

**Hospitalidade: reflexão sobre os campos teóricos e suas relações  
com as Instituições de Ensino Superior<sup>1</sup>**

Débora Faria Goulart<sup>2</sup>

Ada de Freitas Maneti Dencker<sup>3</sup>

Universidade Anhembi Morumbi

**Resumo**

Os estudos da hospitalidade (de forma holística) contemplam uma gama de pesquisadores de diferentes áreas de formação, embasados por linhas diversas de pensamentos teórico-metodológicos, que procuram se aproximar do sentido dessas relações sociais na tentativa de explica-las e contextualizá-las. O caráter subjetivo da hospitalidade, entretanto dificulta essas tentativas de explicação ou mesmo de mensuração. Assim torna-se pertinente trazer esses questionamentos para o campo da educação onde se entende que podem ser aplicados à análise do espaço acadêmico por meio da aproximação entre a teoria ensinada e a prática vivenciada. Entende-se que tentar evidenciar essas reflexões, aproximando-se da realidade vivida em uma Instituição de Ensino Superior (IES), pode ser um dos caminhos para uma compreensão de bases empíricas, que fundamentam as relações de hospitalidade que interagem nesse espaço. Desse modo entende-se que um ambiente hospitaleiro nas instituições educativas pode ser construído pela qualidade das relações de hospitalidade que nele se interagem, se integram e se complementam.

**Palavras-Chave:** Hospitalidade; Instituição de Ensino Superior; Relações; Gestão.

*...os caminhos existentes para a construção teórica são múltiplos. O primeiro passo, entretanto, é o reconhecimento, por parte dos pesquisadores, de que o referencial teórico tanto da hospitalidade quanto do turismo são insuficientes para dar conta das questões que se colocam no mundo atual, e de que esses campos científicos ainda não estão adequadamente definidos.*

*(DENCKER, 2003, p. 103)*

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT 14 “Epistemologia e Pesquisa” do IV Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 7 e 8 de julho de 2006.

<sup>2</sup> Mestranda em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi. Bolsista CAPES. Dissertação sobre relações de hospitalidade em uma Instituição de Ensino Superior Católica, sob orientação da Profa. Dra. Ada de Freitas Maneti Dencker. Membro do grupo de pesquisa do CNPq, Inovações no Ensino e pesquisa em turismo e hospitalidade. Docente da FAAG (Faculdade de Agudos), FUNBBE (Fundação Barra Bonita de Ensino) e FIB (Faculdades Integradas de Bauru). Endereço eletrônico: debturismo@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Doutora, com Tese em Ensino e Pesquisa em turismo, e Mestre, com Dissertação sobre Pesquisa em Comunicação, pela ECA/USP. Socióloga pela PUC/SP. Professora do Mestrado em Hospitalidade, da Especialização em Gestão de Serviços em Hospitalidade e da graduação em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi. Autora de diversos livros na área de ensino, pesquisa, turismo e hospitalidade. Endereço eletrônico: adadencker@anhembi.br

## **1 Introdução**

A movimentação gerada pela “indústria” do turismo é, por vezes, confundida com a dinâmica da hospitalidade, por isso, faz necessário evidenciar nesse artigo o que compreende a hospitalidade, a partir dos estudos que estão sendo desenvolvidos no Brasil, fomentados principalmente após a constituição do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (São Paulo).

A hospitalidade perpassa os diversos ambientes e espaços do nosso cotidiano, entretanto, freqüentemente autores associam o conceito ao âmbito da hospedagem, uma vez que quando é abordado sobre hospitalidade, concomitantemente vêm à mente o segmento turístico e as inter-relações que acontecem na execução desta atividade.

A grande barreira de explicitar teoricamente o que é hospitalidade e de buscar respostas para defini-la que não fiquem restritas ao senso comum, é por esta percorrer um campo simbólico, de difícil mensuração.

O Mestrado em Hospitalidade vem contribuindo significativamente para a evolução das pesquisas nessa área, a partir de diferentes correntes teórico-metodológicas, fomentando a associação dos mais diversos campos do conhecimento para fundamentar as inter-relações que envolvem essa temática.

Esse artigo visa discorrer sobre o campo teórico da hospitalidade, porém não se atem ao sentido de hospedagem ou especificamente ao segmento turístico. O que se pretende é ampliar o pensamento e as reflexões acerca de outros espaços onde a hospitalidade pode ser percebida, vivenciada e difundida, tendo como foco as Instituições de Ensino Superior (IES).

