



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

Hospitalidade e Turismo: utopia, mito ou uma nova ética? Uma discussão do simbólico¹

Celia Maria de Moraes Dias²

Iara Maria da Silva Moya³

Resumo

A relação entre hospitalidade e turismo é discutida a partir da dimensão simbólica. Este estudo vem dar continuidade a trabalhos já desenvolvidos⁴ sobre a imagem da hospitalidade e seu conteúdo simbólico e mítico. Aqui se pretende avançar nessa discussão tendo por referência Campbell e sua classificação das funções do mito: mística, cosmológica, pedagógica e ética. A base empírica do estudo, aumentada, amplia os conteúdos simbólicos da imagem da hospitalidade já estudados. Hermes e Héstia representam as vinculações entre turismo e hospitalidade, e essa relação se dá num jogo de movimentos onde o limite expõe a alteridade, que explicita a identidade, o que promove o acolhimento. É a partir disso que a relação entre hospitalidade e turismo, no dizer junguiano, arquetípica, para além da utopia e do mito, impõe-se como uma nova ética de acolhimento do outro.

Palavras-chave: Hospitalidade; Turismo; Dimensão simbólica; Ética de acolhimento; Hermes; Héstia.

Hospitalidade e Turismo: utopia, mito ou uma nova ética? Uma discussão do simbólico

Para qualquer civilização, viver é ser capaz de dar, de receber, de emprestar

Fernand Braudel

Seja qual for o seu sistema de idéias, ele não tem como abranger toda a vida.

Joseph Campbell

¹ Trabalho apresentado ao GT – Outras Interfaces do IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo.

² Doutora, com tese em Turismo Rural, e mestre, com dissertação de mestrado em Hotelaria, em Ciências da Comunicação, pela ECAUSP. Docente do curso de graduação em Turismo da ECAUSP, desde 1981. Docente do Programa de Mestrado em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi, de maio de 2001 a junho de 2007. Publicações e palestras na área de hospitalidade e turismo. Contato: < cmmdias@gmail.com >

³ Socióloga, psicodramatista, especialista em Gestão Social pelo INDES/BID, mestranda em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi/UAM. Pesquisadora, Professora, Palestrante. < iaiamoya@yahoo.com.br >

⁴ Trabalho e artigo apresentado no 34o. ENCONTRO do CERU (Imagens da Hospitalidade) e artigo submetido ao INTERCOM 2007 com aceite (Hospitalidade: da imagem ao simbólico).



A discussão entre hospitalidade e turismo tem se mantido acirrada. Por vários motivos. Primeiro, é preciso entender que os pensadores da hospitalidade fazem parte de diferentes paradigmas. A escola francesa, baseada em Marcel Mauss, antropólogo francês, e sua teoria da dádiva tem, em Montandon, um de seus mais importantes representantes, que vai afirmar a hospitalidade dentro de parâmetros amplos: uma maneira de se viver em conjunto, regida por regras, ritos e leis. (MONTANDON, 2003) Somam-se a ele nomes como Caillé, Godbout, Gotman, que utilizam os estudos de Mauss como fundamentação da reflexão sobre hospitalidade. Centrado na filosofia e na sociantropologia, esse grupo recusa o campo das ciências sociais aplicadas, pois “o dom” não se compra, senão perde sua condição de dádiva; na troca de serviço por dinheiro, rompe-se a cadeia do dar, receber, retribuir.

A escola anglo-saxã, indiscutivelmente, entende a hospitalidade como uma ampla indústria de serviços, “a indústria da hospitalidade”, sendo o termo hospitalidade “apropriado seletivamente para designar uma ampla indústria de serviços, que oferece pernoite e/ ou bebida e/ ou alimento numa base comercial”. (DARKE & GURNEY, 2004, p. 112) Chon & Sparrowe, de forma similar, entendem a indústria da hospitalidade como “uma grande variedade de negócios, todos dedicados a prestar serviços a pessoas que estão longe de suas casas”. (CHON & SPARROWE, 2003, p.3) A ampliação dos conceitos de hospitalidade é proposta por Lashley & Morrison (2004), ao estabelecerem dois outros domínios, além do comercial: o domínio social, que discute o aspecto de “obrigação social” da hospitalidade e o domínio privado, que aborda a hospitalidade doméstica. As ciências sociais aplicadas, economia e administração, dão o contorno e o substrato deste pensamento. E nos Estados Unidos, a palavra “hospitalidade” (*hospitality*) substituiu as expressões *hotel management*, *hotel business* ou *hotel industry*, para referir os negócios hoteleiros.

