

## Dádiva e Hospitalidade

Ana Bauberger Pimentel \* ([anapimentelbr@yahoo.com](mailto:anapimentelbr@yahoo.com)),  
Ruth Barbosa \*\* ([ruthbarbosa@terra.com.br](mailto:ruthbarbosa@terra.com.br)),  
Davis Gruber Sansolo \*\*\* ([davis@anhembibr.com](mailto:davis@anhembibr.com)) e  
Marta de Azevedo Irving\*\*\*\* ([mirving@mandic.com.br](mailto:mirving@mandic.com.br))

### Resumo

O objetivo deste artigo é analisar a hospitalidade sob a luz da teoria da dádiva. A reflexão envolveu uma articulação entre as questões associadas aos modelos clássicos de hospitalidade e as premissas associadas ao conceito da dádiva, tais como reciprocidade, gratuidade e espontaneidade. O referencial teórico de inspiração do trabalho partiu da obra de Marcel Mauss e dos estudos sobre hospitalidade. Para Godbout (1999, p. 20), a teoria da dádiva é "tão moderna e contemporânea quanto característica das sociedades primitivas." Já hospitalidade é um conceito polissêmico, com definições tão diversas quanto o enfoque dos autores que trabalham com o tema, seus usos e seus contextos. Para Lashey (2004), hospitalidade pode ser analisada com base em três domínios: social, privado e comercial, e representa fundamentalmente troca. Em todas as perspectivas, hospitalidade é interpretada como uma forma de relação humana baseada na ação recíproca entre visitantes e anfitriões, portanto, ela está associada à relação social, aos vínculos, em suma, à dádiva. Um ambiente hospitaleiro e acolhedor favorece encontros, formação de vínculos entre desconhecidos ou reforço de vínculos entre conhecidos e é quando as pessoas e os grupos humanos estão em contato e intercâmbio que se descobrem, gerando diversificação e riqueza de valores.

**Palavras-chave:** Dádiva; Hospitalidade; Encontro;

### Abstract

The purpose of this work is to study hospitality under the gift theory view. This thinking has involved a connection between issues associated to classical patterns of hospitality and premises related to the concept of the gift, such as reciprocity, donation and spontaneity. The theoretical reference of inspiration of this work came from Marcel Mauss' work collection and from the researches about hospitality. For Godbout (1999, p.20), the gift theory is "as modern and contemporaneous as the primitive societies features." Yet, hospitality is a concept with many meanings; it has so many definitions as the researchers who work with this subject, its use and context. For Lashey (2004), hospitality may be analyzed on a three-ground basis: social, private and commercial, and it basically represents exchange. By taking into account all the perspectives, hospitality is interpreted as a way of human relationship based on reciprocal actions between visitors and hosts. Therefore, it is associated to social relationship and socialization, in short, to the gift. A hospitable and warm environment is proper to meetings, to establish contacts among strangers or reinforce links among the familiar ones. When people and the human groups get in touch and interact they realize themselves, creating an interchange of diversity and richness of values.

**Key-words:** Gift; Hospitality; Meeting;

"Não vos esqueçais da hospitalidade,  
 porque por ela alguns, não o sabendo,  
 hospedaram anjos."  
 (Epístola aos Hebreus, 13:2)

## Introdução

O objetivo deste artigo é analisar a hospitalidade sob a luz da teoria da dádiva. A reflexão envolveu uma articulação entre as questões associadas aos modelos clássicos de hospitalidade e as premissas associadas ao conceito da dádiva, tais como reciprocidade, gratuidade e espontaneidade.

A reflexão partiu de um estudo bibliográfico centrado na obra de Marcel Mauss - *Sociologia e Antropologia* (MAUSS, 2003) - sobre a teoria da dádiva e dos autores que interpretam essa temática na sociedade contemporânea. O referencial teórico de inspiração do trabalho partiu também dos estudos sobre hospitalidade.