### **1.1 Breve reflexão sobre a Hospitalidade**

Investigando, a partir de referenciais exploratórios e bibliográficos, buscou-se transpor os desafios de um tema em plena evolução, fato notável a partir das publicações que emergem no Brasil, fundamentadas, inicialmente, por reflexões e leituras de autores internacionais.

Para explicitar como a hospitalidade pode ser percebida e vivenciada nas Instituições de Ensino Superior<sup>4</sup>, faz necessário discorrer brevemente sobre alguns campos teóricos, porém, é importante ressaltar que a hospitalidade é como uma cortina que vem sendo desvendada por campos teóricos diversos e com olhares predominantemente subjetivos, baseados em diversas áreas do conhecimento.

#### **Campo Ontológico**

<sup>4</sup> São instituições pluridisciplinares, públicas ou privadas, que desenvolvem atividades regulares de ensino, pesquisa e extensão. Fonte: [www.mec.gov.br](http://www.mec.gov.br)

Considerando como pilares do campo ontológico, citamos os autores Jacques Derridá e Emmanuel Lévinas.

Em entrevista de Jacques Derridá a Evandro Nascimento, intitulada “A solidariedade dos seres vivos”, em maio de 2001, Derridá discorre sobre seus pensamentos e traça suas comparações com Emmanuel Lévinas.

A hospitalidade para Derridá, a partir de algumas semelhanças que o autor associa com os escritos de Lévinas, é vista como uma reciprocidade de responsabilidade entre o “eu” e o “outro”, enfocando o crescimento das relações proveniente dessa aproximação, do encontro e do contato estabelecido entre aqueles que a princípio nos parecem “diferentes”, ou por características culturais, ou até mesmo porque são desconhecidos.

Derridá defende uma hospitalidade considerada incondicional, ou seja, o “eu” estar aberto para receber o “outro”, não somente para aqueles que conhecemos e do qual temos um certo convívio e já dispomos de um certo espaço, mas ao que nos apresenta anonimamente, e a estes, segundo o autor, deve-se deixar com que se aproxime e então lhe oferecer um lugar para habitar conosco. Portanto, para Derridá, a hospitalidade não deve ser vista somente como uma aceitação da diferença, mas também como um aprendizado que esse contato proporciona para ambos.

Em Lévinas, citado por Derridá, nota-se que é a aproximação e o contato com o “outro” que caracteriza a existência do “eu”. O que reporta entender que o “outro” tem responsabilidade pelo que ele representa, pois pela interação, ele pode até mesmo modificar algumas características do “eu”.

### **Campo Mercadológico**

No campo mercadológico, citamos Pierre Bordieu especificamente no que tange a relação entre as trocas simbólicas e as trocas comerciais.

No livro “A produção da crença”, Bordieu (2004, p. 20) estabelece algumas relações em que acontecem essas trocas. Uma delas é quando aborda sobre os pintores de quadros e o *marchand*. O prestígio, o reconhecimento, a percepção e o conhecimento de mercado faz com que o *marchand* “descubra” o pintor (autor da obra) e precifique a arte a partir de características subjetivas e depois utiliza a sua influencia para a comercialização do mesmo.

Reportando ao segmento turístico, é possível entender claramente essa relação de troca, pois, anterior à concretização da viagem, vêm o imaginário, a construção de uma imagem sobre o que se acredita encontrar no lugar desejado, e com isso paga-se um valor para o “uso” (ainda que intangível) desse recurso/atrativo e das expectativas criadas sobre a

qualidade dos equipamentos<sup>5</sup> que serão usufruídos. Relevante enfatizar que as relações estabelecidas nesses equipamentos caracterizam também uma troca simbólica.

Sob a ótica da hospitalidade, as trocas comerciais/simbólicas, segundo alguns estudiosos, pode ser “educada”/treinada para melhor atender o cliente, ocasionando assim, maior lucratividade.

### **Campo Sociológico**

O campo sociológico nos remete ao alemão George Simmel, e a partir de seus escritos ligados a sociabilidade, é possível traçar uma associação à hospitalidade, vista nesse sentido, como uma relação social, ou seja, um vínculo, uma aliança estabelecida por essas relações.

