

NO PANORAMA CONCEITUAL DA HOSPITALIDADE, A PRESENÇA DE NOVOS APORTEs TEÓRICOS

Ana Carolina Oliveira¹
Universidade de Caxias do Sul

Marcia M. Cappellano dos Santos²
Universidade de Caxias do Sul

RESUMO: A hospitalidade está no cerne das relações humanas. A interação entre sujeitos, o contato humano, o acolher e o sentir-se acolhido alimentam essas relações e as potencializam. Por isso, esse fenômeno social está intimamente ligado ao turismo, uma vez que este, sem desconsiderar dimensões de cunho mais pragmático, está assentado principalmente em sua dimensão humana. Nessa perspectiva, o presente trabalho pretende sinalizar como a produção científica acerca da relação de hospitalidade entre anfitrião e hóspede vem sendo abordada no Brasil e em outros países. Nessa sistematização, tece um panorama conceitual sobre a hospitalidade e nele, focaliza, particularmente, uma abordagem construída com aportes da psicologia social e da psicanálise. Este estudo é parte integrante de pesquisa bibliográfica inicial realizada para desenvolvimento de uma dissertação no âmbito do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul.

Palavras-chave: Dimensão relacional da hospitalidade; Hospitalidade e Turismo; Dimensão psico-antropológica da hospitalidade.

1. INTRODUÇÃO

O estudo da hospitalidade vem se aprofundando e expandindo, mesmo que aos poucos, nos diversos países do mundo e, ultimamente, não se restringindo somente aos aspectos das relações comerciais e de consumo. O tema vem sendo pesquisado a partir de uma perspectiva mais ampla, que abrange o conjunto de valores, modelos e ações presentes em todas as circunstâncias do fazer humano relacionado ao ato de acolher

¹ Mestranda do Programa de Pós-graduação em Turismo - Mestrado da Universidade de Caxias do Sul, Especialista em Educação e Desenvolvimento Sustentável pela Universidade Federal Rural de Pernambuco. Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora. E-mail: anacarolina_rmelo@hotmail.com

²Doutora em Educação pela Universidade Federal de São Carlos/SP; docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo – Mestrado da Universidade de Caxias do Sul. E-mail: mcsantos@ucs.br

pessoas. No Brasil, a hospitalidade vem sendo abordada sob essa perspectiva, por autores como Luiz Octávio de Lima Camargo (2003, 2004, 2005, 2007), Ada de Freitas Maneti Dencker (2004, 2005), Celia Maria de Moraes Dias (2002), Lucio Grinover (2007, 2008), entre outros.

Nessa direção, o presente artigo busca apresentar como a relação de hospitalidade entre anfitrião e hóspede vem sendo discutida por autores brasileiros e internacionais da área do turismo e de áreas afins. Para isso, o trabalho sistematiza aportes teóricos de Camargo – autor reconhecido por suas obras e, ainda, por ser um dos primeiros estudiosos da área no Brasil –, alguns estudos desenvolvidos no exterior e, por último, focaliza alguns contributos trazidos da psicologia social e da psicanálise na tentativa de ampliar a compreensão do fenômeno da hospitalidade e de sua relação com o turismo.

2. DIMENSÃO RELACIONAL DA HOSPITALIDADE: ENCONTROS ENTRE ANFITRIÃO E HÓSPEDE

Neste percurso conceitual, que será balizado pelas pesquisas de Camargo – que parte de estudiosos brasileiros e se estende a autores estrangeiros –, a hospitalidade é focalizada no âmbito da troca, sob duas lentes analíticas principais: ora a troca como comércio, ora, como dádiva.

De acordo com Camargo (2007), ao serem focalizadas as relações entre visitantes e visitados nos estudos do turismo, a hospitalidade como dádiva poderia ampliar e aprofundar as pesquisas que atualmente se desenvolvem, no Brasil, dentro do turismo e das Ciências Humanas e Sociais.

A partir dessa perspectiva, o autor assinala que a hospitalidade não é um negócio. Segundo ele, quando se fala em troca entre pessoas, geralmente se pensa no comércio, no mercado. Porém, esse modelo econômico precedeu outro modelo de trocas, centrado na dádiva, que mesmo hoje, ainda está presente. O dever triplo de dar, receber e retribuir é a base da dádiva, que encontra suas origens na obra de Marcel Mauss, “Sociologia e Antropologia”, cuja primeira edição data de 1950.

Mauss (2003), por meio de uma série de pesquisas e estudos, analisou as formas de contrato e o sistema de trocas e de prestações econômicas de sociedades da

Polinésia, Melanésia, do Noroeste americano, e alguns modelos primordiais de Direito, como o romano, o hindu e o germânico.