## Marcel Mauss e o Espírito da Dádiva

A troca de dádivas foi descrita pela primeira vez por Mauss em seu célebre *Ensaio sobre a Dádiva* (*Essai Sur le Don*, no original), publicado pela primeira vez em 1923. Analisando comparativamente um amplo material etnográfico, Mauss descobriu que os habitantes das sociedades da orla do Pacífico e do noroeste da América do Norte, que compunham um cenário cultural extremamente diversificado, e praticavam um tipo de intercâmbio de prestações e de contraprestações, denominadas pelo autor de "prestações totais", caracterizadas basicamente pela oferta voluntária de presentes, livre e gratuita, e, simultaneamente, interessada e obrigatória (MAUSS, 2003).

A obra de Mauss tem inspirado a reflexão de cientistas sociais contemporâneos das mais diversas inclinações teóricas. Ela favorece interpretações múltiplas, convergentes e divergentes, dentro e fora

da antropologia, a começar pelo autor do prefácio de seu livro *Antropologia e Sociologia* - Lévi-Strauss (STRAUSS-LÉVI, Prefácio. In: MAUSS, 2003). Segundo Lanna (2000), a inspiração de Mauss é aceita por sociólogos (de G. Gurvitch a P. Bourdieu, passando pelo grupo do *Collège de Sociologie*), escritores ou filósofos (R. Callois, G. Bataille), historiadores (F. Braudel e a escola dos *Annales*) ou mestres da Antropologia inglesa (A. R. Radcliffe-Brown, E. E. Evans-Pritchard, R. Firth). E, atualmente, há um considerável universo de pesquisadores trabalhando acerca da dádiva, considerada um fenômeno importante ou princípio de base de um modelo sociológico, ou até mesmo um novo paradigma. Na França, existe um grupo que se configurou em torno da *Revue du MAUSS* (Mouvement Anti-Utilitariste des Sciences Sociales), dirigido por Alain Caillé<sup>1</sup>. No Brasil há também um grupo articulado ao grupo MAUSS no programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco -UFPE, liderado pelo professor Paulo Henrique Martins. No Mestrado em Hospitalidade, da Universidade Anhembi-Morumbi, também são desenvolvidas pesquisas sob a referência do Mauss para tratar a hospitalidade.

A maior contribuição do *Ensaio de Mauss* (2003) talvez seja a de mostrar como as mais diferentes civilizações revelam que trocar é mesclar almas, permitindo a comunicação entre os homens, a intersubjetividade, a sociabilidade. Assim, para Mauss (2003, p. 211), o objetivo da dádiva "é produzir um sentimento de amizade entre as duas pessoas envolvidas."

Mauss afirma que esse é um "fenômeno social total" (MAUSS, 2003, p. 187), já que as regras do sistema de dádivas manifestam-se simultaneamente na moral, na literatura, no direito, na religião, na economia, na política, na organização do parentesco e na estética

\* Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social pelo Programa EICOS-UFRRJ.  
 E-mail: anapimentelbr@yahoo.com

\*\* Graduação em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1973), Mestrado em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1990) e Doutorado em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2001). Atualmente é professor Associado I da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Tem experiência na área de Psicologia e trabalha no Programa EICOS, de Mestrado e Doutorado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, com estudos na área de Saúde, foco no cuidado e nas Políticas de Humanização, com interface com Interdisciplinaridade, Complexidade e Formação Profissional para a Saúde.  
 E-mail: ruthbarbosa@terra.com.br

\*\*\* Graduação em Geografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1987), mestrado em Geografia (Geografia Física) pela Universidade de São Paulo (1996) e doutorado em Geografia (Geografia Física) pela Universidade de São Paulo (2002). Atualmente é professor do Programa de Mestrado em Hospitalidade Universidade Anhembi Morumbi. É pesquisador associado do Laboratório de Tecnologias e Desenvolvimento Social-LTDS, do Programa de Engenharia de Produção, da COPPE/UFRRJ. Tem experiência na área de Geografia, com ênfase em Planejamento Ambiental, atuando principalmente nos seguintes temas de pesquisa: turismo, meio ambiente, hospitalidade, desenvolvimento sustentável e políticas públicas.  
 E-mail: davis@anhembi.br

