Organizational Behavior**, [s. l.], v. 28, p. 539-561, 2007. doi: <https://doi.org/10.1002/job.461>.

THIOLLENT, Michel. Estudos organizacionais: possível quadro referencial e interfaces. **Revista Brasileira de Estudos Organizacionais**, [s. l.], v. 1, n. 1, jan./jul. 2014. doi: <https://doi.org/10.21583/2447-4851.rbeo.2014.v1n1.28>.

TOLBERT, Pamela S.; ZUCKER, Lynne G. A institucionalização da teoria institucional. *In*: Stewart Clegg, HARDY, Cynthia.; NORD, Walter (org). **Handbook de estudos organizacionais, modelos de análise e novas questões em estudos organizacionais**. 7. reimp. São Paulo: Atlas, 2014.

VERONA EVENTOS. **Verona Frente/Verona Casamento**. Curitiba, 2021. Disponível em: <https://www.buffetverona.com.br/>. Acesso em: 04 jul. 2021.

VIEIRA, Ana Paula. **Institucionalização do ambiente virtual de aprendizagem no ensino superior**: o caso da Universidade Federal do Paraná. Dissertação (Mestrado em Administração). Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR, 2019. Disponível em: <http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/4745>. Acesso em: 20 nov. 2020.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Tradução Cristhian Matheus Herrera. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. ISBN 9788582602324. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788582602324/>. Acesso em: 07 jun. 2020.

ZANETI, Tainá Bacellar. **Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia**: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais. Dissertação (Mestrado em Agronegócios) – Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília, Distrito Federal, 2012. Disponível em: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsndl&AN=edsndl.oai.unio.n.ndltd.org.IBICT.oai.agregador.ibict.br.BDTD.oai.bdttd.ibict.br.UNB.hdl.10482.749.oai.repositorio.bce.unb.br.10482.12019&lang=pt-br&site=eds-live&scope=site>. Acesso em: 15 jun. 2020.

ZUCKER, Lynne G. The role of institutionalization in cultural persistence. **American Sociological Review**, [s. l.], v. 42, n. 5, p. 726-743, Oct. 1977.

APÊNDICE A – Termo de consentimento livre e esclarecido (Entrevistas).



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado (a) a participar de uma pesquisa, de forma voluntária. Após ser esclarecido (a) sobre a intenção desse estudo, caso aceite realizar a entrevista, por favor, assine ao final em duas vias.

1. SOBRE A PESQUISA

Essa pesquisa faz parte do Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Campus Curitiba, como cumprimento de requisito parcial do curso de mestrado.

Título: Empreendedorismo Institucional: Um Estudo de Caso sobre o Polo Gastronômico de Santa Felicidade, Curitiba, PR, Brasil.

Pesquisadora: Danielle Ferraz Vieira, aluna do PPGA.

Orientador: Prof. Dr. Márcio Jacometti.

Local da pesquisa: Setor turístico-gastronômico do Bairro Santa Felicidade, Curitiba, PR.

A pesquisa refere-se à temática do empreendedorismo institucional, cujo objetivo é compreender como as ações de empreendedorismo institucional influenciaram na formação do campo organizacional do Polo Gastronômico de Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil, no período entre as décadas de 1920 a 2020. Dessa forma, os questionamentos presentes no roteiro de entrevista abordam aspectos como: a história do Bairro Santa Felicidade; ações de empreendedorismo institucional desenvolvidas por atores sociais imersos neste contexto institucional; identificação de instituições criadas e mantidas; considerações sobre os ambientes técnico e institucional; bem como a formação do referido campo organizacional.

Os procedimentos metodológicos adotados nesse Estudo de Caso Único (Setorial) são: pesquisa documental e entrevistas semiestruturadas. As entrevistas são direcionadas aos fundadores e/ou representantes (proprietários, gestores, colaboradores) das organizações que compõem a amostra. Para tal, manifesta-se também o interesse em realizar a gravação das entrevistas, com o objetivo de preservar a fala do entrevistado e otimizar o processo de transcrição.

2. DA PUBLICAÇÃO DOS RESULTADOS

Os dados serão utilizados na dissertação de mestrado, cuja defesa ocorrerá de forma pública. As informações poderão ainda compor publicações científicas futuras.