Conforme Mauss (2003), as trocas de dádiva têm grande importância para a comunidade e para as famílias e não têm a mesma finalidade que o comércio e as trocas nas sociedades mais desenvolvidas, já que “a finalidade é antes de tudo moral, seu objetivo é produzir um sentimento de amizade entre as duas pessoas envolvidas, e, se a operação não tivesse esse efeito, faltaria tudo...” (p.211). O compromisso moral e ético é fundamental nesse processo de receber o presente e retribuir, e nenhuma pessoa ou família é livre para não aceitar um presente, pois essa troca tem o sentido da reciprocidade e expressa sentimento de gratidão e respeito para com o outro. Desse modo, existe, ao mesmo tempo, uma liberdade e uma obrigação de dar e receber, assim como uma liberdade e uma obrigação de retribuir. Essas obrigações “se exprimem de maneira mítica, imaginária ou, se quiserem, simbólica e coletiva: estas jamais se separam completamente de quem as troca; a comunhão e a aliança que elas estabelecem são relativamente indissolúveis” (p.232). O principal no sistema de dádivas é estabelecer relações, o vínculo social, a sociabilidade.

Mais do que isso, dentro desse processo de dar-receber-retribuir, os membros das comunidades buscam ir além do que foi recebido, dando algo ainda melhor para o outro. Porém, as trocas não são só materiais, o processo envolve trocas espirituais, de afeto, de amizade, ou, para o autor, envolve “misturas”. “Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca” (MAUSS, 2003, p.212).

O autor acrescenta que, em todo esse processo de trocas, há uma multiplicidade de direitos e deveres de consumir e retribuir, relacionados a direitos e deveres de dar e receber. “Mas essa mistura íntima de direitos e deveres simétricos e contrários **deixa de parecer contraditória** se pensarmos que há, antes de tudo, **mistura de vínculos espirituais entre as coisas**” (2003, p.202) [grifo do autor]. Essas coisas são almas, têm alma, e são os indivíduos e grupos que as tratam como coisas. Assim, reitera que os ritos, alimentos, serviços, mulheres, filhos, bens, solo, ofícios sacerdotais e funções são objeto de troca e prestação de contas. “Tudo vai e vem como se houvesse troca constante de uma matéria espiritual que compreendesse coisas e homens, entre os clãs e os indivíduos, repartidos entre funções, os sexos e as gerações” (p.203).

Do sistema de dídivas, paradoxalmente voluntário e obrigatório nas sociedades analisadas por Mauss, é a “troca de almas”, são os “vínculos espirituais” que se aproximam dos sentimentos como gratidão, reciprocidade, cordialidade, solidariedade, hospitalidade, no sentido da solidificação de uma ética e moral próprias do seres humanos, mesmo no âmbito das trocas comerciais.

Diferentes estudiosos da hospitalidade buscaram inspiração direta ou indiretamente na teoria da dídiva de Mauss, compartilhando com este o entendimento da dimensão humana da hospitalidade e a ideia de um ritual que pressupõe uma continuidade. “O hóspede numa cena converte-se em anfitrião numa segunda cena, e essa inversão de papéis prossegue sem fim. Nesse sentido, a hospitalidade é o ritual básico do vínculo humano, aquele que o perpetua nessa alternância de papéis” (CAMARGO, 2007, p.7). Camargo (2003, 2004, 2005, 2007), Dencker (2004, 2005), Grinover (2007, 2008), Gidra e Dias (2004) situam-se entre esses estudiosos.

Camargo (2005, p.717) destaca ainda que, “mais que o dom, a dídiva, o que importa é o vínculo social (a ser) criado. Dar é sacrificar algo que se tem em nome de algo, notadamente no plano ético. O sacrifício é, pois, um componente essencial da hospitalidade”. Nesse sentido, o autor ressalta que a hospitalidade adquire sua expressão mais sublime na moral humana, a de suturar, sedimentar, e vivificar o tecido social. Cabe lembrar aqui o pesquisador francês Alain Montandon (2003, p.132), que, de modo aproximado, enfatiza que a hospitalidade é uma das formas mais essenciais da socialização:

[...] é uma maneira de se viver em conjunto regida por regras, ritos e leis. Homero havia estabelecido regras fixas da hospitalidade e o seu desenvolvimento, desde o instante em que um visitante chega à casa do anfitrião até o momento de sua partida. Tal cena se decompõe em uma série de microcenas, incluindo, entre outras: a chegada, a recepção, o ato de se acomodar, festejar, dizer seu nome e sua pátria, se deitar, se banhar, a entrega dos presentes, as despedidas. Tudo isso sendo altamente significativo em termos de um ritual bem-estabelecido, de acordo com as fórmulas e em uma ordem bem-determinada.

Dencker (2004, p.189), nessa mesma direção, acrescenta:

A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do dom. Todas as sociedades têm normas que regulam essas relações de troca entre as pessoas, o que parece

demonstrar que, de alguma maneira, elas atendem a uma ou mais necessidades humanas básicas.

