

Turismo e o acolhimento do desejo na construção da hospitalidade

Olga Araujo Perazzolo¹
Marcia Maria Capellano dos Santos²
Luciane Todeschini Ferreira³

Resumo: O trabalho propõe dimensões teórico-conceituais envolvendo uma tipologia de turismo relacionada com diferentes níveis de disposição de turistas para o acolhimento, disposição essa que se expressa pelo não reconhecimento do acolhedor pelo turista, ou por vínculos instrumentais do turista com o acolhedor, ou pela reciprocidade constituidora da hospitalidade. As demandas, originadas por aspectos externos ao âmbito de necessidades dos sujeitos (Turismo de Demanda Extrínseca), por objetivos inflexíveis e preestabelecidos (Turismo de Demanda Intrínseca), ou por desejos a serem nomeados no espaço *por vir* (Turismo de Demanda Livre), estariam associadas à percepção de hospitalidade. Conclusivamente, considera-se que o acolhimento do desejo do turista, ainda que marcado pelo não reconhecimento ou pela instrumentalização do outro, constitui um movimento que pode inaugurar trajetórias na direção de transformações em ambos os polos da relação.

Palavras-chave: Tipologia de turismo; Hospitalidade; Acolhimento

1 Introdução

É sempre pertinente lembrar que, embora recente, a área do Turismo vem produzindo, sistematizando e difundindo conhecimentos nas mais distintas perspectivas, tal como as ciências que, vigorosas, fecundam o solo dos amplos espaços abertos no centro de seus fenômenos constitutivos, quer quando considerado um saber crítico e científico, quer quando concebido como resultante de cruzamentos com outras áreas ou disciplinas, dinamizados através da articulação de técnicas multi ou interdisciplinares.

1 Mestre em Psicologia Clínica, pelo Instituto Superior de Psicologia Aplicada de Lisboa, Portugal; Mestre em Educação, pela Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Membro do Corpo Permanente do Grupo de Pesquisa UCS/CNPq Turismo: desenvolvimento Humano, Linguagem e Processos Educacionais. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/2036396343653638>. E-mail: oaperazz@ucs.br.

2 Doutora em Educação, pela Universidade Federal de São Carlos/São Paulo; Coordenadora, docente e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul; Coordenadora do Grupo de Pesquisa UCS/CNPq Turismo: desenvolvimento Humano, Linguagem e Processos Educacionais. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4918303295310860>. E-mail: mcsantos@ucs.br.

3 Doutora em Letras, pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Docente colaboradora e pesquisadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, Rio Grande do Sul. Membro do Corpo Permanente do Grupo de Pesquisa UCS/CNPq Turismo: desenvolvimento Humano, Linguagem e Processos Educacionais. CV Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1830986077334296>. E-mail: ltferrei@ucs.br.

Leve-se em conta, no entanto, que independentemente da forma como o turismo é conceituado, há que ter presentes seus impactos nos âmbitos sócio-humano, sociocultural e sociopolítico. Esses efeitos requerem exame acurado e devem considerar o afastamento do turismo de uma abordagem especificamente mercadológica, assim como sua aproximação ao mundo acadêmico habitado pela sociologia, antropologia, geografia, psicologia, entre outras áreas, conforme também refere Moesch (2002).

É, pois, num contexto de avanços expressivos registrados na área e das tantas interfaces e nichos de investigação, que aqui se propõe apresentar confluências de duas perspectivas: a da tipologia de/segmentação em turismo, dada a pertinência, dentre outros aspectos, de que rearranjos tipológicos propiciam novos padrões de organização e gerenciamento dos saberes; e a da hospitalidade, considerada a importância do fenômeno como *locus* da produção do amálgama aglutinador das bases teórico-práticas do turismo.

Genericamente, no que se refere a segmentações em turismo, em especial no contexto brasileiro, tem-se que diferentes proposições taxionômicas vêm sendo apresentadas, particularmente a partir da década de 1990 (Panosso & Ansarah, 2009; 2010, 2015), numa perspectiva mercadológica. A título ilustrativo citam-se bases de segmentação do mercado turístico apresentadas por Panosso e Ansarah (2009, pp. 19-43) que envolvem: idade, aspectos econômicos, meios de transporte, duração de permanência, distância do mercado consumidor, tipo de grupo, sentido do fluxo, condições geográficas da destinação, aspecto cultural, grau de organização da destinação e motivação. O Ministério do Turismo brasileiro (2010) elenca doze grandes categorias, assim especificadas: Social; Ecoturismo; Cultural; de Estudos e Intercâmbio; de Esportes; de Pesca; Náutico; de Aventura, de Sol e Praia, de Negócios e Eventos, Rural, de Saúde. Várias relações de segmentos turísticos circulam em diferentes textos, embora a grande maioria compartilhe termos/tipos e incluam outros, como Turismo Religioso, de Balneário, de Montanha; Termal (Machado, 2013), ou ainda, de Repouso; Espacial, Político e Sexual (Beni, 2007), dentre outras possibilidades.