Reflexo dessas posições, as visões de turismo e hospitalidade ora desconsideram a condição de negócio do turismo e sua efetiva importância em um mundo global, ora supervalorizam o turismo e seus aspectos comerciais em detrimento dos conteúdos, mais subjetivos, da hospitalidade. Mas isso está mudando.

Um terceiro grupo de pensadores, representantes da escola brasileira, vem se formando, como resultante do mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, onde já foram defendidas mais de 100 dissertações sobre o assunto. A escola brasileira pode ser definida como eclética. (O termo, de origem filosófica, do grego *eklektismós*, significa a reunião de



teses de sistemas diversos, justapondo-as, ou reunindo-as em uma unidade superior, nova e criadora, conforme FERREIRA, 2000).

Nesse grupo, entre outros temas, vem se discutindo desde os pressupostos epistemológicos da hospitalidade até os impactos do turismo em comunidades tradicionais, produzindo-se, assim, um novo corpo de reflexões que redefinem as relações entre turismo e hospitalidade, que engloba desde o entendimento do turismo como categoria econômica e social até o discurso maussiano da dádiva. É nessa perspectiva que se insere esta reflexão sobre turismo e hospitalidade, tendo como recorte a dimensão simbólica.

Símbolo e Hospitalidade

No dizer de Caillé (1998), a dádiva e o simbólico estão fortemente associados, sendo que “símbolos e dádivas são idênticos para Mauss, ou pelo menos co-extensivos” (p. 5).

Essa interrelação é tão forte que, em sua própria origem grega, a palavra *symbolos* significa marca, sinal de reconhecimento, contra-senha de hospitalidade e tem relação com o verbo *sybállein*, literalmente lançar junto, de *syn* (junto) e *bállein* (lançar) que significa, entre outras coisas, re-unir. (BOFF, 1998) Na Grécia antiga designava um pedaço de osso, moeda, pequeno objeto de cerâmica, anel ou concha de madrepérola, que era quebrado e repartido em dois. Cada pedaço ficava com uma das partes interessadas, com o objetivo de servir como prova de identidade de ambas, como sinal de reconhecimento. (FRANCISCATO, 2004) Isso era comum entre hóspede e anfitrião que, ao se despedirem, seguiam esse procedimento. Em outra ocasião, ao se reencontrarem, ou alguém os representando, poderiam reunir os símbolos. Comprovada a identidade, ambos teriam direito à hospitalidade. Outros autores também indicam a existência desse símbolo, usado como contra-senha de hospitalidade, no império romano, com a denominação de *tessera hospitalitas*.

A hospitalidade, conforme a visão da tríade semiótica - composta por signo (englobando significante e significado), interpretante e objeto - é um conceito complexo e abstrato sem um referente no mundo real, e pode apresentar diferentes significados para cada indivíduo. Sinal visível de uma realidade invisível, segundo Kast (1997, apud FRANCISCATO, 2007), no símbolo observam-se dois níveis: em algo externo, pode-se revelar algo interno, em algo visível, algo invisível, em algo corporal, o espiritual, no particular, o geral. Seria, então, o símbolo, um elemento de síntese, facilitador no deciframento de mensagens e, talvez, passível de orientar um delineamento de conceitos de hospitalidade.



Por outro lado, *dia-bállein* significa literalmente lançar longe, jogar fora de qualquer jeito, afastar ou separar, (BOFF, 1998) sendo o significado arquetípico do vocábulo *dia-bolos*, separação, desunião, o oposto do simbólico do poder mediador do símbolo entre os níveis de consciência. E conforme Howell:

A consequência disso é o literalismo, o pensamento fundamentalista e toda inflexibilidade dogmática, provavelmente um dos maiores males e perigos de nossa época...O efeito do *dia-bolos* assume instantaneamente o comando quando um grupo afirma ser possuidor da única verdade, e nega qualquer outra versão. Compreendidos simbolicamente, ambas as partes poderiam conter a mesma verdade. (HOWELL, 1987, apud SOLANO, 2000).