De um modo mais abrangente, o conceito de hospitalidade, segundo Camargo (2003) estende-se a qualquer forma de encontro entre alguém que recebe e alguém que é recebido – entendimento próximo ao de Gidra e Dias (2004), que a definem como um evento marcado pela relação especializada entre dois protagonistas.

Para discutir a hospitalidade como forma de encontro, o autor propõe dois eixos de tempo/espaço: um eixo cultural, baseado nas ações envolvidas na hospitalidade, como receber pessoas, hospedar, alimentar e entreter; e um eixo social, em que a hospitalidade, vista como instância social, é dividida em três categorias: doméstica, comercial e pública. Posteriormente (2007), agrupa a estas a categoria virtual e denomina de urbana a hospitalidade pública.

A hospitalidade doméstica é representada pelas relações que se estabelecem na casa, no lar. E é definida como “a matriz e o espaço de preservação dos rituais legados pela tradição, tanto na forma de recepcionar como de hospedar, alimentar e entreter” (CAMARGO, 2007, p.718).

A hospitalidade comercial refere-se às relações mercantis, tal como ocorre na compra de um pacote de viagem, em uma reserva em um hotel, nos serviços de um restaurante. No entanto, Camargo (2005) aponta para o fato de que o que existe é um contrato, no qual ambas as partes retribuem o que devem, findando aí a relação. Desse modo, acresce que não há sacrifício e, sendo assim, não haveria hospitalidade. E, ao mesmo tempo, salienta que “na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato, e esse após deve ser entendido como ‘para além do’ ou ‘tudo que se faz além do...’ contrato” (p.718).

Em consonância com essa ideia, Dencker (2004) afirma que, “nas relações de hospitalidade comercial receber deixa de ser uma atribuição da esfera doméstica e passa a ser realizado com equipamentos gerenciados por empresas e sujeitas, portanto, às normas que regulam o mercado” (p.189). Assim sendo, depois da troca não haveria relações de obrigação de uns com os outros, e a dívida seria paga em dinheiro pela hospedagem recebida ou pela compra do pacote de viagem.

A hospitalidade pública, ou urbana, refere-se aos espaços da cidade, formados por instâncias geridas pela dádiva e pelo negócio. A cidade necessita de melhorias nos acessos, nas áreas de lazer e na infra-estrutura como um todo, como forma de dádiva para o morador ou visitante, já que a “hospitalidade é um processo que envolve pessoas

e espaço. A cidade se torna um espaço hospitaleiro para ver-e-ser-visto das pessoas” (2007, p.6). Relativamente ao negócio, refere a hospitalidade comercial, a qual se efetiva em contratos firmados nas diversas empresas e instituições que fazem parte da cidade e do turismo. Grinover (2008, p.2), nessa mesma direção, salienta que:

O entorno urbano vivido é o lugar de trocas e a matriz de um processo de hospitalidade, pois esta hospitalidade da e na cidade, definida esta como um sistema de atividades, coloca-se ao longo de uma cadeia que vai do construído aos espaços públicos e às redes de infra-estruturas, compartilhando a noção de atividade com a de experiência.

Ainda sobre o domínio público, Grinover (2008, p.1) acredita que “O encontro face-a-face, a experiência “ao vivo”, a repartição das emoções coletivas (por ocasião de festas, de eventos esportivos), são cada vez mais valorizados, tanto na vida fora do trabalho, quanto na vida profissional”.

Finalmente, a hospitalidade virtual, quase sempre ligada às três categorias anteriores, possui algumas características específicas das quais a principal é a ubiquidade, em que “[...] emissor e receptor da mensagem são respectivamente anfitrião e visitado, com todas as consequências que essa relação implica” (CAMARGO, 2003, p.17).

A apresentação da categoria virtual da hospitalidade é considerada uma proposta de investigação das relações de consumo através da comunicação social no mundo contemporâneo. O uso do tempo livre para estabelecer meios de interação virtual com a população em geral através dos *sites* de relacionamentos na internet, órgãos públicos, governos, cidades e indivíduos é característico do consumidor contemporâneo. É difícil imaginar a comunicação no espaço virtual sem a hospitalidade como pano de fundo, no sentido de dar, receber e retribuir mensagens (NEVES, 2009, p. 8).

Em síntese, o autor ressalta a importância de entender as trocas entre anfitrião e turista, partindo de duas situações: uma, concernente às operações comerciais, na qual quem viaja realiza contratos de prestações de serviços com os residentes, a respeito da alimentação, hospedagem e demais serviços; outra, relativamente aos encontros entre anfitrião e hóspede, em que a dádiva, por meio dos processos de dar-receber-retribuir, faz-se presente.

Como referido no início deste item, o autor realiza um percurso na literatura estrangeira apresentando um panorama sobre estudos voltados à hospitalidade em diferentes áreas do conhecimento. Assim sendo, faz referência a duas escolas com

posições bem opostas, a americana e a francesa, e ainda faz menção a grupos de estudiosos na Inglaterra e no Brasil.

