

HOSPITALIDADE, ACOLHIMENTO E AMOROSIDADE NO TURISMO: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

HOSPITALITY, HOST AND LOVINGNESS IN TOURISM: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS

Vander Valdugaⁱ. Stella A. Gardolinskiⁱⁱ. Amanda B. C. de Fariaⁱⁱⁱ. Julia L. K. da Silva^{iv}.

Palavras-chave

Turismo.
Hospitalidade.
Acolhimento.
Amorosidade.

ISSN

2594-8407

Revisado por pares

Submetido

31/12/2020

Aprovado

15/04/2021

Publicado

07/06/2021

Resumo

A hospitalidade é essencial para o turismo e seu estudo aprofunda-se a partir de domínios como o comercial, privado, urbano, social e doméstico. Estudos de hospitalidade estendem-se, também, para dois temas no contexto do turismo: acolhimento e amorosidade. O presente artigo objetivou explorar esses conceitos e analisar a criação de relacionamentos por meio da hospitalidade, do acolhimento e da amorosidade, bem como analisar a produção de trabalhos sobre turismo e amorosidade. O estudo baseou-se em uma análise bibliométrica, e seu processo metodológico contemplou uma revisão sistemática de literatura a partir do método de pesquisa exploratório dentro das bases de dados Publicações de Turismo (*PubTur*), Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (*Redalyc*), *Web of Science* (WoS) e Google Acadêmico. Como resultado da pesquisa foi apresentado que a hospitalidade se inicia a partir do momento que o turista começa a pesquisar sobre sua viagem, as plataformas são o primeiro contato do viajante com o local e, portanto, precisam passar uma boa impressão. Constatou-se que a partir da hospitalidade, criam-se os sentimentos de empatia e fraternidade, deixando os turistas mais seguros e a vontade, então inicia-se a criação de relacionamentos interpessoais dentro das viagens, as 'relações gratuitas'. Outrossim, a hospitalidade mostra-se benéfica em diversos âmbitos para os viajantes, pois aumenta a diversidade e proporciona trocas e compartilhamento. Concluiu-se que o acolhimento proporcionado pela hospitalidade juntamente com o sentimento de amorosidade transformam a experiência turística, além de provocar apreço pelo local visitado aumentando as chances de retorno.

Keywords

Tourism.
Hospitality.
Host.
Lovingness.

Abstract

Hospitality is essential for tourism and its study goes deeper from areas such as commercial, private, urban, social and domestic. Hospitality studies also extend to two themes in the context of tourism: host and lovingness. This article aimed to explore these concepts and analyze the creation of relationships through hospitality, host and lovingness, as well as to analyze the production of works on tourism of lovingness. The study was based on a bibliometric analysis, and its methodological process contemplated a systematic review of literature from the

exploratory research method within the databases Publications of Tourism (PubTur), Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (Redalyc), Web of Science (WoS) and Google Acadêmico. As a result of the research it was presented that hospitality starts from the moment the tourist starts to research his trip, the platforms are the first contact of the traveler with the place so it needs to make a good impression. It was found that from the hospitality, feelings of empathy and fraternity are created, leaving the tourists more secure and comfortable, and then starts the creation of interpersonal relationships within the trips, the 'free relationships'. Hospitality is also beneficial in different areas for travelers because it increases diversity and provides exchanges and sharing. It was concluded that the host provided by hospitality together with the feeling of lovingness transforms the tourist experience, besides provoking appreciation for the place visited, increasing the chances of return.

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade na qual os indivíduos estão em busca de novas experiências motivadas por diferentes fatores e a partir dessas práticas surge a hospitalidade, que é tida como termo amplo e responsável por caracterizar o bem receber os turistas. A hospitalidade também é responsável pelo acolhimento, que é uma ação desenvolvida voluntariamente por habitantes locais e funcionários que trabalham com turismo para com o viajante recém chegado, e amorosidade, que por sua vez relacionada com a hospitalidade é caracterizada como a criação de sentimentos mútuos, podendo-se assim, perceber que ela representa um fator relevante para a interação entre as pessoas.

Visto do ponto de vista social, o turismo permite aos indivíduos oportunidades de relacionamentos espontâneos com pessoas que podem lhe oferecer um enriquecimento através de informações desconhecidas e diferentes vivências (Bacal, 2003).