No estágio atual, em que uma relação, sempre aberta, de tipos de/segmentos em turismo expressa a variabilidade das formas de sua efetivação, considera-se que proposições de novos eixos, classes e subclasses logicamente organizadas e sob outras perspectivas teóricas, talvez sejam necessárias e constituam uma contribuição efetiva.

De outra parte, as reflexões sobre hospitalidade, sobretudo quando associadas às que abordam o acolhimento, são expressivas, diversificadas e vêm, grosso modo, sendo apresentadas por meio de distintas perspectivas. Dentre essas, destaca-se, pelo menos, a via das contribuições filosóficas que coloca questões relativas à natureza moral da hospitalidade, concebendo-a de diferentes modos e instalando gradientes entre a virtude e o dever, e a via das construções que se desdobram de construtos teórico-práticos entrelaçados na prática turística.

Na primeira via, alguns pensadores são referência na constituição de marcos compreensivos e propositores da natureza e do compromisso dos homens para com os homens através da hospitalidade, apontando horizontes que anunciam projetos de uma nova ordem social. Desse grupo, Kant (1989) se destaca, dentre outras razões, pela formulação do princípio da hospitalidade universal, que fundamenta o direito cosmopolita, associando as práticas da hospitalidade às práticas que asseguram os direitos humanos,

promovendo uma cidadania que transcenderia a nacionalidade. Por meio da proposta de uma legislação macrorreguladora envolvendo a vida coletiva no trânsito dos homens pelo mundo, Kant (1989), sob as luzes do iluminismo, anuncia sua crença na ascensão das relações de igualdade e respeito, independentemente da origem dos cidadãos e do local em que se encontram.

No século XX, no cenário da filosofia pós-moderna, Emanuel Levinas (2015) apresenta reflexões organizadas em torno da ideia de acolhimento irrestrito do outro. Inspirado pelo berço humanista, entende que, por princípio, sem uma disposição irrestrita de acolhimento, o outro não poderá me constituir. Isso significa uma concepção de outro integralmente outro, um outro absoluto, diferente do eu, a ser olhado e a quem devemos acolher sem perguntar o nome.

Também, Jacques Derrida (2003), marcando aproximações e afastamentos relativamente às proposições de Levinas (2015), defende, num contexto ético-político, a ideia de uma hospitalidade incondicional, com desdobramentos no que denominou de uma “democracia por vir”. Nessa direção, propõe que a hospitalidade seja um imperativo ético que embasa a relação pacífica entre os homens, ainda que o acolhimento represente riscos e trate do impossível, ainda que uma revolução seja feita na casa daquele que acolheu, porque, se há hospitalidade, ela deve ser sem limites.

Com certa crítica ao conceito de tolerância, pelo intrínseco sentido de concessão benevolente, de aceitação em nome de, ou para alguma coisa, de reconciliação estratégica que deixa invisível o que não é aceito, Derrida (2003) empenha-se em refletir sobre concepções fixas de democracia, próprias da filosofia logocêntrica ocidental, abdicando do suposto de processo e adotando a ideia de promessa, de futuro em permanente construção.

No conjunto, essas reflexões constroem bases filosóficas que sustentam leituras da realidade intangível e lançam os tons que se misturam na compreensão das práticas de hospitalidade nas esferas política, social e técnico-profissional. No solo da filosofia, uma expressiva gama de outros pensadores vêm construindo e desconstruindo ideias e inaugurando novos sítios de pensamento, mantendo vigorosas as reflexões sobre o fenômeno de hospedar e de ser hospedado; sobre a possibilidade e a impossibilidade do reconhecimento ou do desconhecimento do outro; sobre eixos da alteridade constitutiva e sobre o cerne das relações humanas.