Nos países de língua inglesa, a hospitalidade tem sido focalizada, pela maioria dos autores, numa abordagem restrita aos serviços referentes aos meios de hospedagem, a alimentos e bebidas, à administração etc. Especificamente no caso dos estudiosos americanos, o termo “hospitalidade” remete à hotelaria. A perspectiva americana da *hospitality management*, a que se referem Chon e Sparrowe (2003), designa uma ampla indústria de serviços, calcada no contrato e na troca estabelecida por agências, hotéis, transportadoras, hotéis, que oferecem pernoite e/ou bebida e/ou alimento e/ou transporte numa base comercial.

Sob o mesmo ângulo, Mullins (2004), autor da obra “Gestão da Hospitalidade e Comportamento Organizacional”, ressalta que a indústria da hospitalidade passou a abrigar diversas organizações, podendo ser dividida em serviços comerciais (acomodação, *trade*, refeições, turismo e viagens) e serviços industriais e públicos (pensões e hospitais). Em sua abordagem de cunho administrativo, reflete sobre análise de operações e aplicações na “indústria da hospitalidade”, aplicações à gestão, à teoria da administração, ao ambiente organizacional das empresas, ao setor de serviços, aos recursos humanos, à garantia da qualidade, lucros, metas, etc.

Os teóricos ingleses Lashley e Morrison (2004), organizadores da obra “Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado”, reforçam a ideia de que, tradicional e proeminentemente, a definição de hospitalidade está associada à atividade econômica. Porém, na mesma obra, os organizadores reúnem pesquisadores e estudiosos de diferentes áreas, os quais, de forma mais ampla, fazem inserções da hospitalidade em contextos como o social, o antropológico e o filosófico.

No capítulo “Para um entendimento teórico”, Lashley reforça a ideia de que há necessidade de uma definição mais abrangente de hospitalidade. Nesse sentido, apresenta três grandes domínios em que ela se realiza: o social, o privado e o comercial³. Para o autor, a hospitalidade, sendo a base da sociedade, tem como função estabelecer relacionamentos ou promover um relacionamento já estabelecido. É a possibilidade de encontros que pode levar a relacionamentos, propiciando a troca e o benefício mútuo para o anfitrião e o hóspede.

³ Na obra de Camargo (2003, 2004, 2005, 2007), esses domínios correspondem, respectivamente à hospitalidade pública, doméstica e comercial.

Tom Selwyn, por sua vez, no capítulo “Antropologia da hospitalidade” adverte que, mesmo nas “sociedades de caçadores e coletores”, há rituais e valores associados à recepção de forasteiros no grupo, refletindo “um pequeno mas significativo ato de hospitalidade, significando a aceitação pelo grupo de um novo membro” (p.8). Segundo o autor, os atos relacionados com a hospitalidade consolidam estruturas de relações ou as transformam, mediante um processo de troca de produtos e serviços, tanto materiais quanto simbólicos, entre aqueles que dão hospitalidade (os anfitriões) e aqueles que a recebem (os hóspedes). Nesse sentido, não se pode afirmar que a hospitalidade seja voluntária, ou altruísta, mas, talvez que seja tanto necessária quanto compulsória. Ela se configura como meio privilegiado de criar ou consolidar relacionamentos com estranhos.

É também Selwin que afirma que a função básica da hospitalidade é mais do que estabelecer um relacionamento; é promover relacionamentos já existentes. Os atos relacionados com a hospitalidade, desse modo, consolidam estruturas de relações, afirmindo-as simbolicamente ou, transformando-as, no caso do estabelecimento de uma nova estrutura de relações. Nesta última situação, os que dão e/ou os que recebem hospitalidade não são mais os mesmos, depois do evento, como eram antes (aos olhos de ambos, pelo menos). A hospitalidade transforma: estranhos em conhecidos, inimigos em amigos, amigos em melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não-parentes em parentes.

Na conclusão, Lashley, sem desconsiderar, a hospitalidade em âmbito comercial, confirma que o cenário social auxilia a situar o estudo da hospitalidade num contexto mais abrangente, e que o domínio privado da hospitalidade permanece como um importante foro para o estabelecimento de predicados comuns, mutualidade e reciprocidade entre anfitrião e hóspede, já que “o relacionamento entre anfitrião e hóspede também acontece em ambientes privados. Esses ambientes podem ser reveladores, pois muitas das operações comerciais nasceram de ambientes domésticos antigos” (2004, p.22).

