

Sobre os Domínios da Hospitalidade: Revisão Teórica e Proposições

Ana Paula Garcia Spolon¹

Resumo

O estudo da hospitalidade vem sendo conduzido a partir de novos contextos, o que tem provocado significativas mudanças em termos de produção do conhecimento. Antes vista como um dos pilares do turismo e estudada desde a vertente operacional/administrativa, a prática do acolhimento passou à dimensão de fenômeno social-antropológico e está sendo analisada não somente como prática comercial, mas também pelas óticas pública, social e até mesmo virtual. A construção de um novo campo de conhecimento e a consequente necessidade de redefinição de seu referencial teórico passam, por óbvio, pelo difícil exercício de reinterpretar a própria área de estudo no que diz respeito ao referencial empírico. Entre as novas propostas de entendimento do tema está a apresentada por Camargo (2005), que destaca o desenho de uma matriz de domínios da hospitalidade. Este artigo discute esta proposta, argumentando que a amplitude e o caráter dinâmico dos domínios sugeridos pelo autor criam inúmeras outras possibilidades de estudo, a depender do objeto escolhido. Neste contexto e a partir da leitura dos edifícios hoteleiros enquanto representantes da estrutura material da hospedagem comercial, descortinam-se novas perspectivas para a pesquisa em hospitalidade, no universo das ciências sociais aplicadas.

Palavras-chave: Cidades. Edifícios hoteleiros. Espaço urbano. Hospedagem. Hospitalidade.

Introdução: a proposta de um novo caminho para o estudo da hospitalidade

O conceito de viagem, que antecede as proposições várias para o próprio conceito do fenômeno do turismo, está baseado no fundamento do deslocamento espacial do homem, em diferentes momentos, motivado por necessidades de negócio, lazer, saúde e outras, o que induz o desenvolvimento de relações de ordem social, política, econômica, cultural e ambiental.

Os movimentos caracterizados como viagens de turismo colocam em marcha, portanto, a relação temporária entre visitantes e lugares visitados, considerados em sua totalidade – o ambiente físico natural e construído e as interações sociais que se engendram neste espaço, em um determinado período de tempo. Esta relação temporária, segundo Barretto (2000), explica o corte social-antropológico de estudo da hospitalidade.

¹ Departamento de Turismo, Universidade Federal Fluminense.

Etimologicamente falando, é fundamental ter em mente a proposta relacional dos conceitos implícitos nos prefixos *antropo* e *socio*, que pressupõem a preocupação analítica com as naturezas do homem e da sociedade. O homem é um ser social. Enquanto indivíduo, influencia a sociedade e é, ao mesmo tempo, influenciado por ela, verificando-se ainda, sobre ambos, indivíduo e sociedade, a interferência do tempo e do espaço.

Por conta destas interações é que “o estudo da hospitalidade”, nas palavras de Cassee e Reuland (1983, p. 152), “precisa ser não apenas multidisciplinar, mas também apoiado no conjunto das ciências sociais”. O reconhecimento desta necessidade e a decorrente leitura da vertente social-anropológica da hospitalidade vêm se estabelecendo a partir de análises mais aprofundadas realizadas por teóricos do mundo todo e de sua comunicação, constante e progressiva, entre si e com pesquisadores das mais variadas áreas do conhecimento, entre as quais a geografia humana, a arquitetura, a história e as próprias sociologia e antropologia.

Camargo (2005) descreve as duas vertentes de estudos que deram origem às pesquisas contemporâneas sobre hospitalidade:

(a) a francesa, que se apóia nos conceitos de hospitalidade pública e doméstica, pautadas nos princípios do “ir e vir” e do “dar-receber-retribuir” e

(b) a americana, para quem a hospitalidade é fundamentalmente um fenômeno comercial, baseado no contrato firmado entre hóspede e anfitrião, muitas vezes intermediado (por uma agência de viagens, uma operadora, uma central de reservas ou um sistema de referenciamento, por exemplo).