Noutra perspectiva, um amplo espectro de contribuições sobre a pragmática de processos e de sistemas de hospitalidade semeia ideias envolvendo não apenas dimensões sócio-históricas e psicoantropológicas, mas também conceitos nodais que transitam pela semântica do pertencimento, dos territórios, dos lugares, das tessituras sociais, e que teorizam sobre a natureza e eficácia das trocas, práticas essas que dão máxima concretude à hospitalidade, em especial nos fazeres turísticos.

A retomada das ideias de Marcel Mauss (2003), por exemplo, ilustra o movimento que, na vertente francesa contemporânea de estudos sobre a dádiva, busca iluminar a essência do fenômeno da hospitalidade. Através da sistematização da teoria do dom, Mauss (2003) construiu um modelo para interpretar as bases da cooperação nas sociedades, ou, nos dizeres de Gonçalves e Sousa (2014, p.169), “com o objetivo de mapear uma certa

arqueologia das relações humanas”. Conforme enfatizou, o compromisso gerado a partir da tríade dar-receber-retribuir é que tece os laços coletivos, as tramas relacionais. Se sintonizado com Levi Strauss (1982), no contexto de reflexões sobre a parentalidade, a natureza da dádiva refletiria a necessidade das sociedades arcaicas de expandir o âmbito das relações sociais, para assegurar a ligação de linhagens distintas, de famílias sem laços entre si.

A importância que assumem, nessa vertente, as proposições de Marcel Mauss(2003), vem expressa nos desdobramentos reflexivos explicitativos, como os de Godelier (2000), Godbout (1997), Caillé (2002), ou mesmo críticos, como os de Derrida (2003).

Outra relevante contribuição faz o antropólogo Montandon (2011), segundo o qual, para além de ser uma forma essencial de interação social, a hospitalidade “pode surgir também como uma forma própria de hominização ou, no mínimo, uma das formas mais essenciais de socialização” (Montandon, 2003, p. 132).

De outra parte, porém, há que se mencionar, na literatura contemporânea sobre hospitalidade na interface com as práticas do turismo, a vertente anglo-saxônica de teorizações, na qual se pode identificar o foco em mecanismos centrados na dinâmica econômica que regula ações, demandas e processos (*hospitality management*), mas, paralelamente, uma abertura do foco a outros âmbitos de hospitalidade, como o doméstico e o social – tal como presente na obra de Lashley e Morrison (2004) –, configurando-se uma ampliação de campo conceitual e abrindo espaço para novas leituras analíticas, incluindo as da própria dinâmica econômica.

Pressupostos teórico-conceituais

As ideias ora apresentadas foram respaldadas por um conjunto de pressupostos sobre turismo, hospitalidade e acolhimento, em cuja base estão elementos psicoantropológicos que fortalecem a natureza interdisciplinar dos fenômenos examinados.

Como primeiro pressuposto, destaca-se o entendimento do Turismo como fenômeno primariamente humano, que está na raiz dos movimentos que marcaram o trânsito histórico da humanidade pelo mundo. Isso significa propor que, para além da busca de provimento, o homem “caminhou”, desde sempre, em busca da satisfação de sua necessidade de conhecer. O deslocamento turístico seria, portanto, uma expressão comportamental, primária e fundante da narrativa humana, da necessidade de saber, de aprender, de conhecer, experienciar impressões estético-sensoriais, de modo a preencher o espaço vazio deixado pela abertura filogenética, reduzindo a força das imposições biológicas, ampliando e assegurando o horizonte de desenvolvimento (Perazzolo, Santos & Pereira, 2013). Nesse sentido, o que o determinismo genético deixou de fazer, precisou ser feito pela aprendizagem, que depende do desejo de saber, fator que permitiu ao homem transformar constantemente a si mesmo, construindo artefatos inimagináveis e ideias, com tal grau de complexidade, que coexistem em meio a paradoxos, que fecundam novas ideias a partir da dialética inerente ao confronto.

Pode-se entender, assim, que o turismo nasce com o desejo de viagem e que esse desejo constitui, via de regra, uma forma de busca de saber, comum à espécie, aspecto que encontra substrato biológico nas chamadas células espelho do cérebro, destacadamente diferenciadas entre os humanos (Rizzolatti, G. & Craighero, L. 2004). A impressionante incidência de respostas de turistas que inserem a expressão “Queria conhecer” quando questionados sobre a razão da visita, pode apoiar a tese empiricamente.

Outro pressuposto é o de que a hospitalidade e o acolhimento são termos designativos, respectivamente, da forma e da dinâmica de um fenômeno que se constitui no espaço “entre” sujeitos que interagem, potencializando o crescimento e a mudança de ambos, na perspectiva individual e coletiva. O espaço “entre” que designa a estética da hospitalidade diferencia essa de outras concepções nas quais a hospitalidade está sitiada em um dos polos da relação.

