

Algumas palavras

Nas últimas décadas, à frente dos estudos de hospitalidade publicados nos periódicos em inglês, estiveram dois grupos de acadêmicos. O primeiro desses grupos, de atuação mais genérica, reuniu estudiosos das áreas de antropologia, sociologia, história social, filosofia e geografia humana, que vêm se dedicando ao estudo do tema da hospitalidade como um fenômeno humano voltado para a recepção (ou a rejeição) do estrangeiro. O livro *Mobilizing hospitality: the ethics of social relations in a mobile world* (MOLZ, GIBSON, 2007) reúne vários desses estudos.

Além disso, acadêmicos preocupados com o desenvolvimento dos profissionais que trabalham com a oferta comercial de acomodação e de serviços em bares e restaurantes interessaram-se em estudar o tema desde uma perspectiva mais ampla quando, em termos gerais, o setor passou a ser coletivamente chamado de “indústria da hospitalidade”.

A pergunta ‘o que é hospitalidade?’ surgiu naturalmente, quando passamos a pensar mais criticamente nessa prática de ‘rotulação’ das atividades da área. A busca de respostas a esta pergunta levou à publicação dos livros *In search of hospitality: theoretical perspectives and debates* (LASHLEY; MORRISON, 2000) e *Hospitality: a social lens* (LASHLEY; LYNCH; MORRISON, 2007) e, mais tarde, ao lançamento do periódico *Hospitality & Society*.

Em uma tentativa de dar a esses estudos algum fundamento analítico, propus o uso do diagrama de Venn, em um de meus textos. Devo admitir que se trata de um instrumento um tanto quanto imperfeito e simplista, mas que ao menos sugere que o estudo da hospitalidade deve considerar vários caminhos ou domínios.

O domínio comercial vinha até então ocupando posição dominante, pelo fato de a maioria dos cursos da área ter como objetivo preparar pessoas para o mundo do trabalho e mesmo por conta de os trabalhos de pesquisa e de consultoria serem amplamente orientados para o mercado.

O domínio privado ou doméstico foi identificado como um contexto interessante, dentro do qual seria possível analisar tanto as expectativas de anfitriões quanto de hóspedes, com implicações no âmbito comercial. Tanto empregados quanto empresários chegam ao setor carregando suas experiências anteriores no ambiente doméstico, seja como anfitriões, seja como convidados. Além disso, há alguns padrões de ambos os domínios que se mesclam em determinados contextos, como o de pequenos hotéis, pensões e hospedarias ao estilo cama-e-café. Nesses lugares, famílias dividem espaços com hóspedes pagantes e o efetivo grau de separação de espaços públicos e privados suscita interessantes questionamentos.

O domínio social ou cultural representa, por sua vez, as expectativas, obrigações e responsabilidades de anfitriões e de hóspedes, em diferentes tempos e espaços.

A obrigação de ser hospitaleiro e de oferecer proteção aos estrangeiros é universal e orientada por códigos morais e religiosos. O ato de acolher e proteger estranhos é visto como uma característica das pessoas boas e a maioria das religiões o institui como uma condição da prática religiosa. Mas o ato pode também ser visto como uma forma de sanção contra aqueles que falham em ser hospitaleiros. De fato, é interessante notar o quanto é comum nessa assertiva moralista sugerir que anjos e deuses chegarão disfarçados de viajantes para se certificarem de como os anfitriões se comportam em relação a eles, punindo os que não os tratam bem.

Ao analisar os escritos desses cientistas sociais, é possível definir e identificar claramente o que venha a ser um comportamento hospitaleiro, bem como as atitudes inerentes às ‘pessoas hospitaleiras’.

Os textos publicados nesta edição especial da *Revista Hospitalidade*, apresentados na conferência realizada em novembro de 2014, surgiram por conta de meus contatos com Ana Paula G. Spolon, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP). Ela apresentou-me o trabalho que vinha sendo desenvolvido no Brasil sobre os temas da hospitalidade e da hospitabilidade e que vinham sendo publicados em português, pelos quais nos interessamos.

A conferência, neste sentido, foi um esforço para dar início a debates e orientar colaborações futuras, para além das nossas fronteiras nacionais. Essa edição especial

não traz apenas os resultados dos trabalhos apresentados, mas constitui uma bem sucedida parceria entre a *Revista Hospitalidade* e a *Research in Hospitality Management*, que permite a publicação simultânea dos artigos, em português e em inglês. E que permite que conheçamos os trabalhos uns dos outros. Eu diria que este é um excelente começo para uma experiência de hospitalidade.

Professor Conrad Lashley

Academy of International Hospitality Research (AIHR)
Stenden University of Applied Sciences
Países Baixos