\*\*\*\* Graduação em Biologia (Ecologia/Biologia Marinha) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1978) e Psicologia pela Universidade Estadual do Rio de Janeiro (1981). Mestrado em Oceanografia Biológica pela Universidade de Southampton (UK) em 1983, na temática de gestão de ecossistemas costeiros. Doutorado em Oceanografia Biológica pela Universidade de São Paulo (1991) sobre gestão de ecossistemas costeiros sob a ótica de planejamento e controle de poluição. Pós doutorado na Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais (EHESS) de Paris e no Departamento de Ecologia e Gestão da Biodiversidade do Museu de História Natural de Paris (2004-2005) sobre a temática da gestão da biodiversidade e inclusão social.  
 E-mail: mirving@mandic.com.br

1. Vide o site [www.revuedumauss.com/](http://www.revuedumauss.com/)

de uma sociedade qualquer. Além do aspecto econômico envolvido em uma troca, ela implica sempre também outros aspectos, políticos e, principalmente, pessoais.

Além disso, não são apenas bens e riquezas que são trocados, ou seja, bens econômicos no sentido estrito, mas sobretudo "amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos, e nos quais a circulação de riquezas não é senão um dos termos de um contrato bem mais geral e bem mais permanente". (MAUSS, 2003, p. 191) Note-se que as trocas não são só materiais: a circulação pode implicar prestações de valores espirituais, assim como maior ou menor alienabilidade do que é trocado. (LANNA, 2000)

Um aspecto fundamental também discutido é o fato de as trocas serem simultaneamente voluntárias e obrigatórias, interessadas e desinteressadas, úteis e simbólicas. Coexistem, portanto uma liberdade e uma obrigação de dar e receber, assim como uma liberdade e uma obrigação de retribuir.

Nas regras de direito e moral, não presentear e não aceitar o presente dado implicam em um rompimento com as normas comuns de sociabilidade: "equivale a declarar guerra; é recusar a aliança e a comunhão." (MAUSS, 2003, p. 202) Mas o aceite significa comprometer-se, "entrar no jogo, quando não a permanecer." (MAUSS, 2003, p. 224) No entanto, uma dívida realizada por obrigação, por obediência a uma norma, é considerada de qualidade inferior. As regras devem permanecer implícitas, não formuladas. "Os membros de um sistema de dívida possuem uma relação muito particular com as regras. Antes de mais nada, as regras devem estar implícitas." (GODBOUT, 1998)

O ato de dar pode, assim, se associar em maior ou menor grau a uma ideologia da

generosidade. Mas, se não há (e nem deve haver) uma certeza ou garantia estabelecida, também não existiria dívida sem a expectativa de retribuição. A dívida não procura a igualdade ou equivalência, ela está no cerne de incertezas que caracterizam o vínculo social. A dívida, como a relação que esta estabelece, não é unilateral. Afinal, uma relação de sentido único não seria uma relação - o equilíbrio da dívida está na tensão da dívida recíproca. Para Goudbout (1998, 1999), em todo tipo de dívida, se encontra essa estranha relação com a regra, esse paradoxo da obrigação de ser livre, da obrigação de ser espontâneo, que faz com que a dívida seja fundamentalmente diferente do mercado e do Estado.

Segundo esse autor, ela não corresponde ao modelo mercantil - os agentes sociais buscam se afastar da equivalência de modo deliberado. A retribuição não é o objetivo.

*"É um equívoco aplicar a ela o modelo linear fins-meios e dizer: ele recebeu depois de ter dado, portanto deu para receber; o objetivo era receber, e a dívida era um meio. A dívida não funciona assim. Dá-se, recebe-se muitas vezes mais, mas a relação entre os dois é muito mais complexa e desmonta o modelo linear da racionalidade instrumental."* (GODBOUT, 1998)

Essa é a dialética inerente à dívida perante à hospitalidade: ao receber alguém estou me fazendo anfitrião, mas também crio, teórica e conceitualmente, a possibilidade de vir a ser hóspede deste que hoje é meu hóspede. A mesma troca que me faz anfitrião, faz-me também um hóspede potencial. Isto ocorre porque "dar e receber" implicam não só uma troca material mas também em uma troca espiritual, uma comunicação entre almas.