Em sua obra “Sociabilidade: um exemplo de sociologia pura ou formal”, Simmel (1983) descreve que o fato de estar junto sem ter um propósito material pré-definido promove uma interação mais próxima do real, do que ele considera como interação pura.

Para o autor, a sociabilidade se baseia no prazer da conversa, da convivência. Sendo esta pautada em sentimentos puros, onde a aproximação é desprovida de qualquer tipo de interesse, a não ser no prazer de interagir.

Nota-se, portanto, uma grande proximidade com o que se advoga sobre hospitalidade. Uma abertura, uma aproximação, um contato, uma interação e como consequência o estabelecimento de um vínculo.

### **Campo Sócio Antropológico**

Ressaltando outro campo, considerado por muitos pesquisadores como a base da hospitalidade, este é fundamentado em Marcel Mauss, no que tange aos seus estudos sobre o círculo da dádiva, caracterizado pelas ações: dar – receber – retribuir. Nesse sentido, a hospitalidade é refletida como uma troca simbólica e uma troca comercial, sendo que as duas não se excluem, podem inclusive acontecer simultaneamente.

Segundo Godbout (1999, p. 18), seguidor de Mauss: quando *damos* um presente a alguém, a pessoa *recebe*, e esta sente, imediatamente ou não, o desejo de “devolver” o agrado com algo inclusive de maior valor em *retribuição* ao que lhe foi dado, e assim, inicia-se o círculo, o vínculo. Porém, pode acontecer também de forma simbólica, quando é partilhado um momento da vida com alguém que seja ou que esteja próximo, este, na maioria das vezes, se sente “obrigado” em partilhar alguns fatos de sua vida, como forma de retribuição à confiança que foi estabelecida entre ambos, o que notadamente entra no círculo da dádiva.

---

<sup>5</sup> Citamos equipamento entendendo, nesse sentido, como os setores do *trade* turístico, principalmente meios de hospedagem, restaurantes e agências receptivas.

Aliando o comercial com o simbólico, pode-se considerar o ato da compra, do pagamento, da satisfação pelo produto comprado, do tratamento recebido, gerando, assim, uma certa fidelização ao local em que se estabeleceu essa relação.

No Ensaio sobre a Dádiva de Mauss (1974, p. 70), é possível notar alguns aspectos interessantes sobre a dádiva como, por exemplo, a dualidade, ao mesmo tempo que se apresenta de forma interessada, pode ser desinteressada, ao mesmo tempo que é voluntária, é também obrigatória, e ao mesmo tempo que é material, pode ser simbólica. Entretanto o ponto em comum é sempre a aliança instituída.

A partir dessas breves considerações sobre os campos da hospitalidade, nos escritos da portuguesa Isabel Baptista, é possível notar alguns pontos de convergência com os autores citados, sendo que esta considera que a hospitalidade pode ser instaurada pela aproximação com o outro, e que a qualidade das relações estabelecidas favorecem inclusive o enriquecimento do espaço habitado, o que autoriza a utilizar algumas de suas publicações como referencial para o presente artigo.

Faz-se necessário destacar que esses campos supracitados serviram de embasamento, ainda que de caráter predominantemente exploratório, para fundamentar a proposta de refletir sobre as relações de hospitalidade que perpassam o ambiente educacional, especificamente as Instituições de Ensino Superior.

## **1.2 Buscando estabelecer uma compreensão entre os campos teóricos e a realidade (ainda empírica<sup>6</sup>) vivenciada nas Instituições de Ensino Superior**

O ato de receber acontece em diversos ambientes<sup>7</sup> e nas mais variadas situações do cotidiano. Acolhe-se o outro no ambiente familiar, no trabalho, no restaurante, no hotel, no banco, na igreja, no hospital, ou seja, a constituição da própria sociedade acontece pelas relações que são estabelecidas nesses ambientes. Vive-se um constante encontro que por vezes aproxima e em outras afastam o convívio com o outro.

Pela amplitude de espaços em que a hospitalidade pode ser estudada, seria inviável discorrer sobre todos, até porque essas relações acontecem como uma rede de comunicação e alianças que dificultariam uma compreensão. Portanto foi escolhido o ambiente educacional, mas especificamente as Instituições de Ensino Superior (IES) por ser um espaço concreto de aprendizado, de construção, de troca, repleto de inter-relações e que a qualidade dos vínculos

---

<sup>6</sup> O aprofundamento dessas reflexões serão consideradas no projeto final apresentado como Dissertação do Mestrado em Hospitalidade da UAM em dezembro de 2006.