Camargo (2007) salienta a importância desse estudo dentro do universo da hospitalidade e do turismo pela busca da interdisciplinaridade. Destaca trechos do livro em que um dos autores salientam a importância de ampliação do tema ao fazer uma crítica aos estudos anglo-saxões atuais que abordam, fundamentalmente, a gestão da hospitalidade comercial. Porém, acaba por concluir sobre a obra que:

Na verdade, ainda que como hipótese, mas com a qual nossos colegas franceses certamente estarão de acordo, pode-se dizer que a hospitalidade e o dom não são objetos facilmente observáveis pelas ciências aplicadas à gestão. Estas ciências aplicadas produziram um conhecimento inteiramente estruturado sobre as categorias de troca que emergiram do sistema comercial, a partir da modernidade e da revolução industrial, contra o sistema da dádiva, inadequado aos modelos de troca capitalistas. Com isso mostra sofisticação teórica no plano da administração logística e maquinária, bem maior que na administração de recursos humanos, plano no qual o antigo sistema da dádiva ainda está presente. O grupo de Lashley & Morrison, em que pesem as lacunas teóricas – a hospitalidade mantém-se como um diferencial competitivo a ser buscado pelas empresas de hospedagem e restauração – representa um avanço inegável na reflexão e pesquisa turísticas (CAMARGO, 2007, p.11).

Em oposição à escola americana, já referida, a escola francesa vincula a hospitalidade à perspectiva maussiana do dar-receber-retribuir, buscando o entendimento da dádiva e não priorizando as operações mercantis da hospitalidade comercial para abordar a hospitalidade na perspectiva do humano, como o fazem os filósofos Emmanuel Lévinas, Jacques Derrida, Anne Dufourmantelle e Michel Serres, ao lado dos sociólogos Anne Gotman e Alain Caillé, do antropólogo Alain Montandon, e dos autores Jean-Luc Giannelloni e Véronique Cova, entre outros.

O filósofo francês Emmanuel Lévinas centra suas reflexões nas relações com o Outro, conforme destaca a pensadora portuguesa, Isabel Baptista (2002, p.157), ao citar a obra de referência do filósofo, “Totalidade e Infinito”. No livro, segundo a autora, a hospitalidade é vista como “um dos traços fundamentais da subjetividade humana na medida em que representa a disponibilidade da consciência para acolher a realidade fora de si”. Além disso, ela ressalta que, na presença do Outro, o ser humano fica face a um outro mundo interior, cheio de segredos, medos, memórias e sonhos.

O mistério que é próprio da subjetividade nunca poderá ser possuído como coisa ou alimento, o que não significa que não se pode, (ou deve) tentar a relação com esse mistério, procurando criar lugares de comunicação. De contato e de proximidade. Pelo contrário, só com uma relação de proximidade é possível abraçar verdadeiramente a aventura da descoberta, da realização e da superação de nós mesmos. A hospitalidade então apresenta-se como experiência fundamental, constitutiva da própria subjetividade, devendo como tal ser potenciada em todas as suas modalidades e em todos os contextos de vida (BATISTA, 2002, p.157-8).

Outro estudioso que reafirma as ideias de Lévinas é o filósofo brasileiro Rafael Haddock Lobo (2005), autor do livro “Da existência ao infinito: ensaios sobre Emmanuel Lévinas” e também da tese “Sobre a Hospitalidade: Derrida leitor de

Lévinas”. O fundamento do pensamento do filósofo, segundo ele, “é a relação com o outro, em como devemos aprender a destituir-nos de nossa subjetividade autocentrada para uma convivência devotada e sempre acolhedora do outro” (p. 52).

Ainda no universo conceitual levinasiano sobre hospitalidade, Lobo (2005) traz à reflexão o filósofo Derrida, o qual, em seu livro “Adeus a Emmanuel Lévinas” afirma que “Totalidade e Infinito” (de Lévinas) pode ser considerado o maior tratado sobre a hospitalidade da história da filosofia. Derrida, na esteira de Lévinas, observa o autor, acredita que a relação com o outro acontece sempre sob o aspecto da hospitalidade: “devo ser sempre acolhedor a este outro que se apresenta a mim. Minha casa deve estar sempre aberta a qualquer outro que me bata à porta” (p. 53). Mais ainda, Derrida enfatiza que hospitalidade se faz de forma integral, sem obrigações, sem deveres e regras.

Derrida e Lévinas afiguram-se, pois, como referencial obrigatório para estudiosos da hospitalidade nessa perspectiva. Camargo (2007) lembra que a reflexão filosófica desses autores centraliza-se na dimensão ética, na abertura para o outro e nas migrações contemporâneas de pessoas que buscam melhores condições de vida em países ricos. Gidra e Dias (2004, 132) chamam a atenção para a tendência em ampliar a noção de hospitalidade pela visão dialética da potencialidade transformadora das relações: o encontro interpessoal marcado pelo acolhimento pode possibilitar a humanização até mesmo em não-lugares, ou, como quer Derrida, “a hospitalidade pode ser a bandeira de uma cruzada contra a intolerância e o racismo, e a base do que ele chama de democracia total”.