Vinculados à escola francesa estão os teóricos franceses vinculados a centros de estudos e pesquisas da Universidade de Paris, entre os quais merecem destaque os sociólogos Anne Gotman (Université Paris V – René Descartes) e Alain Caillé (Université Paris X - Nanterre). Para estes, a hospitalidade é “um conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social e cuja observância não se limita aos usos e costumes das sociedades ditas arcaicas ou primitivas” (CAMARGO, 2005, p. 17-18). A observância ou não destas leis não escritas gera o que se entende por hospitalidade ou por hostilidade.

O segundo grupo, sobre o qual está alicerçada toda a produção acadêmica voltada para as práticas operacionais e gerenciais da hotelaria comercial, tem inúmeros autores de destaque, para os quais a hospitalidade é uma prática de caráter estritamente comercial cujo

princípio fundamental é a norma, legislação ou regimento que estabelecem as bases do relacionamento empresa-cliente. É notável a diferença de foco entre as escolas.

Por conta do surgimento desta (e de outras) contradições, nos anos mais recentes grupos de teóricos internacionais têm se interessado pelo tema e trabalhado no sentido de buscar estabelecer novos pontos de contato, conflito e interação entre as escolas francesa e americana. Entre estes grupos está o de teóricos britânicos, cujos estudos resultaram em duas significativas publicações: *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado* (organizado por Conrad Lashley e Alison Morrison em 2000 e publicado no Brasil em 2004) e *Hospitality: a social lens* (ainda não publicado no Brasil), editado em 2006 pelos mesmos autores em companhia de Paul Lynch.

No Brasil, destaca-se o grupo de teóricos vinculados ao programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo, cujas discussões também foram reunidas nos livros *Hospitalidade: reflexões e perspectivas* e *Hospitalidade: cenários e oportunidades* (publicados, respectivamente, em 2002 e em 2003). A este grupo associou-se em colaboração a pesquisadora e professora Isabel Baptista, da Universidade Católica Portuguesa.

Estes grupos vêm tentando ver a hospitalidade como um fenômeno não estritamente social-antropológico ou comercial, mas multi e transdisciplinar - como um fato social total, que se relaciona com a cultura, com os aglomerados urbanos, com as práticas sociais e com as questões de ordem epistemológica, religiosa, organizacional e mercadológica, em um contexto interativo e dinâmico.

A evolução e multiplicação de estudos multidisciplinares têm chamado a atenção para a abrangência e complexidade da hospitalidade enquanto área do conhecimento. Da mesma forma, também o estudo da hospitalidade, mais do que vinculado apenas ao fenômeno das viagens e do turismo, parece aos poucos estar permeando outras atmosferas, como a do mundo corporativo, comunitário, político e privado.

Laurie Taylor (p. XVI), em seu prefácio à obra de Lashley e Morrisson (2004), destaca que “a maciça expansão do turismo e o aumento dramático do uso de casas particulares como local para recepção, refeições e descanso de fim de semana significam que a maioria de nós é

agora consumidor regular de hospitalidade, assim como seu fornecedor”. Desta feita, é interessante discutirmos as novas posições acadêmicas relativas ao estudo da hospitalidade.

Dentre os estudos recentemente desenvolvidos, Camargo (em seu livro *Hospitalidade*, publicado em 2004 e que teve uma segunda edição em 2005, pela editora Aleph) apresenta uma proposta de abordagem empírica da área da hospitalidade.

De acordo com o autor, existiriam duas categorias de variáveis que, quando contrapostas, definiriam os domínios, ou as possibilidades de abordagem e estudo, da hospitalidade. Essas categorias abrangeriam, a saber, (a) as variáveis que identificam os **tempos** da hospitalidade (ou os momentos em que se exercem as práticas sociais inerentes à hospitalidade) e (b) as variáveis que identificam os **espaços** da hospitalidade (ou os ambientes onde a prática social da hospitalidade se desenrola).