Nesse contexto, o presente artigo objetiva analisar o turismo como meio de criação de relacionamentos, bem como a sensação de acolhimento transmitida pela hospitalidade e suas interações, que podem resultar em um processo de amorosidade entre os viajantes. O trabalho busca compreender como a literatura sobre a hospitalidade aborda a construção de relacionamentos e a amorosidade por meio do turismo, bem como entender a evolução da produção de trabalhos sobre turismo e amorosidade.

A presente discussão torna-se pertinente na medida em que se compreende que as relações de troca de valores entre autóctones e turistas “proporciona uma enorme riqueza de conhecimentos, modificando sua visão de mundo e acrescentando valores inconfundíveis ao relacionamento humano” (Grinover, 2002, citado por Thomazi & Baptista, 2018, p. 792).

Ademais a isso, Spolon (2015, p. 26-27) afirma que:

[...] os estudos referentes ao tema vêm sendo desenvolvidos, nas últimas décadas, de maneira desconexa e distanciada, não havendo uma percepção internacional e generalizada, por parte das comunidades acadêmicas, sobre as lacunas decorrentes do distanciamento entre as diferentes comunidades de estudiosos dedicados à HOSPITALIDADE.

É importante estudar essa área de conhecimento pois, de acordo com Perazzolo, Santos e Pereira (2013), o acolhimento dentro do turismo é um estudo relativamente recente e carece de publicações que ajudem a ampliar a importância do tema. Em vista disso, os ensaios desenvolvidos ajudam a preencher os espaços consequentes das poucas publicações.

O trabalho baseou-se em uma revisão de literatura sobre o tema e apresenta, como aporte teórico, o tema da hospitalidade como facilitador das relações humanas e interações sociais. A hospitalidade pode ser compreendida a partir de diversas dimensões e/ou tempos e espaços: comercial, público, social, doméstico, urbano entre outros. A partir da revisão de literatura, foi feita uma análise bibliométrica de estudos relacionados ao turismo e a amorosidade, portanto o artigo se caracteriza como estudo bibliométrico.

O artigo está estruturado em Corpo Teórico, o qual aborda os conceitos de hospitalidade, acolhimento e amorosidade; Métodos, onde foram apresentados os procedimentos metodológicos para a realização da pesquisa; Análise de Resultados, que se referem ao debate do aporte teórico juntamente com a análise feita pelos autores sobre o tema e, por último as ponderações finais e conclusões do trabalho, bem como sugestões para futuras pesquisas.

CORPO TEÓRICO

Para a realização da revisão bibliográfica, apresentou-se os conceitos ‘hospitalidade’, ‘acolhimento’ e ‘amorosidade’, suas particularidades e abordagens teóricas juntamente com uma análise dos mesmos dentro do contexto turístico.

O tema da hospitalidade dentro da comunidade científica é relativamente recente, com material referente sendo publicado somente a partir do século XX. No Brasil, foi apenas após a criação do primeiro curso de turismo (na Universidade Anhembi Morumbi), no ano de 1970, que trabalhos de nível acadêmico sobre hospitalidade começaram a surgir (Spolon, 2015).

Segundo a autora, nas décadas de 1970 a 1990, a hospitalidade foi relacionada principalmente com a concepção de ‘negócio’, e hoje essa abordagem já é considerada reducionista. Foi só nos anos 2000 que o tema passou a ser visto de outras óticas e a publicação de livros e coletâneas dedicados especificamente à hospitalidade foi iniciada no país.

Em âmbito mundial, o tema foi estudado principalmente em países francófonos como a França, e em países anglófonos como Grã-Bretanha, Austrália, Nova Zelândia, Estados Unidos, Holanda e Canadá. Esses dois grupos foram responsáveis pela produção de obras que serviram de referência no mundo todo para os estudos sobre o tema (Spolon, 2015).

Para os anglófonos em geral, *hospitality* [...] converteu-se em substantivo que designa o setor econômico do acolhimento comercial, basicamente hotelaria e eventos e não a qualidade de um indivíduo *hospitable*, que se porta bem na cena hospitaleira. Para designar a qualidade do indivíduo *hospitable* existe o *hospitableness* (condição de hospitalidade) ou *hospitality* (capacidade de hospitalidade). Em português, aparentemente não há tal necessidade, já que o substantivo hospitalidade designa a qualidade correspondente. (Camargo, 2019, p. 7)

As viagens turísticas desencadeiam “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”, (Spolon, 2009, p. 1) portanto é a partir dessas interações desenvolvidas na viagem que a hospitalidade começa a ganhar espaço.