<sup>7</sup> Ambiente, citado nesse artigo também como Espaço, tendo como referencia o artigo de Isabel Baptista (2005) “Para uma geografia de proximidade humana”, onde a escola é considerada um espaço propício para as práticas de hospitalidade. Espaço, portanto, de caráter simbólico.

estabelecidos repercutem não somente dentro dos ‘muros’ da Instituição, mas no cotidiano da vida em sociedade.

#### Campo Ontológico X IES

Considerando as semelhanças descritas por Derridá entre seus escritos e os de Lévinas, é possível associar claramente à realidade das IES.

O ambiente educacional (IES públicas e privadas) convive a todo o momento pessoas dos mais diversos níveis sociais, econômicos e culturais. Reportando especificamente as IES públicas, onde candidatos de todos os estados do Brasil concorrem para as vagas disponíveis, essa diversidade é explicitamente notada. Consequentemente, essa aproximação com o “diferente” remete a um crescimento, a uma mudança na forma de pensar, agir e interagir, não só no próprio ambiente em que acontece o contato, mas a transformação é percebida e difundida para a sociedade.

#### Campo Mercadológico X IES

Estabelecendo um paralelo aos pensamentos de Bourdieu, faz-se necessário considerar uma IES como uma propagadora do conhecimento. Conhecimento este que é apresentado de forma tangível (livros, revistas, etc.), entretanto sua compreensão e assimilação percorre os caminhos mais profundos da mente humana. Isso denota dizer que “paga-se”<sup>8</sup> por algo de difícil mensuração, tendo conseqüência um retorno comercial adquirido por meio de um conhecimento simbólico.

Outro ponto passível de associação à hospitalidade no campo mercadológico é com relação à capacitação dos funcionários de uma IES. Muitos autores consideram que as práticas de hospitalidade podem ser “educadas”/ treinadas, proporcionando um atendimento satisfatório para os clientes (alunos), tendo como retorno uma propagação da imagem da instituição e conseqüentemente um retorno financeiro.

#### Campo Sociológico X IES

Com as considerações citadas embasados em Simmel, nota-se que as IES estão quebrando os paradigmas da abordagem tradicional do ensino que as aprisionavam, focando a educação não só para a formação específica (técnica), mas para a formação integral do educando. Formação esta que envolve diretamente a qualidade dos vínculos estabelecidos nesse ambiente e na sua repercussão no cotidiano social.

O convívio dos alunos com professores, coordenadores, diretores, por vezes proporciona a constituição de vínculos, originados pelo simples prazer da interação.

---

<sup>8</sup> As IES públicas não são pagas, entretanto utilizamos “paga-se” entre aspas para evidenciar que sempre há um gasto em cima do que se está sendo oferecido por essas Instituições, seja na compra de livros, jornais, revistas, participação em eventos, seja em outras instancias, como alimentação, moradia.

### Campo Sócio Antropológico

A trilogia de Mauss, dar-receber-retribuir, é mencionada por muitos autores como a base para os estudos da hospitalidade.

Esse círculo acontece constantemente nas IES. Na relação professor-aluno, Aluno/Funcionários, Professor/ Coordenador, Coordenador/ Funcionários, Funcionários/ Diretores, Coordenador/ Diretores, Reitor/ Funcionários em geral, Reitor/ Aluno, dentre outras.

São infindáveis os exemplos que poderiam ser co-relacionados entre as IES e os campos da hospitalidade, entretanto a etapa de Estudo de Caso será considerada no projeto final da Dissertação de Mestrado a ser apresentada na Universidade Anhembi Morumbi.

### **1.3 A Hospitalidade como instrumento fundamental na Gestão das IES**

Quando se discorre sobre gestão, identifica-se em Chon e Sparrowe (2003, p. 340) algumas habilidades necessárias para garantir o sucesso nos negócios. Considerando uma Instituição de Ensino Superior como uma organização, é possível reportar aos escritos desses autores para estabelecer uma relação com a hospitalidade.

A **primeira habilidade** citada é a comunicação, considerando seus três principais aspectos: existência de uma *mensagem* a ser transmitida que se materializa entre dois atores: o *emissor* e o *receptor*.