O cruzamento destas categorias de variáveis resultaria em 16 campos (chamados pelo autor de domínios) a partir dos quais a hospitalidade pode ser considerada, enquanto área de estudo. O quadro a seguir descreve estes domínios, vinculados aos quais estariam possibilidades para o desenvolvimento de estudos acerca da hospitalidade e a conseqüente produção de referencial teórico vinculado a cada uma das possibilidades:

	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstica	Receber em casa	Oferecer pouso e abrigo em casa	Receber em casa para refeições	Receber para festas
Pública	Receber em espaços públicos de livre acesso	Hospitalidade do lugar – na cidade, no país	Gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
Comercial	Receber profissionalmente	Hospitalidade profissional – em MH, hospitais, presídios	Restauração profissional	Eventos em espaços privados
Virtual	Receber na net – a net-etiqueta	Hospedagem de sites	Gastronomia eletrônica	Jogos e entretenimento eletrônico

Ilustração 1: Os domínios da hospitalidade

Fonte: Adaptado de CAMARGO (2005)

O autor, ao rever o cenário de estudo da hospitalidade como anteriormente proposto pelos acadêmicos americanos e franceses, avança em relação às discussões orientadas pelos grupos de teóricos estrangeiros e brasileiros. Neste sentido, constrói um novo quadro de pesquisa e desenha as possibilidades de estudo do tema desde o ponto de vista empírico.

Em outras palavras, orienta 16 alternativas de aplicação do conhecimento multi e transdisciplinar na área de hospitalidade, definindo domínios referenciais empíricos sobre os quais pode debruçar-se o pesquisador, buscando gerar novo conjunto de referenciais teóricos para a área. Na prática, reinterpreta o fenômeno da hospitalidade, “adicionando-lhe dimensões de análise” (CAMARGO, 2005, p. 79).

Ocorre que “na prática, a teoria é outra” – o bordão é antigo e popular. Para entendê-lo, devemos relê-lo no contexto das possibilidades e não como uma afirmação generalista: “Na prática, a teoria (pode ser) outra”. Em termos de produção de conhecimento, pode ser possível aplicar uma teoria a algum novo contexto e, a partir dele, modificá-la.

Em termos acadêmicos, significaria dizer que todo referencial teórico pode ser aplicado a algum referencial empírico, de forma a que se possa testar a validade da teoria. O referencial empírico é o contexto real no qual se investiga a validade da teoria, contexto este que pode abranger um ou vários objetos de estudo, interpretados sob determinada ótica e respeitando-se determinados recortes – temporais, espaciais, culturais, etc.

Ao aplicarmos a teoria a um referencial empírico específico, sua validade é ou não atestada, devendo os resultados da pesquisa orientar a revisão da teoria, induzindo a produção de novo referencial teórico.

Em uma pesquisa, o referencial empírico pode ser composto por elementos objetivos (objetos técnicos, fatos, dados) ou subjetivos (processos sociais, culturais ou políticos, tipologias comportamentais, relações sociais, manifestações culturais), sobre os quais se costuma realizar análises a partir de um referencial teórico previamente definido. Nas ciências humanas e nas ciências sociais aplicadas, são comuns pesquisas baseadas em estudos de caso, relatos de experiência e procedimentos exploratórios – ou a conjuntos referenciais empíricos mais subjetivos que objetivos.

O campo de estudos da hospitalidade tem sem dúvida experimentado, nos anos mais recentes, a enorme dificuldade de definição de um conjunto referencial teórico, por conta exatamente da aplicação dos conceitos a outro conjunto extremamente multifacetado de referenciais empíricos – os estudos de hospitalidade social e pública costumam apoiar-se em contextos empíricos mais subjetivos, enquanto que os de hospitalidade comercial são alimentados por contextos empíricos mais objetivos.

Lashley, Lynch e Morrison (2006) comentam que, graças a isso, os estudos acadêmicos no campo da hospitalidade têm amadurecido de maneira notável, fazendo com que a cada dia apresentem-se novas possibilidades de abordagem do tema que merecem ser aprofundadas. Os autores recomendam aos acadêmicos que adotem o prisma da teoria crítica e que continuem a desenvolver estudos exploratórios a respeito da construção de um novo referencial teórico para a área, a partir da análise dos mais diversos contextos empíricos e dos mais variados objetos de estudo.