3. PARTICIPAÇÃO NA PESQUISA: CONSENTIMENTO.

Declaro ter conhecimento das informações contidas nesse documento e ter recebido respostas às minhas questões a propósito da minha participação nesse estudo. Bem como ter sido informado (a) que não haverá qualquer despesa relacionada à participação na pesquisa, nem quaisquer compensações financeiras.

Decidi, livre e voluntariamente, participar deste estudo.

Nome Completo: _____ / RG: _____

E-mail: _____ / Telefone: _____

Assinatura entrevistado (a): _____

Autorizo a publicação dos dados nos seguintes termos:

- () autorizo a publicação dos dados, sem ressalvas.
 () autorizo a publicação dos dados, desde que utilizados pseudônimos (nomes fictícios).

E ainda, quanto à condução da entrevista:

- () autorizo a gravação. () não autorizo a gravação.

Eu, Danielle Ferraz Vieira, portadora do RG: ____, declaro ter apresentado a intenção do estudo e sanado todas as dúvidas do (a) entrevistado (a). Para questões relativas ao estudo a comunicação poderá ser realizada através do e-mail: vieira.d.ferraz@gmail.com ou telefone: ____.

 (Assinatura da pesquisadora)

Curitiba, ____ de _____ de 2020.

Este termo de consentimento foi adaptado de “Termo de Consentimento Livre e Esclarecido maiores de 18”, disponível no link: <http://portal.utfpr.edu.br/comissoes/permanentes/comite-de-etica-em-pesquisa/roteiro-de-termos/TCLE.docx/view>, cuja última modificação data de 26/03/2018 às 16h11.

Contato do Comitê de Ética em Pesquisa que envolve seres humanos para denúncia, recurso ou reclamações do participante pesquisado:

Comitê de Ética em Pesquisa que envolve seres humanos da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (CEP/UTFPR).

Endereço: Av. Sete de Setembro, 3165, Bloco N, Térreo, Rebouças, CEP 80230-901, Curitiba-PR, Telefone: 41 3310-4494, E-mail: coep@utfpr.edu.br

APÊNDICE B - Roteiro de entrevista (Empresas).

Identificação do entrevistado

Nome completo:

Empresa:

Tempo de atuação na empresa: _____ Função desempenhada _____

Descendência italiana?

() sim – caso descenda dos fundadores da colônia, pertence a qual geração? ____ | () não

ROTEIRO PARA EMPRESAS GASTRONÔMICAS (RESTAURANTES; ADEGAS E LOJA DE CHOCOLATE).

1. Como surgiu a sua empresa?
2. Possui outros estabelecimentos voltados à gastronomia / turismo em Santa Felicidade?
3. Quais eram os ofícios da sua família antes de abrir esse empreendimento?
4. Existiam outros estabelecimentos ligados à gastronomia / turismo em Santa Felicidade, antes da abertura da sua empresa? Comente.
5. A gestão da sua empresa é familiar?
6. Comente sobre a estrutura física da empresa / atendimento (nº estimado de atendimento, volume de refeições produzidas, volume de uva e de vinho produzido, quantidade de lugares, número de salões).
7. P/ restaurantes: Desde a abertura do empreendimento até o momento, houve mudanças no cardápio / preparação dos pratos / novos produtos e serviços?
P/ adegas: Desde a abertura do empreendimento até o momento, houve mudanças na forma de produzir os vinhos? Surgiram novos produtos?
8. Quais os canais de venda utilizados para a comercialização dos seus produtos? *No caso das adegas, questionar se fornecem vinho para os restaurantes da região.
9. Comente sobre funcionários (forma de contratação, treinamento / profissionalização, rotatividade).
10. Comente sobre fornecedores (processo de compras de insumos, padrões de seleção e manutenção de fornecedores, localização, atendimento a outros estabelecimentos do Bairro).
11. Qual é o seu diferencial competitivo?
12. Vocês receberam algum tipo de premiação, certificação, ou menção honrosa ao longo dos anos?
13. Quem é o público do seu estabelecimento?