Lanna (2000) afirma que a antropologia de Mauss é uma sociologia do símbolo, da comunicação; "é ainda nesse

sentido ontológico que toda troca pressupõe, em maior ou menor grau, certa alienabilidade". Ao dar, dá-se sempre algo de si e, ao aceitar, o recebedor aceita algo do doador. Ele deixa, ainda que momentaneamente, de ser um outro; a dádiva aproxima-os, torna-os semelhantes. (LANNA, 2000) Nas palavras de Mauss (2003, p. 212): "Trata-se, no fundo, de mistura. Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca."

A dádiva, portanto, serve

*"para se ligar, para se conectar à vida, para fazer circular as coisas num sistema vivo, para romper a solidão, sentir que não se está só e que se pertence a algo mais vasto, particularmente a humanidade, cada vez que se dá algo a um desconhecido, um estranho que vive do outro lado do planeta, que jamais se verá."* (Godbout, 1998)

A tese principal do Ensaio de Mauss (2003) é, portanto, que a vida social se constitui por um constante dar-e-receber. A reflexão mostra ainda como, universalmente, dar e retribuir são obrigações, mas organizadas de modo particular em cada caso. A dádiva produz aliança, tanto as matrimoniais como as políticas (trocas entre chefes ou diferentes camadas sociais), religiosas (como nos sacrifícios, entendidos como um modo de relacionamento com os deuses), econômicas, jurídicas e diplomáticas (incluindo-se aqui as relações pessoais de hospitalidade). (LANNA, 2000) A dádiva serve, portanto, antes de mais nada, para estabelecer relações. "Ela é mesmo a relação social por excelência." (GODBOUT, 1999, p. 16)

### A dádiva na sociedade contemporânea

Segundo Pereira (2000), tudo indica que a teoria da dádiva é uma aparelhagem

adequada à apreensão dos mecanismos subjacentes às trocas simbólicas nas sociedades contemporâneas. Para Godbout (1999, p. 20), ela é "tão moderna e contemporânea quanto característica das sociedades primitivas." O mesmo autor afirma, ainda, que "o indivíduo moderno está constantemente envolvido em relações de dádiva" (GODBOUT, 1999, p. 113) e este menciona as principais características da dádiva moderna como a presença de estranhos no sistema (dádiva a desconhecidos); a liberdade; a gratuidade ("Se não existe dádiva gratuita, existe pelo menos gratuidade na dádiva." p. 118); o caráter espontâneo; a dívida (ainda que totalmente diferente em sentido da dívida mercantil) e, finalmente, o retorno, que acontece de vários modos.

Para Godelier (2001), em nossa sociedade a dádiva se tornou uma operação antes de mais nada, subjetiva, pessoal, individual. "Ele [o dom]<sup>2</sup> é a expressão e o instrumento de relações pessoais situadas além do mercado e do Estado." (GODELIER, 2001, p. 314) Este é um fenômeno essencial na sociedade contemporânea. Basta pensar no que circula entre amigos, entre vizinhos, entre parentes, sob a forma de presentes, de hospitalidade e de serviços. Mas Godbout (1998, 1999) lembra que, na sociedade contemporânea, ela circula também entre desconhecidos: doações de sangue, de órgãos, filantropia, doações humanitárias, benevolência etc.

O autor (*op. cit.*) afirma, ainda, que a dádiva se "infiltra" nos interstícios dos sistemas do mercado e do Estado. Posição diferente de Godelier (*op. cit.*), que acredita que o sistema de dádiva se opõe fortemente a esses sistemas. "Assim, em nossa cultura, o dom continua a derivar de uma ética e de uma lógica que não são as do mercado e do lucro, e antes se opõem, resistem a ela." (GODELIER, 2001, p. 314). Godbout (1999, p. 188) diz

2. "Dom" e "Dádiva" são duas traduções diversas para a mesma palavra. No original, em francês, don.

ainda que "o que caracteriza a modernidade não é tanto a negação dos vínculos quanto a tentação constante de reduzi-los praticamente ao universo mercantil ou então de pensar os vínculos e o mercado de maneira isolada, como dois mundos impermeáveis."