Essa ideia está relacionada à da motivação para o deslocamento. O desejo de saber requer um longo e elaborado processo relacional, iniciado já nos primeiros vínculos após o nascimento. Sem a dinâmica - acolher e ser acolhido - seriam inviáveis as aprendizagens e a humanidade dos homens.

Nesse processo, o sujeito que acolhe recebe e traduz as demandas e/ou conteúdos do outro e devolve sob forma tolerável, verbal ou comportamental. O outro, então, passa a ser o acolhedor do “novo” conteúdo, transformando-o em si e devolvendo de forma a oferecer novo movimento. Não se trata, portanto, de mero mecanismo de comunicação, trata-se de um processo que envolve a essência da manutenção da vida, pela via do cuidado do outro, da aprendizagem assentada na disposição relacional.

Ressalta-se, porém, que não apenas pessoas acolhem, mas também comunidades, como um organismo submetido aos princípios de autoorganização sistêmica, a que Santos, Perazzolo e Pereira (2014) nomeiam Corpo Coletivo Acolhedor. A metáfora de um corpo se alinha ao entendimento básico de um organismo tripartite, que abarca grupos humanos, suas organizações estruturais e funcionais, seus elementos do entorno, interligados a recursos internos disponíveis ou passíveis de serem explorados, bem como trajetórias históricas constitutivas dos valores, da cultura e dos processos adotados para sua transmissão.

Sob esse entendimento, o corpo social de um grupo ou uma comunidade se estrutura a partir da interligação sistêmica de pelo menos três vértices, concebidos, conforme as autoras, “com vistas a potencializar a análise do fenômeno do acolhimento, mantendo abarcados os elementos tangíveis e intangíveis das organizações sociais” (Santos et al., 2014, p. 55). Esses vértices aglutinariam as dimensões fundamentais do tecido social, a saber: a) o conjunto dos serviços disponibilizados no âmbito das relações internas/externas; b) o organismo gestor, de natureza operacional, pública e privada; c) o capital cultural, o conhecimento gerado, compartilhado e transmitido pelo grupo/comunidade. No espaço delimitado pelo traçado dessa triangulação organizam-se e desenvolvem-se o fenômeno do acolhimento e as práticas de hospitalidade.

Demandas dos turistas/visitantes⁴ e a hospitalidade do desejo

A proposta ora apresentada deriva de desdobramentos efetivados no processo de análise de entrevistas realizadas no âmbito da pesquisa Hospitalidade Coletiva e Desenvolvimento Turístico: a experiência de acolhimento e o perfil de comunidades primariamente acolhedoras — HOSPITUR-UCS/CNPq, e estabelece relação entre três tipos de demandas primárias de turistas, caracterizadoras de uma tipologia de turismo embasada na raiz do deslocamento, e a constituição da ideação conceitual e perceptiva de hospitalidade.

Os três tipos de turismo⁵ seriam de: Demanda Extrínseca, Demanda Intrínseca e Demanda Livre, conforme a seguir especificado.

- 1) Turismo de Demanda Extrínseca: categoria que explicita os deslocamentos efetivados para o cumprimento de tarefas, ou seja, caracterizaria situação na qual o sujeito se desloca para desenvolver atividades determinadas por contextos externos a suas demandas pessoais (negócios, saúde, etc.). Nesse caso, os próprios sujeitos tendem a não se considerar turistas;
- 2) Turismo de Demanda Intrínseca: categoria que está associada à expectativa de prazer e/ou de obtenção satisfação de necessidades/desejos pessoais e, em princípio, previamente estabelecidos (turistas que fazem uso de pacotes, ou que se deslocam para participar de pacotes festas, festivais; para realizar projetos envolvendo *spas* de beleza, compras, sexo) e;
- 3) Turismo de Demanda Livre: categoria que se caracteriza por ser realizado na direção do desconhecido, marcado por processos cuja motivação é conhecer o, ou no, local (roteiros livres, visita casual, ou disposição interna do turista em qualquer contexto).

Ainda com base na organização categorial dos conteúdos do discurso de sujeitos entrevistados, conforme pesquisa antes referida, estabeleceu-se também três padrões de disposição para as relações por parte de sujeitos primariamente acolhidos, com repercussões sobre a estética da hospitalidade: 1) Padrão Alienador; 2) Padrão Instrumental; 3) Padrão dinâmico-relacional.