14. Ao longo dos anos, quais foram as principais mudanças no seu estabelecimento (estruturais, tecnológicas, outras)?
15. Em termos de legislação, quais são as exigências que devem ser cumpridas para manter o estabelecimento em funcionamento?
16. Há alguma política de cooperação entre a sua empresa e outras da região? Algo com o intuito de beneficiar a todos? Por exemplo, realização de compras de insumos conjuntamente e investimentos em *marketing* para atrair turistas.
17. Em sua opinião, considerando as empresas gastronômicas da região, você percebe semelhanças entre elas? Existem práticas que são copiadas? Comente.
18. Em sua opinião, a existência de várias empresas gastronômicas próximas entre si, reflete mais fortemente em competição (disputa de mercado) ou cooperação (se ajudam)? Comente.
19. Sua empresa é associada à ACISF/ outras entidades? Comente sobre a atuação da associação.
20. Em sua opinião, a Igreja Matriz (Paróquia São José e Santa Felicidade) / Padre exerce (ou exerceu) algum tipo de representatividade local? Comente.
21. A sua empresa tem algum tipo de participação na Festa da Uva de Santa Felicidade? Comente.
22. Em sua opinião, a Festa da Uva de Santa Felicidade traz algum benefício para o seu estabelecimento? Ou considera como um concorrente?
23. Qual é a sua percepção quanto à atividade turística em Santa Felicidade? (Benéfica / Prejudicial; itens a serem melhorados).
24. Em sua opinião, ao longo dos anos, existe alguém que inovou / contribuiu para o desenvolvimento do Bairro Santa Felicidade / Setor turístico-gastronômico? Comente.
25. Em sua opinião, existe alguém (pessoa / empresa / outros) com interesses particulares/ políticos distintos da maioria, no sentido de reestruturar o setor e promover grandes mudanças? Ou acredita haver uma tendência à manutenção das práticas existentes?
26. Quanto à situação da pandemia, poderia comentar sobre os impactos e as medidas adotadas para o enfrentamento dessa situação.
27. Considerando as adaptações / mudanças / inovações que surgiram com a pandemia, existe alguma que pretende manter no pós-pandemia? Algo que tenha surtido efeito positivo? Comente.
28. Em relação às alterações de decretos durante a pandemia, por quais meios obtinham essas informações?

*** A pergunta 29 é destinada a entrevistados que sejam descendentes dos primeiros imigrantes da Colônia / ou que apresentem grande conhecimento sobre a história do Bairro. ***

29. Comente sobre o funcionamento do Bairro ao longo dos tempos:

- Ofícios existentes na Colônia; relações sociais / comerciais entre as famílias;
- Primeiras pessoas a trabalhar com alimentação – Júlia Toaldo;
- Fim dos parreirais; fechamento de restaurantes; outros;
- Famílias que trabalham / trabalhavam com vime

30. Por fim, considerando tudo o que foi abordado, tem algo que queira comentar?

ADAPTAÇÃO DO ROTEIRO PARA EMPRESAS NÃO GASTRONÔMICAS (CARPINTARIA E LOJA DE ARTESANATO EM VIME).

*** O mesmo roteiro foi utilizado, porém as perguntas foram ajustadas considerando a especificidade de cada atividade.

P/ CARPINTARIA:

Levantamento sobre:

- a arte da tanoaria (fabricação de tonéis para armazenamento do vinho);
- confecção de carroças;
- transição da tanoaria para carpintaria;

P/ ARTESANATO:

Levantamento sobre:

- A utilização do vime antigamente x atualidade;
- migração da fabricação de produtos em vime, passando apenas a comercialização.

APÊNDICE C - Roteiro de entrevista destinado a Paróquia São José e Santa Felicidade (Festa da Uva / Festa do Frango, Polenta e Vinho).

Identificação do entrevistado

Nome completo:

Descendência italiana?

() sim – caso descenda dos fundadores da colônia, pertence a qual geração? ____ | () não