Para Lanna (2000), se, em determinados contextos, há conflito entre as lógicas da dádiva e da mercadoria, em outros pode haver complementaridade. Assim, "há instâncias onde cada uma dessas idéias opostas se verificam, a mercadoria ora pressupondo ora destruindo a dádiva." (LANNA, 2000). No caso da hospitalidade, principalmente ao se pensar no âmbito da hospitalidade tradicional, ou seja, de uma rede de serviços que oferece alimento, bebidas e hospedagem a pagamento, essa complementaridade fica bem visível.

### Hospitalidade e dádiva

Hospitalidade é um conceito polissêmico, com definições tão diversas quanto o enfoque dos autores que trabalham com o tema, seus usos e seus contextos. Gidra e Dias (2004, p. 119) acreditam que não há nem virá a existir uma definição e um sentido únicos, "da mesma forma como não existe uma maneira única de a hospitalidade expressar-se no plano real e objetivo." Para esses autores, toda definição de hospitalidade deve passar por três requisitos fundamentais: o reconhecimento e estudo da hospitalidade como fenômeno psicossociocultural complexo, a partir de enfoques teóricos holísticos da sociedade e em uma visão interdisciplinar.

Para Boff (2005), hospitalidade supõe reciprocidade. Partindo de um ponto de vista holista e com um discurso ético-espiritual, esse autor propõe a hospitalidade como uma das virtudes necessárias a um novo mundo possível. Ele trata da hospitalidade principalmente entre desconhecidos, e não aborda, em nenhum momento, em sua dimensão, a prática comercial.

Esse autor (*op. cit.*) afirma que todo estranho, ao mesmo tempo em que produz o sentimento de estranheza normalmente associado ao receio e ao medo, pode também provocar a curiosidade de conhecê-lo, em sua vida e história. "Esta relação pode ser fecunda na medida em que o estranho revela outro mundo ou dimensões escondidas da realidade que nós não vemos." (*op cit*, p. 125)

No entanto, na medida em que este se torna conhecido e relações de troca são estabelecidas, segundo Boff, o estranho deixa de ser um estranho - passa a ser um diferente, mas membro da comunidade. O autor define, portanto, a hospitalidade como o ato de "acolher o estranho assim como se apresenta sem logo querer enquadrá-lo nos esquemas válidos para a nossa comunidade." (*ibidem*, p. 125)

No extremo oposto a esta concepção, pode-se conceitualizar a hospitalidade partindo-se apenas de sua dimensão comercial. O Congresso da Indústria da Hospitalidade<sup>3</sup> a definiu, em 1996, como "a provisão de comidas e/ou bebidas e/ou hospedagem longe de casa."<sup>4</sup> e o Conselho de Educação Superior<sup>5</sup> britânico como "a provisão de comidas e/ou bebidas e/ou hospedagem em um contexto de serviço<sup>6</sup>." (apud LASHEY, 2000?)

Há ainda quem a defina como uma qualidade, um valor ou uma atitude, usando mais freqüentemente o termo adjetivado - o ser hospitaleiro.<sup>7</sup> Pires (2001) a interpreta, sem um esforço de revisão crítica, praticamente como sinônimo da cordialidade descrita por Sérgio Buarque de Holanda, expressa como um desejo de intimidade do indivíduo reduzido à parcela social.

Integrando este olhar à perspectiva comercial, a hospitalidade pode ser ainda definida como um conjunto de técnicas de bom atendimento na atividade turística,

3. Joint Hospitality Congress, no original.

4. "The provision of food and/or drink and/or accomodation away from home", no original.

5. Higher Education Funding Council, no original.

6. "The provision of food and/or drink and/or accomodation in a service context", no original.