Viajantes e turistas

Desde Ulisses, personagem que Homero escolheu como epítome, para representar todas as agruras e delícias pelas quais passa o homem que viaja, até a *peregrinatio* (*per+agri*= pelos campos) da época do Império Romano, quando as pessoas se deslocavam para jogos, festejos, casas de veraneio ou banhos medicinais e, depois, na Idade Média, com as viagens dos romeiros, do grego *rhomaïos*, peregrinos que iam à Terra Santa, a Roma, a Santiago de Compostela, Canterbury, Jerusalém ou Meca, o homem sempre viajou. Mais tarde, entre os séculos XVI e XVII, ocorrem o *Petit Tour* e o *Grand Tour*; por volta de 1760 se inicia a atribuição da palavra de origem francesa, *tour*, que significa "volta", para o movimento dos jovens aristocratas ingleses, que, junto com seu tutor, iam ao continente para uma imersão na arte, cultura, língua e costumes de diferentes povos, de modo a refinar sua educação e habilitar-se a cargos políticos.

Posteriormente à revolução industrial, entre fim do século XIX e início do XX, com as leis trabalhistas, a menor jornada de trabalho, a evolução dos meios de transporte, dos meios de hospedagem e da restauração, tem início a organização do turismo.

Meados do século XX mostram um fenômeno já bastante disseminado pelos "quatro cantos" do mundo: o turismo de massa. E, hoje, em tendência que vem pouco a pouco mas consistentemente se cristalizando, ocorre o "novo turismo", que busca tanto maior cuidado e respeito pela conservação do patrimônio histórico-cultural e pelo meio ambiente, como procura contatos e relacionamentos mais autênticos com as populações dos destinos visitados. Em resumo, embora muitas pessoas passem toda sua vida sem se afastar dos limites de seu vilarejo de nascença, muitas outras, e cada vez em maior número, têm-se deslocado pelas



mais diversas motivações e razões, para outros lugares, onde precisam receber atenção, alimento, bebida e alojamento, isto é, hospitalidade. No dizer de Moesch, são categorias fundantes do turismo “o deslocamento, nomadismo pós-moderno e o encontro, sedentarismo hospitaleiro do sujeito através do tempo-espço percorrido”. (apud DENCKER, 2005, p. 63).

Hospitalidade e utopia

A discussão da utopia, pode-se dizer, é intrínseca à hospitalidade. Definida como “palavanoite”, por Derrida (2003), a hospitalidade é paradoxo, isto é, contrariamente ao bom senso, que afirma que há em todas as coisas um sentido determinável, “o paradoxo é a afirmação dos dois sentidos ao mesmo tempo.” (DELEUZE, 1974, p.1) Assim, a hospitalidade afirma-se incondicional, mas está sempre determinada pelas condições da realidade, sendo portanto, impossibilidade de realização integral. Daí, utopia. O termo “utopia” foi criado pelo filósofo Thomas Morus, há 500 anos atrás e foi utilizado para identificar a “cidade perfeita”. Criado a partir de dois termos gregos, *óu* (não) e *tópos* (lugar), significa literalmente “em lugar nenhum”. Por isso, no dizer de Chauí (2003): “estamos acostumados a identificar utopia e utópico com impossível, aquilo que só existe em nosso desejo e imaginação e que não encontrará nunca condições objetivas para se realizar”. (p.381)

Para Boff (2005) a hospitalidade é utopia, porque “representa um dos anseios mais caros da história humana: de ser sempre acolhido independente da condição social e moral e de ser tratado humanamente”. (p.198).

A dimensão simbólica e mítica

Este estudo vem dar continuidade a trabalhos já desenvolvidos (DIAS & MOYA, 2007) sobre a imagem da hospitalidade e seu conteúdo simbólico e mítico, elaborados a partir da aplicação do modelo proposto por Vasconcelos (2003) em seu livro “A marca que você é”, em que desenvolve o Relatório de Percepção para Criação de Marcas, construído a partir de quatro questões, associando a empresa a um animal, a uma personalidade, a um lugar e a um objeto. Essas mesmas questões foram utilizadas, adaptadas à hospitalidade e assim aplicadas: Se a hospitalidade fosse um animal, qual seria? Se a hospitalidade fosse uma personalidade, qual seria? Se a hospitalidade fosse um lugar, qual seria? Se a hospitalidade fosse um objeto, qual seria?