A hospitalidade é uma maneira de se viver socialmente e pode ser conceituada, a partir de uma perspectiva antropológica, como forma de evolução humana, hominização e socialização (Montandon, 2011). Camargo (2015) enfatiza que a hospitalidade analisa principalmente as relações interpessoais de troca e calor humano dentro de um ambiente social cada vez mais inóspito, às vezes hostil, que possibilitam a recriação de vínculos sociais.

Para Dencker (2013, p. 7), a hospitalidade “implica no reconhecimento e aceitação do outro enquanto estranho, ou seja, trata-se de aceitar o diferente e considerar dignas de respeito às suas proposições”, o que corrobora com a ideia de Camargo (2015, p. 44) de que “a hospitalidade, mais do que um fato observável, é uma virtude que se espera quando nos defrontamos com o estranho”; e com o pensamento de Gotman (2019, p. 168) onde “a hospitalidade propriamente dita refere-se prioritariamente à hospitalidade entre iguais, é a de convites, recepções, visitas, trocas, em resumo de mundanidades”.

De acordo com Gotman (2009, p. 168):

A hospitalidade propriamente dita refere-se prioritariamente à hospitalidade entre iguais. É a de convites, recepções, visitas, trocas, em resumo de mundanidades, que define anfitriões e convidados, individuais ou coletivos, desejados ou indesejados, regulares ou acrescentados, parentes ou migrantes, temporários ou permanentes e opera de acordo com as regras de reciprocidade e gratuidade.

Em contraponto ao senso comum, a hospitalidade se desenvolve em diferentes facetas, sendo elas comercial, privada, social, urbana e doméstica. “A hospitalidade comercial inclui transações econômicas [...] e a hospitalidade social significa observar a hospitalidade em um contexto social mais amplo.” (Alves, Marques, Stefanini, & Nascimento, 2019, p. 376). Ademais, “a hospitalidade urbana se revela um tema promissor e reserva um grande potencial para aquelas cidades que procuram receber melhor seus visitantes” (Severini, 2013, p. 85).

Quanto à hospitalidade privada e doméstica, o domínio privado, mesmo que represente o ato de receber hóspedes em residências privadas, também vem moldando um papel mais amplo na comodificação e também no desenvolvimento do setor da hospitalidade (O’Mahony, 2015). Sendo assim, a hospitalidade privada se expressa por meio de diversos valores culturais e suas características-chave voltam-se à amizade, compartilhamento e reciprocidade (O’Mahony, 2015), já a doméstica pode ser a recepção e visitação de amigos, convívio familiar, e atenção aos detalhes do ambiente de maneira que o lugar se torne mais receptivo e acolhedor (Camargo, 2019).

Camargo (2019) desenvolveu três possíveis contribuições da hospitalidade para o turismo. A primeira diz respeito ao modo como a hospitalidade é vista em termos de

socialização, bem como sua prática feita com desconhecidos (hóspedes que ainda não estão familiarizados). Já a segunda, afirma que a hospitalidade tem que ser vista a partir de sua totalidade, ou seja, todos os agentes do turismo precisam estar envolvidos na atividade de ser hospitaleiro, e a terceira e última contribuição alega que tanto o visitante quanto o visitado carecem de uma boa relação e igualdade para o perfeito funcionamento da hospitalidade.

Gotman (2019) contribuiu para os estudos de hospitalidade apresentando a ideia da hospitalidade em dois sentidos: o próprio e o figurado. O sentido próprio refere-se às práticas privadas baseadas na obrigação da reciprocidade, e o sentido figurado faz menção aos serviços públicos e às práticas de solidariedade, uma abordagem um tanto quanto diversificada da hospitalidade e o modo como ela é estudada hoje.

Em um estudo feito por Lugosi e Allis (2019) diversos estabelecimentos comerciais onde refugiados trabalhavam ou eram proprietários foram analisados, e foi constatado que os lugares que possuíam um ambiente hospitaleiro tinham uma capacidade transformacional. Eles facilitavam a entrada de outros refugiados e migrantes no mercado de trabalho, além de ajudar a combater o preconceito e as atribuições negativas feitas a refugiados. Isso mostra que a hospitalidade, em qualquer âmbito, mostra-se benéfica, criando assim conexões significativas, aumentando a diversidade e proporcionando trocas e compartilhamento de cultura.