Ainda nessa perspectiva, comenta Aloïs Hahn, no capítulo “A hospitalidade e o estrangeiro”, um dos estudos que compõem a obra *Hospitalité: signes et rites*, de Alain Montandon (2001, p.9) que a hospitalidade entendida como conceito ou como atividade em que o conceito se atualiza (em relações diretas entre anfitrião e turista ou por meio de serviços/espaços de acolhimento), efetiva-se na presença do estrangeiro, do outro, do estranho.

Igualmente ressalta Montandon (2003) que a hospitalidade vai além de uma forma de interação, podendo-se dizer que ela é uma das formas essenciais de humanização e de socialização e, por isso também, neste caso, compreendendo regras e até mesmo ritos.

Ela traduz um “dever ser”, que, simbolicamente, pode ser remetido à

mitologia, mas que, cotidianamente, aponta para a abertura ao outro no sentido do acolher e de ser acolhido. No plano individual ou coletivo, público ou privado, dos negócios ou da educação, ela revigora o saber ver e ser visto, o saber falar e ouvir como portas de entrada e, ao mesmo tempo, como ancoradouro da vida em conjunto. Assim, quando transformada, ela própria, em tema nas relações pessoais ou profissionais, com intuito de dela se apropriar o interlocutor, o caráter informativo ou prescritivo do discurso deve ceder lugar à interação pelo acolhimento. Seria inócuo apenas dizer a alguém “seja hospitalheiro”, ou ingênuo crer que a simples oferta de um mimo ou a colocação de uma placa assegurem a experiência da hospitalidade (SANTOS, OLIVEIRA e MARINHO, 2009, p. 18).

Como refere Isabel Baptista (2002, p.157-8), “hospitalidade é um modo privilegiado de encontro interpessoal marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro”. Acredita em uma hospitalidade que aproxima as pessoas, de modo que suas práticas sejam vivenciadas em todas as situações da vida. Ela não aposta numa hospitalidade artificial, reduzida a um ritual de comércio, de gestos e cortesia falsa, mas numa hospitalidade mais humana baseada no acolhimento, na solidariedade, na sensibilidade que só o outro pode dar.

3. DIMENSÃO PSICANALÍTICO-ANTROPOLÓGICA DA HOSPITALIDADE

Um outro aporte teórico ao estudo da hospitalidade focada na dimensão do humano é trazido por Perazzolo, Pereira e Santos (2010, s.p.), as quais buscam, sob as lentes da psicologia, ampliar o espectro conceitual do turismo e da hospitalidade, estando esta intrinsecamente vinculada ao universo estrutural e funcional daquele⁴.

No âmbito do turismo, a hospitalidade mostra-se como um dos eixos principais, visto que, sem desprezar dimensões econômicas e de cunho mais pragmático, o fenômeno assenta-se especialmente em sua dimensão humana, cujo cerne está nas relações e experiências vividas pelo sujeito turístico. Este se desloca em busca de conhecer o outro lugar, o novo, mas é por meio da hospitalidade, pelo processo de interação social, pelas trocas realizadas entre anfitrião e hóspede, que a prática turística se efetiva e se potencializa. O fenômeno relacional da hospitalidade se inscreve, na medida em que:

⁴ No contexto das reflexões, os termos “hospitalidade” e “acolhimento” são tratados como sinônimos, independentemente de outras definições conceituais em que essa relação sinônima não acontece. É o caso de autores como Avena (2006), para quem o conceito de acolhimento abrange uma variedade de elementos entre os quais o reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado.

Do ponto de vista do processo, o turista deslocar-se-ia para saber/ter o que não sabe/tem, mas é a dinâmica do acolhimento – resultante da tessitura relacional – que rompe as fronteiras dos territórios do acolhedor e do acolhido, inaugurando novos espaços, únicos, transformados, com dimensões objetivas e subjetivas (SANTOS, et al., 2010, p.6).

Sob esse ângulo, a hospitalidade não repousa somente no acolhimento do desejo de um ou de outro sujeito (acolhedor e acolhido) situado em algum dos polos da interação; ela não consiste também apenas no produto da relação direta que os sujeitos estabelecem. Hospitalidade (ou acolhimento) corresponde ao

[...] fenômeno que se instala no espaço constituído entre o sujeito (na sua forma singular e coletiva) que deseja acolher e o sujeito que deseja ser acolhido. E mais, no espaço onde o acolhedor se transforma em acolhido e o acolhido em acolhedor, num movimento alternado e necessário para que a hospitalidade ocorra (PERAZZOLO, PEREIRA e SANTOS, 2010, s.p.).

Em um dos pólos da interação, está o sujeito que deseja acolher, que busca efetivar esse processo por meio de relações interpessoais diretas, como, por exemplo, através da recepção em nível profissional ou público/comunitário, ou do atendimento em serviços; ou por meio das condições e características dos produtos que disponibiliza, como, por exemplo, observando detalhes de conforto na hospedagem, assegurando qualidade e esmeros na ambientação, elaborando e mantendo aspectos arquitetônicos diferenciados, oferecendo serviços satisfatórios.