⁴ Os dois termos “turistas” e “visitantes” estão sendo adotados para expressar a condição de quem se desloca para algum lugar no/ao qual, primariamente, não habita/pertence, caracterizando “o estrangeiro” no sentido clássico e simbólico da expressão, apensar de controvérsias acerca da definição de ambos.

⁵ Embora, segundo o marco teórico de referência do presente artigo, se considere turismo como processo através do qual o sujeito expressa a necessidade intrínseca pelo conhecimento, tem-se em conta aqui que o termo “turismo” é adotado, em outras abordagens, para designar deslocamentos de sujeitos marcados por diferentes características de tempo, espaço, motivações e níveis de subjetividade. Nesse sentido, adota-se, nestas reflexões, o termo “turismo” na sua forma mais genérica.

O termo “padrão” explicita a ideia de tendência, não excluindo a possibilidade de que elementos de distintos padrões coexistam num mesmo contexto, e essas tendências parecem estar relacionadas à demanda original para o deslocamento.

O primeiro padrão, de Alienação, se caracteriza pela ausência de disposição para o outro por parte do turista/visitante: aspecto que interfere cabalmente na dinâmica do acolhimento e no fenômeno pleno da hospitalidade. Não há olhar, reconhecimento sensorial ou psicoafetivo de um corpo presente/presentificado. O outro torna-se “invisível” aos olhos do alienador que, frequentemente é o turista/visitante que se desloca para a realização de negócios, reuniões de trabalho, compras, por questões de saúde. Ao mencionarem suas experiências, esses sujeitos tendem a referir, positivamente ou negativamente, aspectos de máxima concretude no que tange às estruturas e fluxos que viabilizam, facilitam ou dificultam as atividades que originaram o deslocamento. Referências à disponibilidade e qualidade dos hotéis, à facilidade de transporte e de acesso aos locais de destino, existência e horários de serviços de restaurantes, dentre outras similares, marcaram o discurso dos sujeitos inseridos nessas categorias (Demanda extrínseca – Padrão Alienador): *A gente não acha um táxi quando precisa! O problema maior é o trânsito: aqui parece pior do que nas grandes cidades!; Bom, faltam restaurantes abertos à noite: às vezes chego tarde e não tem lugar aberto pra jantar; O sinal de internet é bom! Sempre encontro bons hotéis disponíveis! Demorei uns 10 minutos para atravessar, porque não tinha passarela (...).*

Além disso, foram raras as considerações sobre pessoas, sugerindo ausência de laços interacionais, e, quando mencionados, o discurso reiterava a expectativa de que essas dinamizassem as estruturas colocadas à sua disposição. Os fragmentos: *Estava sem o endereço certo, mas o taxista sabia onde era o prédio; O motorista do ônibus acabou parando justamente na frente da Faculdade onde precisava ir; e Estava tudo fechado, mas uma mulher passou vendendo uns sanduíches e então pude comer alguma coisa*, indicam que o motorista, o taxista e a vendedora e suas funções não se diferenciam. O turista/visitante nega a existência do outro, cega-se para ele, sensibilizando-se, especificamente, com os efeitos que seus corpos oferecem.

Deve-se considerar uma certa similaridade com situações em que moradores transitam pelas cidades sem que seus olhares se cruzem com os de outros moradores, ou que algum diálogo seja travado por longos períodos de tempo. De um lado, os padrões organizadores da cognição social modelam nossos comportamentos nessa direção, e de outro, o excesso de estímulos e de possibilidades vinculativas/relacionais requerem algum nível de restrição, para viabilizar o controle dos processos afetivos que se articulam nos encontros humanos. No entanto, essas não parecem ser as razões pelas quais turistas/visitantes de demanda extrínseca tendam a alienar o outro e a manifestarem ausência de disposição relacional.

Da mesma forma, foram raras as referências a paisagens, edificações, praças, etc., indicando que o lugar e suas ofertas estético-sensoriais não estariam, *a priori*, no âmbito de interesse dos sujeitos que se deslocaram para uma finalidade extrínseca aos interesses pessoais.

Pode-se supor que, para esses sujeitos, a representação simbólica do território visitado se constitua em blocos de vias públicas, construções e serviços que viabilizem o

objetivo estabelecido por questões externas ao âmbito de seus desejos, e que o foco de seus olhares esteja dirigido para contextos tão específicos, que a probabilidade de serem impactados pelas pessoas do local, belezas naturais ou características urbanas parece reduzida.