Morrison, em um dos textos desenvolvidos para o referido livro (aqui citado indiretamente e em tradução livre), destaca que, como área de estudo, a hospitalidade pode beneficiar-se da introspecção, no sentido de que a sua base epistemológica e a conceituação da sua natureza, incidência e formas as liberam do funcionalismo corrente na academia. O que a autora quer dizer é que, dada a complexidade e as possibilidades do campo da hospitalidade enquanto área de estudo, os estudiosos estão logicamente dispensados da “tirania da relevância”, ou seja, de concentrar-se apenas no que é considerado relevante por uma maioria, estando autorizados a explorar novas formas de produção de conhecimento e a escapar das regras dos sistemas acadêmicos mais ortodoxos, que até hoje se mantiveram presos à abordagem da hospitalidade como fenômeno comercial. Uma abordagem mais ampla, segundo a autora, é o que vai permitir a efetiva transgressão de fronteiras acadêmicas e o preenchimento das lacunas de conhecimento da hospitalidade como um fenômeno de alcance muito maior e com características muito mais complexas.

Neste sentido é que se opta por, neste trabalho, analisar a proposta de referenciais empíricos da hospitalidade sugerida por Camargo, com o intuito de investigar criticamente as prováveis interações entre os domínios desenhados pelo autor e de estender as possibilidades

de construção de conjuntos referenciais teóricos que possam ser aplicados aos mais diversos contextos da hospitalidade.

Na análise da matriz de domínios da hospitalidade sugerida por Camargo, concentramo-nos na variável temporal classificada pelo autor como “hospedar”, que descreve o ato de fornecer hospedagem a pessoas que estão fora de seu local regular de residência, por um período de tempo. De acordo com o autor, o entendimento do conceito implícito na prática cultural (tempo) de “hospedar” pode ser facilmente empreendido nos espaços social (hospitalidade do lugar), privado (hospitalidade no espaço doméstico), comercial (hospitalidade profissional, paga, em meios de hospedagem) e virtual (prática de hospedagem orientada pela teoria da comunicação e estabelecida entre anfitriões e visitantes, em ambiente virtual). Sobre esta vertente, destaca o autor que

Embora (a hospitalidade) perpassse e seja quase sempre associada espacialmente às três instâncias anteriores, já se vislumbram características específicas dessa hospitalidade, notadamente a ubiqüidade, na qual o emissor e o receptor da mensagem são respectivamente anfitrião e visitante, com todas as conseqüências que essa relação implica (CAMARGO, 2004, p.17).

Lembremo-nos que toda posição teórica adotada por um pesquisador ou, em termos mais genéricos, todo referencial teórico, pode ser aplicado a um conjunto extremamente variado de referenciais empíricos e, conseqüentemente, a um sem número de objetos de estudo. O quadro de domínios sugerido por Camargo desenha 16 conjuntos de referenciais empíricos, ou 16 recortes temáticos, aos quais o estudioso pode aplicar o referencial teórico de que dispõe, em função de seus interesses de pesquisa ou necessidades profissionais.

Desta forma, segundo o autor, a prática de “hospedar” poderia ser exercida em quatro diferentes ambientes, ou espaços – (a) espaço privado o doméstico, (b) o espaço público ou social, (c) o espaço profissional ou comercial e (d) o espaço virtual. Em cada um desses espaços, o autor delimita um referencial empírico para o estudo da prática da hospedagem. Cada um dos conjuntos referenciais empíricos pode abranger diferentes objetos de estudo e ser analisado por meio de um conjunto diferente de referenciais teóricos.

Uma posição teórica e um dos objetos técnicos a que ela pode se referir

Seguindo esta premissa, selecionamos como objeto de estudo, neste trabalho, a estrutura material de hospedagem comercial nas cidades, representada pelo edifício hoteleiro,

entendido como a edificação cuja forma e função têm como objetivo promover o bem estar e o atendimento das necessidades de hóspedes em viagens a destinos urbanos. Até mesmo Camargo (2005, p. 82) destaca que um dos principais recortes temáticos proporcionado pela matriz de domínios da hospitalidade é “o que se estabelece no diálogo (da hospitalidade) com o urbanismo”, sugerindo que é “na cidade que se processam e se criam estilos de hospitalidade”.

Também McNeill (2008) discute a relação entre os edifícios hoteleiros e as cidades, analisando as relações que acontecem nos espaços comerciais dedicados à hospitalidade e apresentando os edifícios hoteleiros como o lócus onde são engendradas interações pessoais, sociais e comerciais altamente vinculadas ao valor simbólico da edificação.