Tempo de atuação na igreja/festas: _____ Função desempenhada _____

1. Como surgiu a Festa da Uva?
2. Por gentileza, comente sobre a organização/funcionamento da Festa.
3. Atualmente qual é o objetivo da Festa?
4. Há cobrança no valor de entrada?
5. Quais produtos são comercializados?
6. Considerando desde as primeiras edições da Festa até o momento, quem são os fornecedores de uvas e vinhos?
7. Os fornecedores dos demais insumos são da região/Curitiba?
8. São mantidos sempre os mesmos fornecedores?
9. Pode dar exemplos em números: quantidade de uva comercializada; porções.
10. Quais são as maiores dificuldades para a realização da Festa da Uva?
11. Qual é o público do evento?
12. Aproximadamente quantos visitantes recebem por edição?
13. Existe o apoio de entidades / empresas / órgãos públicos para a realização da Festa? Em caso positivo, quem apoia e de que forma?
14. A ACISF apoia de alguma forma a realização da festa? Comente.
15. As empresas locais (restaurantes, adegas, outros) tem participação na festa? Comente.
16. Ao longo dos anos, quais foram as principais mudanças (estrutural, tecnológica, outras) observadas em relação às Festas da Uva e Festas do Frango, Polenta e Vinho?
17. Em termos de legislação, quais são as exigências para a execução das Festas?
18. Em sua opinião a Festa da Uva contribuiu para o turismo local/ empreendimentos gastronômicos?
19. Qual é a sua percepção quanto à atividade turística em Santa Felicidade? (Benéfica/Prejudicial).
20. Existe alguém (pessoa / empresa / entidade) que inovou / contribuiu para o desenvolvimento do Bairro Santa Felicidade / Setor turístico-gastronômico? De que forma?
21. Em sua opinião existe alguém (pessoa / empresa / entidade) que apresenta interesses particulares / políticos distintos da maioria, no sentido de reestruturar o setor e promover grandes mudanças? Ou acredita haver uma tendência à manutenção das práticas existentes?

22. Como surgiu a Festa do Frango, Polenta e Vinho?

23. Existe diferença entre a Festa da Uva e a Festa do Frango Polenta e Vinho? Comente.

24. A pandemia impactou de alguma forma a realização das Festas? Em caso positivo, quais foram às mudanças/adaptações realizadas? (Identificar decretos proibitivos para realização das festas; cancelamento de edição, outros).

*** A pergunta 25 é destinada, caso o entrevistado seja descendente dos primeiros imigrantes da Colônia / ou apresente grande conhecimento sobre a história do Bairro. ***

25. Comente sobre o funcionamento do Bairro ao longo dos tempos:

- Ofícios dos seus antecedentes;
- Ofícios existentes na Colônia; relações sociais / comerciais entre as famílias;
- Primeiras pessoas a trabalhar com alimentação – Júlia Toaldo;
- Fim dos parreirais; fechamento de restaurantes; outros;
- Famílias que trabalham / trabalhavam com vime
- Construção da Igreja Matriz

26. Por fim, considerando tudo o que foi abordado, tem algo que queira comentar?

APÊNDICE D - Roteiro de entrevista (ACISF).

Identificação do entrevistado

Nome completo:

Descendência italiana?

() sim – caso descenda dos fundadores da colônia, pertence a qual geração? ____ | () não

Tempo de atuação na associação: _____ Função desempenhada _____

1. Como surgiu a ACISF?
2. Qual é o papel / função da associação?
3. Quais foram, ao longo do tempo, as ações e conquistas promovidas pela ACISF?
4. A ACISF recebeu alguma premiação / menção honrosa ao longo dos anos?
5. Que atividades / benefícios a ACISF oferta aos seus associados?
6. Qual é a frequência de contato / reuniões com os associados?
7. Quais são as principais demandas dos empresários locais?
8. O que é necessário para ser um associado ACISF?
9. Atualmente, quantas empresas estão associadas à ACISF? Este número se manteve constante ao longo dos anos? Comente.
10. Existe resistência das empresas para se tornar um associado?
11. Existe resistência dos empresários em participar das atividades propostas pela ACISF?
12. Existe algum tipo de dificuldade em manter a ACISF em funcionamento?
13. A Associação possui relacionamento (parcerias / convênios) com outras entidades? Comente (quais entidades; como funciona a parceria; qual a frequência de contato com os parceiros).
14. Qual é a sua percepção quanto à atividade turística em Santa Felicidade? Comente.
15. A Associação promove atividades voltadas ao turismo? Comente.
16. Há projetos em andamento para o Setor turístico-gastronômico do Bairro Santa Felicidade?
17. O Setor turístico-gastronômico de Santa Felicidade possui algum selo de qualidade?
18. Em sua opinião, a existência de várias empresas gastronômicas próximas entre si, reflete mais fortemente em competição (disputa de mercado) ou cooperação (se ajudam)? Comente.
19. Você percebe no Setor iniciativas de cooperação entre as empresas? Por exemplo, compras de insumos conjuntamente e investimentos em *marketing* para atrair turistas.
20. Em sua opinião, considerando principalmente os estabelecimentos gastronômicos, percebe a adoção de práticas semelhantes no Setor? Comente.
21. Enquanto associação, você tem percebido ao longo dos anos uma maior procura por capacitação / profissionalização do setor? Comente.
22. Quanto à legislação, o que é necessário para a ACISF permanecer em funcionamento?