Tendo-se iniciado com pouco mais de 20 respondentes, a base empírica do estudo conta agora com 83 entrevistas com alunos das áreas de Turismo e Hospitalidade, permitindo a ampliação dos conteúdos simbólicos da hospitalidade já estudados.

As respostas obtidas foram contadas e categorizadas, e representam o nível do visível, conforme a metodologia de Vasconcelos (2003), que estabelece três níveis de análise: o visível, o lisível e o figural. O visível está ligado ao “ver”, à percepção, e o lisível, ao conteúdo, ao “saber”, percepção modelada pela linguagem, dimensão cultural da interpretação. O figural, resultante de ambos, visível mais lisível, é percepção mais conhecimento e produz a “figura-matriz”. Já foi dito (DIAS & MOYA, 2007) que o “figural” obtido pode ser considerado como o “arquétipo” de Jung, herança psicológica, conteúdo do “inconsciente coletivo”. (JUNG, 1977) Para Jung os arquétipos são imagens primordiais, e correspondem a temas mitológicos, presentes em lendas populares de diferentes culturas e épocas. (FADIMAN & FRAGER, 1979) Os resultados obtidos com a ampliação do número de entrevistas confirmam as conclusões anteriores. (DIAS & MOYA, 2007).

Se a hospitalidade fosse um animal, seria um cachorro, conforme uma em cada duas respostas. No nível do lisível, o cachorro é o guardião da casa. Tem, como primeira função mítica, a de psicopompo: “guia do homem na noite da morte, após ter sido seu companheiro no dia da vida” (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988, p.176). Por extensão, no figural representa a passagem. Intermediário entre os dois mundos, o cachorro explicita o limite do conhecido e do desconhecido.

Se a hospitalidade fosse uma personalidade, seria uma pessoa da área de comunicação, com mais concentração de respostas em Silvio Santos, representante máximo dessa categoria. No lisível, representa o “entre”, quem faz a passagem, aquele que traz o fora para dentro. A hospitalidade também é associada a líderes espirituais, como Madre Tereza, Dalai Lama, o Papa e Gandhi. E à própria mãe ou avó que, por sua vez, podem ser consideradas lideranças espirituais. Na ordem do lisível pode ser identificada com o cuidado com o outro, com uma visão pacífica e de solidariedade, e em consequência, com o olhar para fora, com o reconhecimento do outro.

Se fosse um lugar, a hospitalidade seria uma cidade ou uma construção humana, do Taj Mahal à praça, ou ainda a casa, o lar. Na dimensão lisível, a cidade é o lugar do coletivo, da construção humana, o lugar de viver que define o morar junto e conseqüentemente, o pertencimento. Quanto à casa, aí se associam os conceitos de ninho e cuidado e, frente à



relação materna, de amor incondicional. O caráter simbólico da casa vale também para a cidade. Hundertwasser, um arquiteto austríaco, disse que todos temos cinco casas ou peles: o corpo, a roupa, a moradia, a cidade e o planeta. Cidade, casa, origem, família, no figural, pode-se dizer que a hospitalidade implica em identidade.

Se fosse um objeto, a hospitalidade seria tanto um objeto de receber - aí incluídos a cama, o sofá e seus correlatos (o travesseiro, a almofada, a colcha, o cobertor) - como um objeto de oferecer: o copo de água, a taça de vinho, a xícara de café. No lisível, de modo explícito, tem-se aí, na dimensão do receber, o ato de hospedar, e na dimensão do oferecer, o ato de alimentar. No figural, ambas as dimensões reproduzem o acolhimento.

Entram em cena os deuses do Olimpo: Hermes e Héstia

As duas primeiras categorias, animal e personalidade, devido às figuras escolhidas - o cachorro na primeira, e o líder espiritual e o comunicador, na segunda - apontam igualmente para a passagem e o guia, com direta associação a Hermes, o de fora, o nômade, o que está em movimento, o que chega, o guia. Afinal, o papel de psicopompo também lhe é atribuído: representado com um cordeiro aos ombros, é o protetor dos pastores, e o guia das almas no reino dos mortos. Daí o nome Hermes Psicopompo, o *Acompanhador das Almas*, simbolizando o Bom Pastor. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988) Deus das viagens, é possível associar a figura de Hermes com o que chega, o hóspede, o que é recebido e, por extensão, com o turista, o imigrante, o estranho, o estrangeiro, o outro. Assim, no simbólico da hospitalidade faz-se presente Hermes, representação mítica do turismo.