Tendo-se como objeto de estudo a edificação hoteleira e considerando-se as particularidades do objeto selecionado, optou-se por não abranger, nesta análise, o espaço virtual da hospitalidade, pelo fato de considerarmos que este sofre forte influência de outra área de estudo, a da comunicação, particularmente da lingüística e semiologia, podendo confundir-se com o campo de estudo aqui explorado – o da arquitetura e do urbanismo.

Desta forma, o novo referencial teórico do campo de estudos selecionado é definido a partir do estudo deste objeto – a edificação hoteleira – e estabelece pelas vertentes (a) da produção social de espaços urbanos (em especial pelas teorias de Henri Lefébvre e Pierre Bourdieu), (b) da relação entre o valor material e simbólico dos artefatos urbanos (pela abordagem teórica de Scott Lash e John Urry) e (c) da relação entre as formas de apropriação de espaços e o fluxo de pessoas em espaços públicos e privados (pela teoria apresentada por Larry R. Ford), estando todas estas vertentes interligadas ao processo de produção, nos aglomerados urbanos, de espaços hospitaleiros.

Dito de outra maneira, a estrutura material de hospedagem, como objeto de estudo, ajuda a definir interações entre os variados domínios da hospitalidade.

Como excerto da investigação de doutorado conduzida na *Faculdade de Arquitetura e Urbanismo* da Universidade de São Paulo (FAU-USP), a análise aqui proposta parte das seguintes premissas:

1. A edificação hoteleira é uma construção especializada, cuja forma e função têm por como um de seus objetivos garantir a qualidade da operação hoteleira (como

produção arquitetônica) e da paisagem urbana (como implantação urbanística), bem como o bem estar do hóspede (enquanto estabelecimento comercial) e a rentabilidade do capital investido no empreendimento (como negócio);

2. O valor comercial da hospedagem está intrinsecamente ligado ao valor emocional da experiência da hospedagem, bem como à qualidade do ambiente no qual o empreendimento hoteleiro está instalado. Desta forma, quanto mais adequadas as condições de implantação do edifício na paisagem urbana e quanto mais satisfatórias as condições das instalações e dos serviços, para o hóspede, maiores serão os valores comercial e simbólico da hospedagem e
3. A edificação hoteleira é uma construção complexa e, desde o ponto de vista de como os seus espaços são apropriados pelos usuários, há setores do prédio que podem ser classificados como espaços públicos, semi-públicos, semi-privados ou privados, alterando-se, em cada um deles, pelo usuário, as percepções sobre a experiência da hospitalidade

A fim de melhor traduzir a metodologia de avaliação da matriz de domínios da hospitalidade apresentada por Camargo desde a ótica da estrutura material da hospedagem nas cidades, sugerimos usar outra forma de representação gráfica para descrever as práticas culturais da hospitalidade comercial/profissional, social/pública e doméstica/privada, indicando o que se optou por chamar de áreas de intersecção:

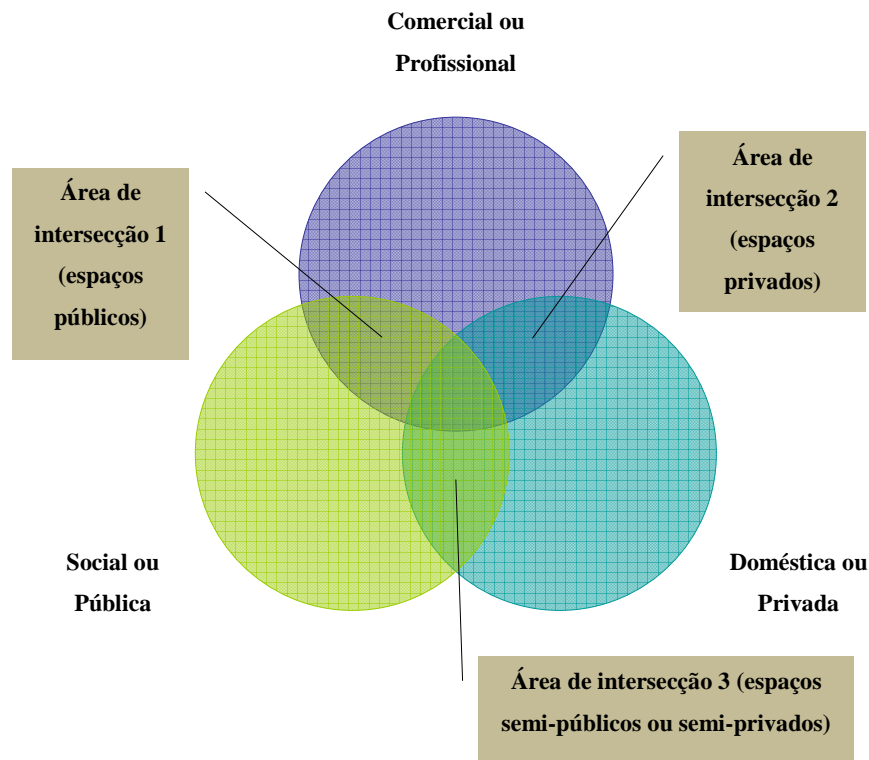


Ilustração 2: Áreas de intersecção entre os chamados domínios da hospitalidade

Fonte: Representação construída a partir do sugerido por Lashley (2004) e Camargo (2005)

Conclusão

Inúmeras pesquisas orientadas em todo o mundo, inclusive no Brasil², vêm mostrando que as áreas de intersecção entre os domínios abordados existem efetivamente e que o conhecimento nelas gerado pode ser relevante no sentido de ajustar o referencial teórico vindo de vários campos do conhecimento.

No que se refere ao campo da arquitetura e do urbanismo, em especial em estudos relativos à produção arquitetônica e ao movimento de produção e apropriação de espaços pelo turismo, os resultados expõem as seguintes condições de interpretação do edifício hoteleiro em cada uma das áreas de intersecção dos domínios da hospitalidade propostos por Camargo:

² Para maiores informações sobre os estudos multi e interdisciplinares na área de hospitalidade ver Spolon e Motoda (2008).

A **área de interseção 1** contrapõe os domínios comercial e social da hospitalidade, mostrando o edifício hoteleiro como “caixa”, em sua interação com a paisagem urbana, na construção da idéia de lugar. Neste sentido, a pesquisa tem mostrado que quanto mais eficiente a inserção do edifício no ambiente urbano, maior o valor simbólico (socialmente estabelecido) e material (comercialmente definido) da hospedagem e mais consistente é a colaboração do edifício para o estabelecimento da identidade e para a percepção das qualidades do lugar. Esta constatação ratifica a afirmação de McNeill (2008, p. 394, em tradução livre):

“o hotel tem sido um elemento importantíssimo do espaço produzido (ou seja, no espaço financiado, desenvolvido, desenhado e construído), fundamental para o urbanismo mundial do novo século, um ícone da modernidade, da mesma forma que outras instituições da vida urbana, como as salas de concertos, os distritos empresariais, as lojas de departamento e os teatros.



Ilustração 3: Fachada do Hotel Marques de Riscal, de Frank Gehry, em Bilbao

Fonte: Disponível em <http://www.picoalucinante.com/wp-content/uploads/2008/07/guggenheim-bilbao.jpg>.

A **área de interseção 2** contrapõe os domínios comercial e doméstico da hospitalidade, destacando as particularidades do produto final da hospitalidade comercial, a unidade habitacional hoteleira (UH), consumida como um espaço privado. Esta contraposição

mostra que quanto melhor se conseguir reproduzir, na UH, o ambiente doméstico familiar ao hóspede (em termos de estrutura física e sensorial), maior será o valor emocional da hospedagem e, por consequência, seu valor comercial.



Ilustração 4: Unidade Habitacional (UH) do Hotel Fasano, em São Paulo

Fonte: Disponível em http://images.forbestraveler.com/media/photos/accommodations/100/10090_01_g.jpg.

Na **área de intersecção 3**, que contrapõe os domínios doméstico e social, aparecem os espaços internos dos edifícios hoteleiros nos quais se desenvolvem as práticas sociais coletivas – *lobby*, restaurantes, bares, áreas de lazer, etc.. Nestes ambientes, quanto mais adequada e segura a atmosfera social, mais eficiente será o hotel como promotor dos valores simbólicos da sociabilidade e também, por óbvio, dos valores materiais da hospitalidade.