23. Em sua opinião, a Igreja Matriz (Paróquia São José e Santa Felicidade) / Padre exerce (ou exerceu) algum tipo de representatividade local? Comente.
24. A ACISF tem algum tipo de participação na Festa da Uva de Santa Felicidade? Comente.
25. Em sua opinião, ao longo dos anos, existe alguém que inovou / contribuiu para o desenvolvimento da região? Comente.
26. Em sua opinião, existe alguém (pessoa / empresa / outros) com interesses particulares/ políticos distintos da maioria, no sentido de reestruturar o setor e promover grandes mudanças? Ou acredita haver uma tendência à manutenção das práticas existentes?
27. Quanto à situação da pandemia, poderia comentar sobre os impactos e as medidas adotadas pela ACISF para o enfrentamento dessa situação?
28. Por fim, considerando tudo o que foi abordado, tem algo que queira comentar?

APÊNDICE E – O início do estudo

Considerando a motivação exposta anteriormente na justificativa e as primeiras orientações do Prof. Dr. Márcio Jacometti durante a disciplina de Tecnologia, Mudança e Instituições, bem como uma avaliação solicitada na disciplina de métodos qualitativos de pesquisa (Prof. Dr. Leonardo), foi realizada uma pesquisa documental visando obter aproximação com o campo empírico e com a lente teórica a ser adotada nessa dissertação de mestrado. A discussão foi gerada em torno do seguinte objetivo: identificar quais fatores institucionais influenciaram na formação do Polo Gastronômico, no Bairro Santa Felicidade, na Cidade de Curitiba, Paraná, Brasil. Após sugestões de melhoria o artigo foi enviado à Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), Qualis B1, no dia 23 de maio de 2020 e no dia seguinte ao Encontro da ANPAD (EnANPAD 2020).

Em relação ao EnANPAD, no dia 07 de julho de 2020, obteve-se parecer positivo para apresentação oral e publicação nos anais eletrônicos.

EnANPAD 2020
Evento On-line - 14 a 16 de outubro 2020

ASSOCIAÇÃO
NACIONAL
DE
ANPAD
PÓS-GRADUAÇÃO
E PESQUISA
EM ADMINISTRAÇÃO

DECLARAÇÃO

Declaramos para os devidos fins que o trabalho EOR1451 - Tema 8 - "Da Colônia ao Polo Gastronômico de Santa Felicidade: uma Pesquisa Institucional Documental" dos autores Danielle Ferraz Vieira (Prog de Pós-Grad em Admin/Curso de Mestr Acadêmico em Admin/PPGA/UTFPR - Universidade Tecnológica Federal do Paraná) e Márcio Jacometti (Prog de Pós-Grad em Admin/Curso de Mestr Acadêmico em Admin/PPGA/UTFPR - Universidade Tecnológica Federal do Paraná), foi submetido e selecionado para apresentação oral e publicação nos anais eletrônicos da ANPAD (site), no XLIV ENCONTRO DA ANPAD - EnANPAD 2020, que ocorrerá em Evento On-line - 14 a 16 de outubro 2020.

Quanto à submissão para a RECADM, no dia 14 de junho de 2020, após uma primeira rodada de avaliações, foram sugeridos ajustes. Após as devidas correções, a ressubmissão ocorreu em 15 de julho, e posteriormente em 30 de julho obteve-se parecer positivo. O material encontra-se disponível em: <http://www.periodicosibepes.org.br/index.php/recadm/article/view/3281>.

Para citações (ABNT): VIEIRA, Danielle Ferraz; JACOMETTI, Márcio. De colônia de imigrantes a um polo gastronômico: uma pesquisa institucional documental. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, [S. l.], v. 20, n. 1, p. 84-116, jan. 2021. ISSN 1677-7387. doi: <https://doi.org/10.21529/RECADM.2021003>.