7. O então presidente do Instituto de Hospitalidade, Sergio Foguel, durante palestra proferida no 2º Encontro Anual do Movimento Brasil de Turismo e Cultura (Rio de Janeiro, dezembro de 2005), a definiu como a "cultura brasileira da hospitalidade a maneira de receber, a alegria, a cordialidade, o colorido, aconchego que encanta tanto os brasileiros que vão a outras regiões bem como os estrangeiros."

que podem ser ensinadas, formatadas e reproduzidas.

Para Lashey (2004), hospitalidade pode ser analisada com base em três domínios: social, privado e comercial, e representa fundamentalmente troca. Em todas as perspectivas, hospitalidade é interpretada como uma forma de relação humana baseada na ação recíproca entre visitantes e anfitriões. Portanto, ela está associada à relação social, aos vínculos, em suma, à dádiva. Segundo Decker (2004, p. 189),

*"A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre os indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do Dom."*

Para Camargo, "Toda hospitalidade começa com uma dádiva. (...) A dádiva desencadeia o processo de hospitalidade (...) numa perspectiva de reforço do vínculo social." (Camargo, 2004, p.19) Já para Godbout (1999, p. 198),

*"o vocabulário da hospitalidade está impregnado de ambigüidade. Receber designa, evidentemente, o fato de acolher alguém em casa, mas também, o que é igualmente importante, o fato de dar, oferecer alguma coisa: hospitalidade, uma refeição, etc. Receber alguém é dar-lhe algo. É exatamente o contrário daquilo que o mercado procura: criar condições de troca de bens entre estranhos iguais."*

O que não significa, no entanto, que hospitalidade como dádiva não possa ocorrer em espaços e atividades de caráter comercial. Se for verdade que na hospitalidade comercial, a reciprocidade é primariamente baseada em troca monetária (LASHEY, 2004), não há impedimento que a relação entre hóspede e anfitrião extrapole aquela prevista pelo contrato. Nas palavras

de Camargo (2004, p. 46), "na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato, sendo que esse "após" deve ser entendido como "para além do" ou "tudo o que se faz além do..." contrato." Para Godbout (1999, p.200) "a dádiva contém sempre um além, um suplemento, um algo a mais que a gratuidade tenta denominar. É o valor do vínculo."

A troca humana baseada na equivalência monetária garante o serviço contratado pelo preço determinado. Isto é, paga-se a bebida e a comida, assim como o uso da mesa, da louça e dos talheres, eventualmente a entrega e recolhimento dos produtos na mesa e a limpeza do ambiente em um restaurante ou bar. Em um hotel ou pousada, paga-se e recebe-se pelo uso do espaço, alimentação acordada e por demais serviços, conforme a categoria e luxo do local. A preocupação da recepcionista zelosa ao perceber que o hóspede chegou encharcado após um temporal, ou o garçom que informa o resultado do futebol e comenta as qualidades do time de seu cliente, no entanto, são "adicionais", "um suplemento situado fora do sistema de mercado", assim como os aplausos a um artista a quem se assiste em um show. (Godbout, 1998, 1999). A hospitalidade é, enfim, algo não previsto, independente do contrato, livre.

Esse "extra" é claramente sujeito ao contexto, pois algo está sujeito ao inesperado em um local e mero comportamento esperado em outro. Desse modo, nos estabelecimentos mais standartizados há menos espaço para a dádiva e, portanto, para o vínculo.

É justamente esse espaço praticamente protegido de possíveis vínculos que traz a sensação moderna de liberdade. Basta pensar nos grandes hotéis, impessoais, onde não há signos que permitam reconhecimento nem mesmo da cidade ou país onde está

localizado, e nos quais se cria um ambiente "neutro" que permite que se assumam os papéis que são escolhidos, protegidos pela máscara de um ser desconhecido. Guerrier (1997, apud LASHEY, 2004) argumenta inclusive que a ausência de hospitalidade e a anônimidade dos grandes hotéis é parte de sua atração. "A cultura moderna, ao invés de se preocupar principalmente com aquilo que nos vincula uns aos outros, visa, em primeiro lugar, a libertar-nos dos outros, emancipar-nos dos vínculos sociais concebidos como formas de obrigação inaceitáveis." (GODBOUT, 1999, p. 188)

Godbout (1998), no entanto, acredita que "a dádiva também pretende sujeitar os outros sistemas à sua lei, que consiste em liberar a troca e fazer surgir algo imprevisto, fora das regras." É nesse sentido que Dencker (2004, p. 189) afirma que "as relações de mercado não existem isoladamente, coexistem com outras formas de relação de troca, uma vez que faz parte da condição humana interagir com o outro, trocar emoções, compartilhar sonhos, esperanças, tristezas, aflições, reconhecer e ser reconhecido pelo outro."