As duas últimas categorias, lugar e objeto, - respectivamente a cidade e a casa, e os objetos de receber e de oferecer - estabelecem o espaço do pertencimento e acolhimento, com direta associação a Héstia, a que está, sedentária, fixa, a que recebe. Deusa da hospitalidade, Héstia foi a única deusa cultuada em todas as casas dos homens e nos templos de todos os deuses, pois nenhum lar, nenhum templo, ficava santificado sem a sua presença. Héstia era tanto uma presença espiritual como um fogo sagrado que proporcionava iluminação, calor e aquecimento para o alimento. Assim como o fogo sagrado no meio da casa, Héstia permanece imóvel no centro do Olimpo, sendo considerada o princípio abstrato de lar. Aquela que recebe, aquela que acolhe, aquela que alimenta, sem ser fecundadora, aquela que sustenta a vida nutriz. Toda realização e prosperidade avança sob seu domínio. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988) Como diz Camargo (2004), “Héstia, a deusa da hospitalidade, está



em permanente interação com Hermes, o deus da viagem, e cuida do fogo aceso do lar para iluminar e aquecer moradores e hóspedes”. (p.56).

Hermes e Héstia, Turismo e Hospitalidade, são deuses complementares, ou até pode-se dizer, aspectos de um mesmo todo, em sua vinculação simbólica. Héstia, a chama que aguarda, é também a que ilumina o caminho de Hermes. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988). Em tempos antigos, em que cada cidade-estado grega tinha a sua lareira comum no edifício principal, ao redor do qual se congregava o povo, assim como cada casa, quando dois jovens se uniam pelo casamento, a mãe da noiva acendia uma tocha em sua casa e a transportava diante do casal até sua nova casa, para que acendessem a primeira chama de seu lar, tornando-o, por este ato, sagrado e protegido.

Esse ato ainda hoje isso se repete com a tocha olímpica, utilizada nos Jogos Panamericanos, que acabam de ocorrer no Rio de Janeiro (Pan 2007). Embora sua criação seja atribuída a Prometeu, que teria roubado o fogo de Zeus para entregar aos mortais (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988), aparentemente, todos os rituais ligados à tocha olímpica remetem a Héstia. Durante a celebração dos Jogos Olímpicos da antiguidade, em Olímpia, mantinha-se aceso um fogo que ardia enquanto durassem as competições, sendo esta tradição reintroduzida nos Jogos Olímpicos de Verão de 1928. Antes de cada realização dos Jogos Olímpicos, na proximidade da data do solstício de verão, quando se comemora a adoração do Sol e da natureza, a chama é ateadada em Olímpia, numa cerimônia que pretende recriar o método usado na antiguidade e que se destinava a garantir a pureza da chama: atrizes, representando sacerdotisas de Héstia, colocam uma tocha na concavidade de um espelho parabólico que concentra os raios da luz do Sol que, agora, como na antiguidade, acende a chama que marcará o início de mais uma realização dos Jogos. Em seguida, a chama é transferida para a urna onde é levada até ao local do antigo estádio. Aí a chama é usada para acender a tocha olímpica, que será conduzida até o estádio onde se realizam os Jogos. Em 1936, pela primeira vez, utilizou-se atletas para transportar a tocha com a chama, de Olímpia ao estádio olímpico de Berlim. De lá para cá, isso vem ocorrendo nas Olimpíadas de Inverno e de Verão e agora, também no Pan. Este ano, aqui no Brasil, a tocha olímpica passou por 51 cidades brasileiras, sendo carregada por mais de 3.000 pessoas.

A permanência desse ritual explicita mais uma vez o caráter arquetípico, no dizer junguiano, da relação entre Hermes e Héstia, Turismo e Hospitalidade: quando alguém deixava sua



cidade natal, impregnado do espírito de Hermes, levava consigo o fogo sagrado, de tal forma que, onde quer que aventurasse a estabelecer um novo lar, Héstia estava junto.

As funções do mito: mística, cosmológica, pedagógica e ética

O termo mito, do grego *mythos*, quer dizer palavra expressa, discurso, fábula, (FERREIRA, 2000, p. 931) ou no dizer de Campbell, “a canção do universo”. (CAMPBELL & MOYERS, 1992) Em decorrência, o mito é narrativa e enredo, cristalização de experiências primordiais. (BOFF, 2005) Campbell atribui quatro funções ao mito: uma função mística, uma função cosmológica, uma função ética e uma função pedagógica.