Entretanto, Gotman (2019, p. 166) realça que a hospitalidade é uma atividade desafiadora, que pode ser muito difícil de alcançar, portanto o que se deve fazer é “tentar descobrir o que a palavra ‘hospitalidade’ carrega hoje de utopia positiva, desidealizar-lá e, assim, torná-la mais acessível, se não mais viável”.

Desse modo, a hospitalidade é essencial para o bom encaminhamento da experiência turística. Segundo Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, p. 5), a hospitalidade e o acolhimento “são termos designativos, respectivamente, da forma e da dinâmica de um fenômeno que se constitui no espaço ‘entre’ sujeitos que interagem, potencializando o crescimento e a mudança de ambos, na perspectiva individual e coletiva.” Um ecossistema hospitaleiro proporciona um maior contato entre turistas e autóctones, e torna-se um diferencial do destino proporcionando a sensação de familiaridade e acolhimento.

A literatura sobre o acolhimento aponta que o termo começou a ser difundido na Grécia antiga, onde as primeiras concepções de recepção foram criadas a partir da chegada dos estrangeiros que eram recebidos para os jogos olímpicos (Perazzolo *et al.*, 2013). É abordado, de acordo com a filosofia clássica, a partir de uma visão de compromisso moral, respeito e responsabilidade do homem para com os outros (Kant (2017/1989). Para a filosofia contemporânea, o acolhimento expande-se além da ideia de comportamento e direciona a atenção para o sujeito (Carneiro, 2016).

Acolhimento pode ser conceituado como:

[...] um ato voluntário que introduz um recém-chegado ou um estranho em uma comunidade ou um território, que o transforma em membro desta comunidade ou em habitante legítimo deste território e que, a este título, o autoriza a beneficiar-se de todas ou parte das prerrogativas que se relacionam com o seu novo status, definitivo ou provisório (Gouirand, 1996 citado por Avena, 2001, p. 22).

O acolhimento é “um fenômeno relacional que se dá a todo tempo, de diferentes formas, independente do processo potencialmente desencadeador de organização ou desorganização de sistemas sociais ou dos produtos que neles são gerados” (Perazzolo, Pereira, & Santos, 2014, p. 5). Segundo a lógica dos autores, o acolhimento se trata de algo que se instala entre os indivíduos e que requer algum nível de interlocução ou troca que os transforma em acolhidos e acolhedores (Perazzolo *et al.*, 2014).

O acolhimento é concebido como “fenômeno e não como comportamento humano específico, ou como ato de vontade de um único sujeito” (Santos & Perazzolo, 2012, p. 6). Ocupa-se de “um fenômeno que se instala no espaço constituído entre dois sujeitos que desejam acolher e ser acolhidos” (Santos & Perazzolo, 2012, p. 6).

O acolhimento se dá “pelas relações humanas, marcadas pela capacidade de percepção mútua, pela habilidade de interlocução no nível e na forma como o ‘desejo’ de cada um se manifesta” (Perazzolo, Santos, & Pereira, 2010, p.12) e corroboram com a ideia de que toda relação tem potencial para o acolhimento.

Nas relações turísticas o acolhimento não é feito somente entre o visitante e o visitado, mas também por meio de relações interpessoais, organizações e serviços (Perazzolo *et al.*, 2013). A partir da criação dessa relação de acolhimento, o turista se sente compreendido e familiarizado com o ambiente. Um fator decisivo para a experiência do viajante é o acolhimento, o qual “permitirá intuir os caminhos pelos quais os desejos de cada um serão concretizados em experiências positivamente valorizadas e transformadoras.” (Perazzolo *et al.*, 2013, p.161).

Segundo Perazzolo *et al.* (2010, p. 8) “o hóspede quer ser genuinamente acolhido, e não ser protagonista da mise-en-scène ou do artificialismo profissional, marcado por jargões cotidianos da área”, em outras palavras, o acolhimento se diferencia das práticas tradicionais e dos discursos estilizados das profissões (Perazzolo *et al.*, 2014) mostrando novamente a importância do “bem-receber” e o diferencial que o acolhimento trás para a experiência turística.

Os autores (Perazzolo *et al.*, 2013) ainda afirmam que o acolhimento e a hospitalidade possuem os mesmos valores, coexistindo. No entanto, ainda que os valores essenciais permaneçam e que as relações entre os sujeitos “transgrida” a fronteira, nas possibilidades que a hospitalidade permite (Raffestin, 1997), pode-se reafirmar o pressuposto de Gotman, Raynal e Camargo (2013) em que a hospitalidade ocorre em alguns interstícios, alguns pequenos intervalos de espaço e tempo no universo da inospitalidade dominante. Do contrário, atos de bondade, solidariedade e dádiva não seriam exceção no cotidiano, sobretudo em espaço urbano, onde as relações de vizinhança são limitadas praticamente a formalidades cotidianas.