Ilustração 5: Bar Skye e área da piscina do Hotel Unique, em São Paulo

Fonte: Disponível em http://farm3.static.flickr.com/2084/2050854889_30b0c6b284.jpg?v=0.

Colabora para esta análise a teoria de Ford (2000) de classificação dos espaços em públicos (nos quais se estabelecem vivências em total anonimato – dado pela área do entorno do edifício hoteleiro, acessível a todos como um componente da paisagem urbana), semi-públicos ou semi-privados (onde se constroem as identidades coletivas ou nos quais a significação do lugar é condicionada por interações pessoais superficiais, mas representativas da identidade do grupo – dados pelas áreas sociais dos edifícios) e privados (a propriedade privada, mesmo que temporária, onde se dá a experiência íntima e particular, aqui representada pela UH hoteleira).

O entendimento da matriz de Camargo desde o contexto empírico definido pela prática cultural da hospedagem nos edifícios hoteleiros mostra que os domínios desenhados pelo autor são, mais do que campos de estudo estáticos, dotados de uma amplitude e de um caráter dinâmicos o bastante para induzir inúmeras outras possibilidades de pesquisa, a depender do objeto de análise escolhido. Neste contexto e a partir da leitura da estrutura material da hospedagem nas cidades, descortinam-se novas perspectivas para a pesquisa em hospitalidade no universo das ciências sociais aplicadas.

Nossa sugestão é que, como indicado por Laurie Taylor, possamos efetivamente explorar essas novas possibilidades de estudo, para além das fronteiras desenhadas na matriz

de Camargo. Não há fronteiras, há áreas de transição com lacunas de conhecimento a serem preenchidas por pesquisas de diversas tipologias e que atendam aos interesses também diversos de um grupo de pesquisadores ainda novo, mas com enorme potencial de crescimento e notável capacidade de aprimoramento e evolução.

Referências

- BARRETO, Margarita. *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. Campinas: Papirus, 2000.
- BORDIEU, Pierre. *A distinção: crítica social do julgamento*. São Paulo: Edusp; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- _____. *A economia das trocas simbólicas*. 6 ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- _____. *A produção social da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. 3 ed. Porto Alegre: Zouk, 2006.
- _____. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.
- CAMARGO, Luiz Octávio Lima de. *Hospitalidade*. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2004. Coleção ABC do Turismo.
- CASSE, E. H. e REULAND, R. “Hospitality in hospitals”. *Management of hospitality*. Oxford: Pergamon, 1983.
- DENCKER, Ada de Freitas Manetti e BUENO, Marielys Siqueira. *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.
- DIAS, Célia Maria de Moraes. *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri: Manole, 2002.
- FORD, Larry R. *The spaces between buildings*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 2000.
- LASH, Scott & URRY, John. *Economies of signs and space*. London: Sage, 2002.
- LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alisson. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004.
- LASHLEY, Conrad; LYNCH, Paul & MORRISON, Alisson. *Hospitality: a social lens*. Oxford: Elsevier, 2006. Advances in Tourism Research Series.
- LEFEBVRE, Henri. *A cidade do capital*. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.
- _____. *La survie du capitalisme*. Paris, Anthropos, 1973.
- _____. *La production de l'espace*. Paris, Anthropos, 1974.
- McNEILL, Donald. “The hotel and the city”. *Progress in Human Geography* 32(3) (2008) pp. 383–398. Sage Publications, 2008. DOI: 10.1177/0309132508089096.
- SPOLON, Ana Paula Garcia e MOTODA, Mauro. “Novos Caminhos da Pesquisa Acadêmica: a produção brasileira recente em turismo e hospitalidade”. In: REJOWSKI, Mirian e BASTOS, Sênia Regina (org.). *Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-*

VI SEMINÁRIO 2009 ANPTUR

VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
10 e 11 de setembro de 2009 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

Graduação em Turismo (ANPTUR) – Turismo e Hospitalidade em Destinos Urbanos, V, 2008, Belo Horizonte. Anais... São Paulo: Aleph, 2008. 1 CD.