As duas primeiras funções são de localização do indivíduo em uma visão de mundo datada: a função mística promove o reconhecimento do sujeito como parte do mistério do universo e em decorrência aponta para o mistério de seu próprio ser, enquanto a função cosmológica apresenta uma imagem de universo concorde com o pensamento de uma época. (apud BOFF, 2005).

Hermes e Héstia representam as vinculações entre turismo e hospitalidade, e compõem uma téoxenia (MONTANDON, 1999), mito da visita de um deus à casa de um mortal, para testar a hospitalidade. Enquanto função mística, e enquanto função cosmológica, Hermes e Héstia representam a utopia, a incondicionalidade da aceitação, o desejo “de ser sempre acolhido independente da condição social e moral e de ser tratado humanamente”. (BOFF, 2005, p.198)

As duas últimas funções do mito são de orientação na relação com o outro; definem como a relação deve ser e até ensinam como construí-la: a função ética legitima as normas morais daquela sociedade e a função pedagógica “inspira e guia, passo a passo, os caminhos da saúde, da força e da harmonia espiritual ao longo de todo o desenrolar previsível de uma vida proveitosa.” (apud BOFF, 2005, p. 91).

Hermes e Héstia, turismo e hospitalidade, relação que se dá num jogo de movimentos onde o limite explicita o que está e o que chega, os fixos e os fluxos, os sedentários e os nômades. Limite que desvela a alteridade, aponta a existência do outro; o fora, os fluxos, os nômades, o não-eu. O reconhecimento do outro significa explicitar uma identidade e na apropriação da identidade, é possível entender o outro como outro, o outro em sua singularidade. E aí faz-se possível o acolhimento, quando reconheço o outro como meu igual na condição humana. (MOYA & DIAS, 2007) Enquanto função ética, o mito propõe reconhecer o outro em sua singularidade, meu igual na condição humana. Conforme Morin (2000):



indivíduo/ sociedade/ espécie são não apenas inseparáveis, mas co-produtores um do outro. Cada um destes termos é, ao mesmo tempo, meio e fim dos outros. Não se pode absolutizar nenhum deles e fazer de um só o fim supremo da tríade; esta é, em si própria, rotativamente, seu próprio fim. (...) qualquer concepção do gênero humano significa desenvolvimento conjunto das autonomias individuais, das participações comunitárias e do sentimento de pertencer à espécie humana. No seio desta tríade complexa emerge a consciência”. (p.105-106)

Baptista (2005) revisita a noção kantiana de cosmopolitismo buscando seu entendimento em uma comunidade planetária, desejada “inclusiva, democrática, tolerante, solidária e pacífica” (p. 19), enfim, uma “comunidade civil ética, tal como foi pensada por Kant, num horizonte de cidadania marcado pelos ideais de paz e solidariedade entre pessoas e povos.” (idem) Nessa perspectiva, a idéia do acolhimento como uma nova ética, é um dos princípios necessários para dar suporte à existência de uma paz perpétua, hospitalidade que se insere na esfera do direito e não da filantropia. Direito de hospitalidade, de acolhimento do estrangeiro, do estranho, do diferente, do outro, direito que resulta, segundo Kant, “do fato de habitarmos num espaço finito como é a superfície terrestre que, por ser esférica, não permite que os homens se estendam até o infinito, obrigando-os então a procurar entender-se e estabelecer relações pacíficas entre si”. (BAPTISTA, 2005, p. 19). Como diz Boff (2005),

quando executada em sua plenitude, a hospitalidade e a convivência revelam aquilo que ocultam: a lógica do universo e da vida. Hospedar a estrangeiros, forasteiros, pobres e necessitados e conviver, mesmo por um momento, com eles, é realizar a estrutura básica do universo. Ela é feita de teias de inter-retro-relações e de cadeias de solidariedades includentes. (BOFF, 2005, p. 96).

É disto que se fala, de uma nova ética, onde o acolhimento é entendido como “a arte de interagir, construir algo em comum, descobrir nossa humanidade mais profunda na relação com os outros e com o mundo natural”. (SMS-SP, 2002, p. 14) e consequentemente “garantir o fundamento para uma convivência minimamente terna e fraterna de todos dentro da mesma Casa Comum, o planeta Terra.” (BOFF, 2005, p. 199).