Para esse grupo, o Corpo Coletivo tende a ser considerado hospitaleiro quanto maior for a atenção dada ao turista/visitante na dimensão estrutural e de serviços (hotéis, restaurantes, transporte, sinais de internet, etc.). O encontro humano é recusado, ou não é desejado *a priori* e não é requisito para a construção perceptiva da hospitalidade.

Já o segundo padrão, o Instrumental, tem como característica a tendência predominante de reconhecimento do outro como meio ou ferramenta para a realização de satisfações a serem obtidas, enfraquecendo o potencial para o encontro, para a alternância de acolhimento e para o desenvolvimento dos sujeitos em relação. Essa disposição foi particularmente reconhecida dentre os sujeitos que se deslocavam motivados por demandas intrínsecas, ou seja, por desejos nítidos, pré-estabelecidos, de ordem pessoal.

A demanda autocentrada, dirigida para o atendimento do desejo nomeado previamente e estabelecido como condição de satisfação, parece derivar numa curiosa ausência de espaço para a inserção do outro, como outro, no lugar que, *a priori*, é desse outro. O acolhedor é concebido como um instrumento, ele perde sua identidade e é olhado pelo que serve ao turista/visitante e não como sujeito.

Fragmentos de discursos exibem a condição de instrumento a que pessoas, membros da comunidade visitada, são conduzidas pelos turistas/visitantes com predominância desse padrão: *Ah, estou gostando, os guias que explicam sabem muito sobre o assunto; As pessoas daqui informam direitinho! Fui muito bem atendida, a moça me mostrou tudo que tinha na loja! Isso é que é churrascaria, os garçons servem muita carne, estão sempre trazendo espetos novos!*

Não foram encontradas referências a pessoas, para além das mencionadas pelo que essas lhes poderiam servir, tampouco a encontros que produzissem as aberturas nas quais se instalam os movimentos de acolhimento, constituidor da hospitalidade em sua forma produtiva ao desenvolvimento humano.

Nesses casos, embora se tenham constatado movimentos de apropriação de impressões extraídas de cenários urbanos ou naturais, a disposição para desdobrar sentidos em pensamentos, assim como para abrir-se a surpresas ou ao inusitado mostrou-se restrita. É a expectativa que predetermina a satisfação ou a insatisfação da experiência turística, e a hospitalidade, ou o acolhimento, é percebida como positiva ou negativa, na medida em que o que foi desejado, no passado, e não no presente, tenha sido realizado. Considere-se a expressão: *Da outra vez, já nem pude ver a profundidade dos canyons, tinha neblina, perdi meu tempo!* Nesse caso, pode-se pensar que a expectativa de “ver” canyons, cuja imagem foi construída previamente no imaginário do turista/visitante, e a aderência ao desejo primário, impediu o turista de encontrar o novo, de experimentar prazer, por exemplo, na visualização de névoas que inundam as fendas de mistérios num cenário bucólico e singular.

Outros fragmentos discursivos podem exemplificar esse mesmo processo: *A festa foi interessante, mas achei que fossem mostrar mais coisas da cultura local e menos comércio,*

máquinas (...)! O desfile foi maravilhoso, a cidade é uma graça, bem como imaginava! Pena que não foi como da outra vez que estive aqui: com mais gente da própria comunidade envolvida (...)! Esperava que a cidade tivesse mais diversão, casas noturnas (...)! O contentamento ou descontentamento parece estar atrelado à confirmação ou não das expectativas prévias, marcando a experiência e as memórias da viagem.

Os termos “achei que”, “Bem como imaginava”, “Pena que não foi como da outra vez”, “Esperava que (...)” indicam a expectativa solidificada que interfere na avaliação da experiência, com margem restrita para valoração de fatos/situações não previstas. As demandas, nesse caso, são coisificadas, objetivadas, antes do evento, sob forma de representação ou de lembranças que os sujeitos desejavam reviver.

A maioria dos turistas/visitantes em cujos discursos foram encontrados conteúdos que se inserem nessa categoria, se deslocou por meio de excursões, adquiriu pacotes para a participação em eventos locais, ou retornou para rever/reviver experiências anteriores, como é frequente no turismo do tipo intrínseco, ou seja, aquele motivado por demandas pessoais.