No outro pólo está o sujeito que demanda o acolhimento, que está em busca do novo como alternativa para o prazer impossível de ser tomado/conhecido na sua origem, O sujeito que deseja ser acolhido pode ser um turista, um cliente, um aluno ou até mesmo um estrangeiro, que precisa/quer estar em outro “lugar” que não é o “seu” (PERAZZOLO, PEREIRA e SANTOS, 2010, s.p.).

Nesse sentido, as autoras entendem a hospitalidade como “uma área constituída na intersecção resultante do encontro dinâmico de demandas distintas, com origem, necessariamente, numa perspectiva subjetiva do desejo, orbitado por eventos do acaso” (s.p.). Sendo assim, para que ocorra a hospitalidade,

[...] os sujeitos têm que se ajustar dinamicamente na interação de suas necessidades, o que determina, de cada um, o olhar do olhar do outro, a abdicação da tranquila certeza do saber prévio, o exercício empático da compreensão, ainda que não necessariamente de forma sincrônica no tempo e no espaço. Trata-se, portanto, de um terceiro vértice, desenhado a partir de

uma certa dialética do desejo (PERAZZOLO, PEREIRA e SANTOS, 2010, s.p.).

No momento em que se efetiva o acolhimento assim compreendido, as relações entre acolhedor e acolhido distanciam-se de demandas autocentradadas de parte de um ou de outro.

Dito de outra forma, distanciam-se de disposições primárias para acolher nas quais a relação se dá de modo circular, visando ao retorno direto para o próprio sujeito. Relativamente ao sujeito que acolhe quando prevalece a demanda autocentrada, a síntese discursiva na relação de acolhimento poderia ser assim expressa: **Desejo que veja/sinta o que tenho/sou** (disposição inicial para a relação sem considerar a demanda do outro). Já num nível mais avançado da disposição para o acolhimento, o discurso assumiria a forma de um convite: **Desejo conhecer você; desejo que você me conheça, desejo que possamos negociar demandas até que um encontro autêntico e genuíno nos transforme em acolhedores e acolhidos concomitantemente** (SANTOS, et al., 2009, p.12) [grifo do autor].

De modo semelhante, numa perspectiva primária de acolhimento, “o discurso do sujeito que demanda ser acolhido, seria assim expresso: **Desejo ver/viver o ‘novo - o prazer’** (discurso revelador de expectativa específica e pessoal, envolvendo os mais diferentes elementos circunstanciais)” (SANTOS, et al., 2009, p.13). No entanto, assim como no primeiro caso, esse discurso poderá dar lugar ao outro que sinaliza a disposição para a aproximação e a transformação da relação, com o desejo se fazendo, simultaneamente, expressão e escuta. Visto discursivamente, “o desejo se situa no plano do futuro; quando há o encontro e o ajuste das demandas, o acolhimento ocorre, e o discurso passa a ser pretérito” (SANTOS, et al., 2009, p.13).

Em assim sendo, conforme assinalam Santos, Oliveira e Marinho (2009, p.17),

no turismo, a hospitalidade vista como conceito centrado em relações, manifesto em trocas materiais ou simbólicas, em experiências individuais de anfitrião e hóspede (acolhedor e acolhido), em atualizações efetivadas em estruturas e serviços, será sempre impregnada e impregnante de interações epistêmico-psíquicas de acolhimento.

4. CONCLUSÃO

Quando se pensa em relações humanas, no âmbito pessoal, social, profissional, pensa-se em hospitalidade. Seja qual for a situação em que sujeitos interagem, o acolher

e o sentir-se acolhido, ainda quando não se compartilham idéias, pontos de vista, repertórios de vida, eles alimentam e potencializam positivamente as trocas relacionais.

Nessa perspectiva, entende-se como importante salientar que tanto a troca pela dádiva quanto aquela realizada pelo comércio podem possibilitar relações de hospitalidade. Assim, mais uma vez, vale aqui recorrer a Camargo (2007, p. 17), quando acrescenta que:

A hospitalidade, repita-se, é um assunto entre pessoas e deve estar presente também no momento em que se passa do distanciamento da etiqueta para a intimidade do calor humano, no qual residem as experiências mais gratificantes que resultam na amizade e (por que não?) mesmo no encontro amoroso tomado em sua acepção a mais ampla possível. O chamado transbordamento do negócio, quando a dádiva é solicitada pode ocorrer a qualquer momento, em qualquer situação não prevista pela encenação, sobretudo quando o hóspede enfrenta qualquer dificuldade face a imprevistos variados.

Vê-se então que a hospitalidade aproxima as pessoas, concorrendo para a humanização e a socialização dos indivíduos. Nessa sentido, ela emerge como um amplo e dinâmico fenômeno social, cuja compreensão, por si só, requer estudos sob ângulos diversos, à luz da especialidade e da complementaridade de diferentes áreas do conhecimento.