Segundo os autores

Para que a comunicação seja eficaz, é importante que você:

- transmita uma mensagem clara;
- fale de maneira clara;
- fale pausadamente;
- seja entusiasta;
- tenha certeza de que quem ouve entende a mensagem;
- transmita mensagens curtas e simples; e
- incentive a comunicação (CHON E SPARROWE, 2003, p. 340)

Para a realidade de uma Instituição de Ensino Superior, entende-se que a comunicação deve se estabelecer exatamente sobre esses princípios, pois as diversas formas de comunicação atuam como veículos condutores da hospitalidade.

Entretanto, o que se observa, ainda empiricamente, nessas Instituições são as grandes falhas decorrentes da comunicação mal estabelecida entre os atores que nela se interagem. Inclusive vale destacar que muitos funcionários e alunos nem sequer sabem qual é a missão e

a filosofia da Instituição a que pertencem, e essa disseminação é de responsabilidade dos gestores das IES.

Fazendo referencia a Walker (2002, p. 460) no que tange à filosofia corporativa este considera que:

O elemento mais importante na manutenção da imagem de uma organização é a prática de tornar a filosofia corporativa parte da vida das pessoas envolvidas com ela. Manter a filosofia viva e atuante é um valor que deve começar a ser cultivado no topo da escala hierárquica e incorporado a cada um de seus níveis, de maneira que as pessoas envolvidas do começo ao fim em todo o processo de gerenciamento se sintam comprometidas com uma única e mesma causa.

Uma das maiores reclamações evidenciadas está diretamente relacionada ao atendimento da Secretaria, na falta de precisão das respostas e principalmente na demora pelo retorno do que foi solicitado. Isso acaba transparecendo uma desorganização interna, mas ao mesmo tempo demonstra uma falta de motivação dos funcionários, fazendo atendimentos absolutamente superficiais e mecânicos.

A qualidade da comunicação necessita preponderantemente do caráter subjetivo que envolve uma relação, portanto, a forma com que se estabelece esse atendimento pode inclusive minimizar as progressivas reclamações feitas nesse setor. E esse é apenas um de muitos exemplos que poderíamos considerar.

Em Walker (2002, p. 470) é destacada uma lista de obstáculos que podem ocorrer durante uma comunicação, sendo eles:

- ✓ Só ouvir o que se quer ouvir
- ✓ Ignorar informações que conflitam com o que acreditamos saber
- ✓ Desconfiança em relação as fontes
- ✓ Diferenças de pontos de vista
- ✓ Palavras que significam coisas diferentes para pessoas diferentes
- ✓ Sinais não-verbais inconsistentes
- ✓ Emoções
- ✓ Ruído

Acredita-se, portanto que a motivação pode influenciar significativamente na disseminação da ‘cultura da hospitalidade’ dentro de uma IES, pois de acordo com Walker (2002, p. 471) a motivação “tem a ver com inspirar alguém a fazer alguma coisa pelo desejo genuíno de realizá-la, não porque foi obrigado a fazê-la”.

A partir do momento em que há o conhecimento da filosofia da Instituição, a incorporação desta no seu cotidiano, a motivação surge como consequência do entendimento do seu papel e da sua importância nesse processo.

As questões relativas ao humor que podem influenciar diretamente na interação social dentro de uma Instituição, foram fundamentadas a partir de Ball e Johnson *apud* Lashley e Morrison (2004, p. 281). Segundo os autores “em uma organização de hospitalidade, os receptores e provedores de humor podem ser gerentes, funcionários, clientes ou, na realidade, qualquer um admitido na organização ou envolvido com ela”.

Entende-se, portanto que se o bom humor estiver presente no cotidiano das IES, aumenta a possibilidade de abertura para receber o outro e de acolher suas necessidades, sendo um primeiro passo para a quebra de certas formalidades instituídas pelas hierarquias impositivas, que por vezes atrapalham e distorcem a realidade do convívio social dentro da organização escolar, dificultando consideravelmente a propagação das práticas de hospitalidade.

A **segunda habilidade** citada por Chon e Sparrowe (2003, p. 341) é representada pelo avanço tecnológico como instrumento facilitador da comunicação atual.