Portanto, se o sistema normativo e institucional tende a integrar esse "a mais" introduzido pela dádiva, reduzindo-o a uma troca equitativa, os seres humanos tendem a reinventar e a escapar continuamente daquilo que se fixa, que se normatiza, fugindo-se das equivalências mecânicas, calculáveis. "Saímos do mercado toda vez que introduzimos o valor do vínculo. Saímos voluntariamente da relação mercantil e reintroduzimos um gesto inesperado, imprevisto, uma graça." (GODBOUT, 1999, p. 223)

Para Jovchelovitch (1998, p. 80),

*"esses pontos de encontro são o lugar em que saberes sociais se produzem, e é em virtude deles que nós sustentamos e renovamos os laços de diferença e solidariedade que envolvem o sentido de comunidade e pertença, produzindo hoje o que amanhã será história nos trabalhos da memória coletiva"*

## Conclusão

Um ambiente onde há pouco espaço para trocas interpessoais, onde não há espaço para encontros, causa, em geral, a sensação de hostilidade. Contrariamente, um ambiente hospitaleiro e acolhedor favorece encontros, formação de vínculos entre desconhecidos ou reforço de vínculos entre conhecidos.

A vida humana depende da ação dos indivíduos e de sua interação. O ser humano é um ser portador de necessidades que só se realizam através dos relacionamentos entre os humanos. O reconhecimento de um outro ser como humano implica na capacidade de percepção das necessidades de recursos materiais, bens simbólicos e da presença de outro ser humano. Para Boff (2005, p. 169), "dialogar é entrar em reciprocidade e intercambiar. Todo ser humano é um ser dialogal porque sua existência é sempre coexistência e interdependência. Por isso precisamos uns aos outros para ser humanos."

No entanto, "a capacidade de conviver com a diferença, sem falar na capacidade de gostar dessa vida e beneficiar-se dela, não é fácil de adquirir e não se faz sozinha." (BAUMAN, 2000, p. 123) Além disso, é possível ver, falar e ouvir alguém, sem que isso se caracterize como um verdadeiro encontro. Em uma relação puramente mercantil, quando não se estabelece um processo de dádivas, não há encontro. Por exemplo, após um diálogo padrão em uma recepção de hotel, dificilmente os interlocutores envolvidos serão recordados futuramente. Permanecerá apenas a lembrança do produto comprado ou o serviço contratado.

Provavelmente foi pensando em locais assim que, em 1984, o sociólogo Krippendorf (2003, p. 83), um dos primeiros autores a discutir os impactos negativos do turismo e postular a necessidade de se estudar, planejar e realizar o que mais tarde viria a ser chamado de "turismo sustentável", afirmou que

"chegaria até a dizer que as relações entre turistas e os autóctones são de tal porte que as oportunidades de se estabelecer contatos humanos verdadeiros são mais fracas do que nunca."

No entanto, quando há uma troca, um "algo além", a pessoa com quem se travou um contato deixa a sua marca de alguma forma e se transforma em parte da memória. Em realidade, apenas então ela aparece e se constitui integralmente como uma pessoa, um ser humano a ser descoberto.

Na rede comercial da hospitalidade, alguns locais oferecem maior espaço para encontros e estabelecimento de vínculos. Normalmente são estabelecimentos menores e com ligações profundas com a comunidade nos quais estão localizados, muitas vezes com administração familiar. A hospedagem familiar, internacionalmente conhecida como *bed and breakfast* ou *home stay*, parece ser um desses espaços privilegiados de encontro.

