



HOSPITALIDADE, MERCADO DE LUXO E CULTURA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Maria Stela Reis Crotti¹

Elizabeth Kyoko Wada²

Priscila Faccioli Serafim de Lima Tavares³

Resumo

Esta pesquisa tem como objetivo realizar uma Revisão Sistemática da Literatura (RSL) sobre as temáticas Hospitalidade, Mercado de Luxo e Cultura, fundamentada em livros, artigos científicos publicados em periódicos, documentos *online*, pesquisas mercadológicas e um levantamento bibliométrico das produções científicas relacionadas aos temas luxo, hospitalidade e cultura. Em que pesem as pesquisas sobre cada uma dessas temáticas, o objetivo dessa pesquisa foi de investigar se, no corpus de pesquisas acadêmicas, os trabalhos tratam dessa relação tríade. O levantamento foi realizado na Base Scopus, dividido em três fases, nos anos de 2019, 2020 e 2021, com o intuito de identificar possíveis mudanças significativas nesse cenário de publicações, que pudessem alterar as constatações provenientes desse estudo. A hospitalidade teve como base conceitual a relação humana, enquanto os aspectos culturais permearam valores sociais, individuais, além de valores hierárquico de consumo, que caracterizam o mercado de luxo. A cultura, como postulado por Fleury (2014), foi identificada como uma caracterização da humanidade do homem em oposição à natureza. O homem visto como um ser de cultura que manifesta sua maneira de viver e pensar a vida e o mundo e, esse mesmo homem, compondo a forma das relações com os outros homens que fazem parte dos grupos em que se insere. O mercado de luxo, apesar de todas as suas vertentes estudadas que geraram, através dos tempos, inúmeros conceitos, foi considerado, para a RSL, como qualquer menção a luxo, produtos premium ou de mercado de consumidores de luxo. Em uma primeira etapa, buscou-se encontrar as terminologias luxo, mercado de luxo, consumidor de luxo, produto de luxo. Nessa primeira fase, também foram incluídas as terminologias hospitalidade e hospitabilidade, também na intenção de abranger um maior espectro do *corpus*. No item cultura, em uma primeira etapa do levantamento, buscou-se a presença da palavra cultura nas pesquisas, mas, em seguida, optou-se pelo cruzamento com um levantamento em que essa palavra não constasse da segmentação, no intuito de buscar em um universo mais amplo da relação entre hospitalidade e luxo, a ausência de menção dos aspectos culturais. O estudo considerou várias *strings* para que a fundamentação desse levantamento fosse o mais abrangente possível. Para a geração dos resultados, utilizou-se o *software* VOSViewer. Como resultado, observou-se uma lacuna na construção de um referencial teórico que levou em consideração a relação proposta entre Hospitalidade, Luxo e Cultura.

Palavras-chave: revisão sistemática; hospitalidade; luxo; cultura;

¹ Doutora Universidade Anhembi Morumbi; <http://lattes.cnpq.br/8806115411711529>; mcrotti3@gmail.com

² Doutora Universidade Anhembi Morumbi; <http://lattes.cnpq.br/4904816535433696>; elwada@anhembibr.br

³ Mestre Universidade Anhembi Morumbi; <http://lattes.cnpq.br/9500510729125789>; pri1979@gmail.com