Aprender a trabalhar com processadores de texto, montagem de planilhas, banco de dados, ou seja, se instrumentalizar de habilidades tecnológicas, propicia melhor desempenho das funções, otimizando inclusive o tempo de trabalho e abrindo possibilidades para novos aprendizados.

Reportando as IES, é possível considerar que se a comunicação interna estiver fortalecida de mecanismos práticos, rápidos e eficientes, isso concorrerá para dinamizar as informações transmitidas aos alunos, disponibilizando inclusive ferramentas que facilitem o contato dos mesmos com os setores internos de forma mais prazerosa, eficaz e satisfatória.

Um exemplo é a informatização dos processos solicitados na Secretaria, fazendo assim, com que os alunos façam a consulta do andamento pelo computador de onde eles estiverem, ou que pelo menos o sistema interno gere, através de um e-mail, uma resposta condizente com a solicitação requerida. Esse *feedback* evidencia a competência da Instituição e passa aos alunos uma confiabilidade na organização a que estão vinculados, pela transparência das informações, remetendo-a, portanto, numa referência de sistema educacional.

Um dos pontos importantes citados também por esses autores é a forma com que a hospitalidade pode ser desenvolvida, tendo originariamente o conhecimento de si mesmo. A partir do momento em que se conhecem as habilidades, traçam-se metas de onde se quer chegar e potencializa algumas características que são necessárias para o convívio humano, não são adquiridos receios de se estabelecer vínculos com o outro, porque compreende-se que

para o crescimento intelectual, profissional e social é necessário o contato, a proximidade e o encontro.

As Instituições de Ensino Superior tem como compromisso acompanhar a necessidade da sociedade. É notável que durante muitas décadas, as IES estavam preocupadas em formar profissionais para uma atuação eficiente no mercado, porém nos últimos anos, observa-se que o mercado carece mais do que de super-profissionais, de cidadãos, de pessoas que saibam conviver, dialogar, compreender o outro.

O papel da gestão nas Instituições de Ensino Superior é de extrema relevância para fomentar as relações de hospitalidade, visto que é um ambiente propício para a busca de referenciais, é o espaço onde o jovem universitário necessita de bons exemplos, e isso repercutirá consideravelmente na sua formação integral e conseqüentemente na sua vida em sociedade.

#### **1.4 As múltiplas relações que acontecem nas IES**

Nas IES encontram-se diversas relações que por vezes são repressivas e distanciadoras e por vezes buscam uma certa aproximação.

Considera-se uma IES como uma rede, direta e indireta de relações, e de acordo com Baptista (2005, p. 47):

O convívio é gerador de sentimentos, de afectos, de ideais, de memórias, de desejos e de valores. Como tal, ele pode, também, ser gerador de conflitos, de frustrações e de riscos. Outra das tarefas da educação está precisamente aí, no ensinar a aprender a integrar a frustração, a dor, e até o medo, numa identidade progressivamente adulta.

Pois no momento que há proximidade com outro, são estabelecidos vários tipos de sentimentos, sejam positivos ou negativos. A educação, portanto, deve contribuir para o amadurecimento dessa relação, com o intuito de auxiliar e fortalecer o convívio social, não somente dentro do ambiente escolar, mas na própria vida em sociedade.

Faz-se necessário perceber que “cada unidade escolar representa uma unidade humana de perfil único, apresentando-se desse modo no espaço socialmente alargado de diálogo entre actores sociais ligados por eixos de identificação e de diferenciação” (BAPTISTA, 2005, p. 73).

É nesse espaço de educação que se considera possível associar não somente os conceitos da hospitalidade, mas buscar caminhos para demonstrar, através de ações concretas, as grandes mudanças que uma entidade educacional pode trazer para todos os seus atores se buscarem nos referenciais de hospitalidade, um meio de formar profissionais para a vida e de

melhorar seus vínculos internos, fazendo com que os funcionários se sintam acolhidos nesse espaço e, portanto, bons “hospedeiros do outro”.

A forma de se conquistar essa interação, proposta pela mesma autora é adquirir traços associados à cortesia.

Falamos de uma atitude, de uma disposição em relação aos outros, que passa pelos mais simples gestos do cotidiano, como os gestos de cortesia. [...] Terá que ser uma cortesia ancorada na ternura e na sensibilidade que só podem ser dados por outra pessoa. A cortesia corresponde a um sinal de hospitalidade, de capacidade de acolhimento, em relação a outros modos de ser e de fazer. Ela deve, pois, estar presente a todos os níveis da relação com o próximo, seja ele o colega, o vizinho ou qualquer outro que cruza o nosso caminho (BAPTISTA, 2005, p. 48).