Nestes espaços, como argumenta Stringer (1981, apud LYNCH & MACWHANNEL, 2004), o contrato entre as duas partes vai além do óbvio serviço referido no título *bed and breakfast* (cama e café). (...) uma relação social é construída, o que é muito raro em simples transações econômicas, e ao mesmo tempo pode ser surpreendentemente profundas".

Afinal, como alerta Bauman (2000, p. 126),

*"Esforços para manter à distancia o "outro", o diferente, o estranho e o estrangeiro, e a decisão de evitar a necessidade de comunicação, negociação e compromisso mutuo, não são a única resposta concebível à incerteza existencial enraizada na nova fragilidade ou fluidez dos laços sociais."*

É é quando as pessoas e os grupos humanos estão em contato e intercâmbio que se descobrem, gerando diversificação e riqueza de valores. Esta visão reafirma o pensamento de Boff (2005, p. 168) quando este afirma que

*"escutar é dispor-se a captar lados da realidade para nós inacessíveis mas que nos podem ser revelados pelo outro. (...) Pela escuta podemos aprender, nos confrontar, incorporar, nos completar e nos enriquecer em nossa própria identidade que nunca é algo fixado para sempre, mas uma matriz capaz de se renovar e crescer em contato com o diferente."*

## Referências bibliográficas

- BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.
- BOFF, Leonardo. *Virtudes para um outro mundo Possível - Hospitalidade*. Petropolis: Vozes, 2005.
- CAMARGO, L.O.L. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.
- DAMATTA, Roberto. *A Casa e a Rua*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1991.
- DENCKER, Ada. F. M. *Considerações Finais: hospitalidade e mercado*. In: DENCKER, Ada (coord). *Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Thomson, 2004.
- GIDRA, Gilberto & DIAS, Celia M. M. *Hospitalidade: da simplicidade à complexidade*. In: DENCKER, Ada (coord). *Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Thomson, 2004.
- GODBOUT, Jacques. *O Espírito da dádiva*. Rio de Janeiro, Fundação Getulio Vargas, 1999.
- \_\_\_\_\_. *Introdução à dádiva*. *Revista brasileira de Ciências Sociais*, Oct. 1998, vol.13, no.38, p.39-52.
- GODELIER, Maurice. *O Enigma do Dom*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- JOVCHELOVITCH, Sandra. *Re(des)cobrimo o Outro - para um entendimento da alteridade na Teoria das representações sociais*. In: ARRUDA, Angela. (org) *Representando a Alteridade*. Petropolis: Vozes, 1998
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e*



- das viagens. São Paulo: Editora Aleph, 2003.
- LANNA, Marcos. Note on Marcel Mauss's essay sur le don. *Revista Sociologia Política*, Junho 2000, nº.14, p.173-194.
- LASHLEY, C. & MORRISON, A. *Em Busca da hospitalidade - Perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Ed. Manole, 2004.
- MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.
- MENEZES, Thereza C. C. *Tradição, Hospitalidade e Turismo - Um Estudo sobre Produção de Identidade em Ilhéus*. Dissertação de mestrado, Museu Nacional - UFRJ, 1998.
- PEREIRA, Gilson R. de M. *Disciplinary rules of value, of knowledge: some topics concerning the gift anti-economy*. *Educ. Soc.*, Aug. 2000, vol.21, no.72, p.73-86.
- PIRES, M. Jorge. *Raízes do turismo no Brasil*. São Paulo: Manole, 2001.
- Revista Hospitalidade*, Ano I, número 1. São Paulo: Ed Anhembi-Morumbi, 2004.
- Revista Hospitalidade*, Ano II, número 1. São Paulo: Ed Anhembi-Morumbi, 2005.
- VILLELA, Jorge Luiz Mattar. *A dívida e a diferença. Reflexões a respeito da reciprocidade*. *Rev. Antropol.*, 2001, vol.44, no.1, p.185-220.

**Cronologia do processo editorial:**

Recebimento do artigo:	03-out-2007
Envio ao parecerista:	05-nov-2007
Recebimento do parecer:	05-dez-2007
Aceite:	06-dez-2007