A hospitalidade para esses foi considerada efetiva, na medida em que o Corpo Coletivo e/ou os promotores responsáveis por dar concretude aos projetos e desejos do turista foram hábeis, capazes de atender às suas demandas de prazer, de satisfação, diversamente do padrão alienador em que apenas são observadas condições de hospedagem, alimentação e deslocamento.

Assim, como no primeiro caso, as trocas de natureza econômico-comercial se estabelecem de forma predominante, ainda que elementos da experiência envolvam questões subjetivas como desejo, prazer, expectativas. Nesse contexto, o valor pago e recebido é o referente de justa retribuição pelo prazer obtido, ou pelo serviço prestado. Expressões como: *Foi um dinheiro bem gasto!; Não vale a pena, pelo preço poderia ser bem melhor; Mudei de hotel porque esse me oferece mais pelo mesmo valor*, são explicitativas da tônica dada a esse tipo de troca.

O terceiro padrão, dinâmico-relacional, se caracteriza pela inserção do outro no âmbito das expectativas vivenciais do turista e a atenção flutua por meio de um olhar livre de condições prévias para a satisfação: os desejos se tornam sincronicamente emergentes no processo de experimentar e conhecer, e difere de quando provêm de representações marcadas pelo passado, assincronicamente. Nesse caso, o outro é condição para novos saberes, é desejado e concebido na perspectiva da alteridade, propiciando as bases para que o fenômeno da hospitalidade se configure por meio dos movimentos alternados de acolhimento mútuo.

Sujeitos que se deslocaram, principalmente, sem roteiro prévio expressam características dessa disposição: *Achei muito bom ouvir pessoas falando como minha vó, que também era italiana; Acabei compreendendo o porquê de muitas das coisas que ela gostava...!; Acabamos fazendo amizade..., e hoje acho que até já falo com um pouco de sotaque gaúcho...! Vi muita diferença, parece que é um outro país, principalmente a maneira das pessoas encararem a vida e o trabalho!*

Observa-se uma particular inserção do outro no discurso desses sujeitos, indicando experiências compartilhadas geradoras de novos pensamentos, ideias, crenças e competência empaticamente construídas. Pressupõe-se, nesse caso, a maturidade relacional necessária à constituição da alteridade no universo ético-moral de quem visita, propiciando as condições de reciprocidade por parte de quem o recebe.

Considerações finais

Como antes explicitado, desdobramentos da análise de discurso de sujeitos primariamente acolhidos no âmbito da pesquisa⁶ Hospitalidade coletiva e desenvolvimento turístico: a experiência de acolhimento e o perfil de comunidades primariamente acolhedoras – HOSPITUR-UCS/CNPq, objetivando estabelecer traços do perfil do Corpo Coletivo Acolhedor de comunidades do Rio Grande do Sul/Brasil, propiciaram a organização de uma tipologia de turismo a partir de tipos de demanda do turista, considerando a disposição para o acolhimento do outro, as características desse acolhimento e as condições para a hospitalidade.

O quadro a seguir apresenta a síntese dessa proposição.

Quadro 1 – Tipologia de turismo considerando disposição características e condições para a hospitalidade

Tipo de Demanda	Disposição para o acolhimento	Características do Acolhimento	Condições para a Hospitalidade
Extrínseca	Alienadora	Recusa do outro/ Não reconhecimento do outro	Estrutura e dinâmica
Intrínseca	Instrumental	O outro como meio	Realização das expectativas
Livre	Dinâmico-relacional	O outro como cerne da experiência	Disposição para a reciprocidade

Fonte: Elaboração própria.

Nesse sentido, para além do pressuposto de que o desenvolvimento humano se orienta na direção do conhecer e de que esse processo demanda interação e troca, a dinâmica da hospitalidade pode considerar movimentos iniciais de sujeitos acolhidos, como uma mão que se estende ao outro para que esse possa, se desejar, inaugurar a escalada relacional do acolhimento. Assim, acolher o desejo egocentrado do alienador ou do instrumentalizador pode fecundar a aproximação que anuncia o encontro do conhecimento e, para além do horizonte, dos laços fraternos que banham de afeto as memórias da viagem.

A disposição inversa, ou seja, a de reação em espelho, ou de retribuição do padrão alienado e instrumental de trocas (de serviços por dinheiro, por exemplo) na perspectiva daquele que acolhe, consolidaria a base do não-encontro, mantendo obstruídas as vias de desenvolvimento mútuo.