Para Baptista e educação é mais do que ensinar, é um compromisso ético da instituição com a sociedade, cabendo a instituição o papel de promover uma qualidade relacional madura e que aproxime cada vez seus atores internos e a ação dos mesmos na sociedade.

Portanto, segundo a autora “As escolas têm que ser lugares de hospitalidade, de reconhecimento, de proximidade e de encontro” (BAPTISTA, 2005, p. 101).

Em contraponto, é necessário também considerar que um ambiente escolar que promove repressão e distanciamento, forma profissionais sem qualificação, absolutamente despreparados para o mercado, e principalmente com problemas de relacionamento social.

Logo, considera-se altamente relevante discutir mais profundamente essas questões, para assim, aproximar do ideal do que realmente deve ser uma Instituição de Ensino Superior.

### **Considerações finais**

Falar de hospitalidade é tentar captar o que envolve uma relação de convivência, de aproximação, buscando explicar o que faz com que essas relações sejam fortalecidas ou rompidas.

A partir do exposto, buscou-se apresentar alguns campos da hospitalidade (importante destacar que existem várias linhas que estão estudando essa temática) visando fomentar maiores reflexões.

Apesar da subjetividade das relações estabelecidas nessas instituições, entende-se que esse espaço favorece as práticas de hospitalidade, entretanto, não foi identificado nenhum estudo que seja específico para pontuar exatamente o que essas relações impactam na vida de seus atores, a não ser a publicação da professora Isabel Baptista que aborda o aspecto da Escola como lugar de Hospitalidade.

A necessidade de se colocar em evidência essas reflexões para a academia visa à busca de uma maior compreensão da hospitalidade estabelecida nos espaços de uma Instituição de Ensino Superior.

Por conseguinte, é possível fazer menção de que a gestão da hospitalidade nas IES pode contribuir preponderantemente com todas as áreas do conhecimento e pela associação que é estabelecida com turismo, apesar de não ser o foco desse artigo, pode ser analisado como um veículo propagador, ou seja, um referencial da hospitalidade dentro desse ambiente.

Para finalizar, almeja-se: O *desafio* de conseguir associar esses conceitos à prática das instituições, a *necessidade* de constituir o fortalecimento e melhorar a qualidade relacional dos atores que convivem nesse espaço educacional e a *interação* fundamental para que essas relações se estendam à vida em sociedade.

### **Referências bibliográficas**

BALL, S. ; JOHNSON, K. O humor nos ambientes da hospitalidade comercial. In: LASHLEY, Conrad ; MORRISON, Alison. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole, 2004.

BAPTISTA, Isabel. *Dar rosto ao futuro: a educação como compromisso ético*. Porto: Profedições, 2005.

\_\_\_\_\_. Para uma geografia de proximidade humana. *Revista Hospitalidade*. Ano 2, n 2, ISSN 1807-975X.

BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuições para uma economia dos bens simbólicos*. São Paulo: Zouk, 2004.

CHON, Kye-Sung ; SPARROWE, Raymond T. *Hospitalidade: conceitos e aplicações*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti ; BUENO, Marielys Siqueira (Org.). *Hospitalidade: cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

DERRIDÁ, 2001. In: NASCIMENTO, E. A solidariedade dos seres vivos: entrevista com Jacques Derridá. Disponível em: < <http://www.rubedo.psc.br/Entrevis/solivivo.htm> >. Acesso em: 02. nov. 2005.

GODBOUT, Jacques. *O espírito da dádiva*. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

IV SeminTUR – Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL  
Universidade de Caxias do Sul – Mestrado em Turismo  
Caxias do Sul, RS, Brasil – 7 e 8 de Julho de 2006

---

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas. In: *Sociologia e Antropologia*. (vol II) São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1974.

SIMMEL, Georg. Sociabilidade: um exemplo de Sociologia Pura ou Formal. In: MORAES FILHO, Evaristo. *Simmel*. São Paulo: Ática, 1983.

WALKER, John R. *Introdução à Hospitalidade*. 2. ed. Barueri: Manole, 2002.