Mas há que se aprender a fazer isso. Daí o mito enquanto função pedagógica. Morin, em seu livro *Os sete saberes necessários à Educação do Futuro*, vai falar da antropológica, base para ensinar a ética do futuro. É preciso aprender a ser e atuar na tripla dimensão humana: como indivíduo, como grupo e como espécie; aprender a ética da solidariedade, a ética da



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

compreensão. Héstia e Hermes, Turismo e Hospitalidade, relação arquetípica no dizer junguiano, para além da utopia e do mito, impõe-se como uma nova ética de acolhimento do outro.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM- 27 a 28 de agosto de 2007

Referências

BAPTISTA I. Lugares de hospitalidade. In DIAS, C. (ORG) *Hospitalidade, reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole, 2002.

BAPTISTA, I. Para uma geografia de proximidade humana. *Revista Hospitalidade*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 2, p.11-22, 2.sem. 2005.

BOFF, L. *Virtudes para um outro mundo possível*, vol I: Hospitalidade: direito e dever de todos. Petrópolis: Vozes, 2005.

BOFF, L. despertar da águia. O dia-bólico e o sim-bólico na construção da realidade. Petrópolis: Vozes, 2001.

CAILLÉ, A. Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. *Rev. bras. Ci. Soc.*, Oct. 1998, vol.13, no.38, p.5-38. ISSN 0102-6909. Electronic Document Format (ISO) Publicado originalmente, sob o título "Ni holisme ni individualisme méthodologiques. Marcel Mauss et le paradigme du don", na Revue Européenne des Sciences Sociales, Tome XXXIV, n. 105, 1996, pp. 181-224. Tradução de Beatriz Perrone-Moisés.

CAMARGO, L.O.L. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.

CAMPBELL, J. MOYERS, B. *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena, 1992.

CHAUI, M. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Atica, 2003.

CHEVALIER, J. GHEERBRANT, A. *Dicionário de Símbolos*. Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

(CHON & SPARROWE, 2003, p.3)

DARKE, J. GURNEY, C. Como alojar? Gênero, hospitalidade e performance. In LASHLEY, C. MORRISON, A. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri, SP: Manole, 2004.

DELEUZE, G. *Lógica do sentido*. São Paulo: Perspectiva, 1974.

DENCKER, A.F.M. 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.

DERRIDA, J. DUFOURMANTELLE, A. *Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar de hospitalidade*. Rio de Janeiro: Escuta, 2003.



ANPTUR

Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo

IV Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007

DIAS, C.M.M. Marcos da Hospitalidade na Cidade de São Paulo: amenidades e facilidades. In *Turismo em Análise*. Vol. 17. n. 2 São Paulo: Aleph, 2006.

DIAS, C.M.M.; MOYA, I.M.S. *Hospitalidade, da imagem ao simbólico*. Artigo com aceite no Intercom 2007. São Paulo, 2007.

FADIMAN, J.. FRAGER, R. *Teorias da Personalidade*. São Paulo, Harper & Row do Brasil, 1979.

FERREIRA, A.B.H. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio De Janeiro: Nova Fronteira, 2000.

FRANCISCATO, M.C.R. A sedução do mito. *Thot*, São Paulo, SP, n. 80, p. 82-88, 2004.

JUNG, C.G. O homem e seus símbolos. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1977.

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

MONTANDON, A. (dir.) *Mythes et Représentations de l'hospitalité*. Clermont Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 1999.

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

MORIN. E. *Os Sete Saberes necessários Á Educação do Futuro*. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO, 2002.

MOYA, I.M.S.; DIAS, C.M.M. *Imagens da Hospitalidade*. Trabalho e artigo apresentado no 34o. Encontro Nacional do Centro de Estudos Rurais e Urbanos, CERU. São Paulo: CERU, 2007.

SMS-SP – Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo. Projeto Acolhimento. *Acolhimento: o pensar, o fazer, o viver*. São Paulo: PMSP/ Palas Athena: 2002).

SOLANO, C. *FENG SHUI- arquitetura ambiental chinesa*. São Paulo, Pensamento, 2000.

VASCONCELOS, M. *A marca que você é: criando marcas pela percepção do cliente*. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.