Isso não significa que todas as relações humanas possam ou devam ser marcadas pela excelência no campo da hospitalidade: há, sempre, espaço para pensar todas as demandas e para realizar as realizáveis, assim como para a transformação de si e do outro quando o desejo predominar nessa direção.

Por outro lado, se o que tende a predominar no contexto dos fazeres em Turismo são os padrões alienador e instrumentalizador, mostra-se como um caminho a ser perspectivado buscar/implementar ações para além de treinamentos, que favoreçam a potencialização, por parte de quem recebe – o acolhedor –, da competência para um acolhimento que reconhece esses padrões e que, por apropriação/desenvolvimento de uma concepção de hospitalidade/acolhimento como um fenômeno que envolve uma disposição compartilhada para acolher o outro, provocadora de mudanças em ambos os polos da relação, esse acolhedor possa “atuar” de modo a contribuir para que o acolhido inaugure a escalada relacional para o acolhimento. Assim estariam sendo construídas condições para uma outra/nova representação simbólica do Corpo Coletivo Acolhedor (uma cidade, uma organização, por exemplo), com repercussões nas marcas da memória do acolhedor e do acolhido, e no favorecimento a mudanças, a aprendizagens singulares e coletivas.

Referências

Referências

- Alfonso, M. J. P. (2003, outubro). El patrimonio cultural como opción turística. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 97-115. Recuperado de http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S010471832003000200006&lng=en&nrm=iso
- Beni, M. C. (2007). *Análise estrutural do turismo* (10 ed). São Paulo: Senac.
- Caillé, A. (2002). *Antropologia da dádiva*. Petrópolis, Vozes.
- Derrida, J. (2003). *Da hospitalidade*. Coimbra: Palimage Editores.
- Gonçalves, J. L. A., & Sousa, J. E. P. (2011). Hospitalidade: experiência de dádiva que desenvolvem o self e renovam o laço social. In Santos, M. M. C dos Santos, & Baptista, I. (orgs). *Laços Sociais: por uma epistemologia da hospitalidade* (pp. 49-63). Caxias do Sul, RS: Educs.
- Godelier, M. (2000). *O enigma do dom*. Rio de Janeiro: Record.
- Godbout, J. (1999). *O espírito da dádiva*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Kant, I. (1989). *A paz perpétua*. Porto Alegre: L&PM.
- Lashley, C., & Morrison, A. (2004). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.
- Lévi-Strauss, C. (1982). *As estruturas elementares de parentesco*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Levinas, E. (2015). *Ética e infinito* (Reimp. da 3 ed de 2011). Lisboa: Edições 70.
- Mauss, M. (2003). *Ensaio sobre a dádiva: forma e razão das trocas nas sociedades arcaicas*. São Paulo: Cosac Naify.

Ministério do Turismo Brasileiro (2010). *Segmentação do Turismo e o mercado*. Brasília: Ministério do Turismo. Recuperado de http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo_do_Mercado_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf

Machado, I. C. (2013). *Os caminhos da contradição entre o valor simbólico e mercantil da água e sua apropriação pelo turismo das águas termais: turismo em Caldas Novas* (Dissertação de Mestrado, Centro de Ciência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, Brasil). Recuperado de <http://repositorio.unb.br/handle/10482/14741>

Moesch, M. (2002). *A produção do saber turístico* (2 ed). São Paulo: Contexto.

Montandon, A (2003). Hospitalidade: ontem e hoje. In Dencker, A. F. M., & Bueno, M. S. (Orgs.) *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*. São Paulo: Pioneira –Thomson.

Panosso Netto, A, & Ansarah, M. G dos R. (2009). *Segmentação do Mercado Turístico*. Baureri, SP: Manole.

Panosso Netto, A, & Ansarah, M. G. R (2015). *Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização*. Barueri, SP: Manole.

Perazzolo, O., Santos, M. M. C. dos, & Pereira, S. (2013). Dimensión relacional de la acogida. *Estudios y perspectivas em turismo*, 22, 138-153. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N01/v22n1a08.doc.pdf>

Rizzolatti, G., & Craighero, L. (2004, julho). The mirror-neuron system. *Annual Review of Neuroscience*, 27, 169-192. Recuperado de <http://psych.colorado.edu/~kimlab/Rizzolatti.annurev.neuro.2004.pdf>

Santos, M. M. C. S., Perazzolo, O., & Pereira, S. (2014). A hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor. In Santos, M. M. C. S., & Baptista, I. *Laços Sociais: por uma epistemologia da hospitalidade* (pp. 49-63), Caxias do Sul, RS: Educs.