Dentro desse contexto, ganham relevância particularmente os contributos das abordagens da hospitalidade nas áreas humana e social. Em sendo assim, recorrer à psicologia social e à psicanálise para melhor comprehendê-la na sua relação com o fenômeno turístico, mostra-se como um caminho pertinente e viável, o qual, neste trabalho, se buscou percorrer e cujo traçado aqui foi sinteticamente mapeado.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AVENA, B. M. Turismo, educação e acolhimento de qualidade: um novo olhar. São Paulo: Editora Roca, 2006.

BAPTISTA, I. Lugares de hospitalidade. In Dias, C. M. de M. (Ed.), *Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas*. Barueri: Manole, 2002.

CAMARGO, Luis Otávio de Lima. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti, Bueno, Marielys Siqueira (Orgs). *Hospitalidade: Cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

_____, Luiz Octavio de Lima. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.

_____, Luiz Octavio de Lima. Hospitalidade. In: TRIGO, L. G. G (Orgs.). *Análises regionais e globais do turismo brasileiro*. São Paulo: Roca, 2005.

_____, Luiz Octavio de Lima. A pesquisa em hospitalidade. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31, 2008, Natal. Anais. Natal: s. ed.,2007.

CHON & SPARROWE. *Hospitalidade*: conceitos e aplicações. São Paulo: Thomson, 2003.

DIAS, C (Org.). *Hospitalidade*: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole,2002.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. *Pesquisa como base para a construção teórica no campo do turismo e da hospitalidade. Revista Hospitalidade*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 1, p. 55-67, 1.sem. 2005.

_____, Ada de Freitas Maneti (Org.). *Planejamento e Gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo : Pioneira Thonson Learning, 2004.

GIDRA, G.; DIAS, C. Hospitalidade: da simplicidade à complexidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti (org.). *Planejamento e gestão em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

GRINOVER, Lucio. *A hospitalidade, a cidade e o turismo*. São Paulo: Alpeh, 2007.

_____, Lucio. A Hospitalidade e as Transformações Urbanas. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 31, 2008, Natal. Anais. Natal: s. ed.,2008.

HADDOCK-LOBO, R. Jacques Derrida Sobre a hospitalidade: Derrida leitor de Lévinas [entrevista com Rafael Haddock-Lobo, à revista IHU ON-LINE, 2005]. Disponível:<<http://www.unisinos.br/ihuonline/uploads/edicoes/1158348701.54pdf.pdf>> Acesso em 12 dezembro, 2009.

HAHN, A. L'Hospitalité et l'étranger. In: MONTANDON, A. *Hospitalité*: signes et rites. Clermont – Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 2001.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. *Em busca da hospitalidade*: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri-SP: Manole, 2004.

_____, C. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. *Em busca da hospitalidade*: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri-SP: Manole, 2004.

MAUSS, Marcel. *Sociologia e antropologia*. O ensaio sobre a dádiva. Cosac & Naify. São Paulo, 2002.

MONTANDON, A. Hospitalidade ontem e hoje. In: DENCKER, A.F.M. e BUENO, M.S. (Orgs.) *Hospitalidade*: cenários e oportunidades. São Paulo: Pioneira- Thomson, 2003.

MULLINS, Laurie J. **Gestão da Hospitalidade e Comportamento Organizacional.** 4ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

NEVES, R. M. Consumo do Tempo Livre: Perspectiva Interdisciplinar da Comunicação e da Hospitalidade Virtual. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 32, 2009, Natal. Anais. Curitiba: s. ed.,2009.

PERAZZOLO, O.A.; PEREIRA, S.; SANTOS, M.M.C. dos. Dimensões Relacionais do Acolhimento. In: *Psicologia & Sociedade*. Ed. Associação Brasileira de Psicologia Social, 2010 (no prelo).

SANTOS, M.M.C. dos; OLIVEIRA, A.C.R.M. de; MARINHO, M.F. *Pedagogia da hospitalidade: da formação à atuação profissionais em turismo*. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE TURISMO, 11, 2009, Curitiba. Anais. Curitiba: OBSTUR/UFPR: UNIVERSIDADE POSITIVO, 2009.

_____, M.M.C. dos et al. *Dimensões Relacionais e Psicopedagógicas da hospitalidade*. (em andamento) 35p. Projeto de Pesquisa da Universidade de Caxias do Sul, Caxias dos Sul, 2009.

_____, M.M.C. dos et al. L'hospitalité touristique comme interface possible entre l'universel et le local dans le contexte de la mondialisation. Comunicação aprovada para apresentação no Colloque des Rendez-Vous Champlain 2010. Angers, França, 31 mai. a 02 jun. 2010.

SELWYN, Tom. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri-SP: Manole, 2004.