O tema da amorosidade e da hospitalidade se ampliam a partir da compreensão de turismo proposta por Moesch (2002, citado por Thomazi & Baptista, 2018), quando ele afirma que o turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integra-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade e troca de informações interculturais. Nesse sentido, a amorosidade é conceituada como “a

emoção que constitui o domínio de ações em que nossas interações recorrentes com o outro fazem do outro um legítimo outro na convivência” (Maturana, 2002, p. 22).

Para Baptista (2014), o acontecimento comunicacional e turístico necessita ser amoroso, pois implica no reconhecimento do outro como legítimo na convivência, o que gera bons resultados dentro do processo da viagem. Sendo assim, a autora discorre a respeito da relação da comunicação com o turismo, refletindo que:

A comunicação e o turismo envolvem processos que acontecem, efetivamente, no encontro de corpos subjetivos, no entremear-se, na conjunção significacional. Para que sejam empreendidos processos comunicacionais e turísticos com qualidade, é necessário que exista uma espécie de ‘contrato amoroso’ (Baptista, 2014, p. 11)

Porém, para o turismo, esse contato amoroso que resulta da amorosidade não faz menção às uniões amorosas e sim, aos relacionamentos de interação social entre turistas e autóctones criados durante a viagem. A autora afirma que “nada tem a ver com o amor romântico”, mas sim com as relações de amorosidade entre os sujeitos (Baptista, 2014, p.11).

A amorosidade também se relaciona com o acolhimento, de forma que “a preocupação amorosa com o próximo é designada por ações guiadas por empatia, compartilhamento, cooperação, tolerância e, principalmente, acolhimento do outro como sujeito complexo e diferente de nós mesmos” (Bernardo & Baptista, 2019, p.93)

Para Baptista (2019, p. 54) “sem amor, não há aceitação do outro como outro, também não há narrativas sensíveis de destinos turísticos.” A autora explicita que a amorosidade é geradora de confiança e intensifica a importância da geração de laços de confiança, além de sustentar a ideia de que “os destinos turísticos devem passar, antes de tudo, pelo filtro de amorosidade” (Baptista *et al.*, 2019, p. 55), ponderando que a amorosidade e o reconhecimento do outro podem enriquecer muito a experiência turística.

Essa interação formada durante a viagem é fruto da hospitalidade, que proporciona os sentimentos de acolhimento e amorosidade, os quais surgem com o envolvimento de residentes e viajantes. Uma vez que os turistas se sentem acolhidos nos destinos e dentro dos empreendimentos turísticos, pode-se iniciar uma troca de culturas e a sensação de fraternidade, gerando confiança entre as partes, sensação de pertencimento ao lugar e relacionamentos entre as pessoas, além de uma sensação de valorização e afeição dos turistas com os lugares visitados.

MÉTODOS

O trabalho caracterizou-se como estudo bibliométrico e contemplou uma revisão sistemática de literatura seguindo a metodologia exploratória, que permite maior familiaridade do pesquisador com o tema de pesquisa, além de explorar uma relação de temáticas que é pouco explorada na literatura da área do turismo. Para Gil (2008) a pesquisa exploratória tem como objetivo esclarecer conceitos e ideias, proporcionando uma visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

As bases de dados selecionadas foram: Publicações de Turismo (*PubTur*), Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal (*Redalyc*), *Web of Science* (WoS) e Google Acadêmico, ou 'Google Scholar'. Elas foram escolhidas pois a *PubTur* e *Redalyc* abrigam toda a Ibero-América e se apresentaram como as bases que mais agregam pesquisas sobre o assunto, além de que a *Web of Science* ser uma base internacional, portanto reúne diversos pontos de vista ao redor mundo. O Google Acadêmico foi selecionado diante da escassez de trabalhos sobre 'turismo e amorosidade' nas demais bases. O quadro 1 mostra o levantamento bibliográfico realizado.

Quadro 1: Levantamento de dados bibliográficos

Item	Abordagem
Recorte temporal	Trabalhos publicados de 2000 a 2020
Crítérios de busca	No título, abstract ou palavras-chave
Bases de Dados	PubTur; Redalyc; Web of Science; Google Scholar
Período	Junho a Dezembro de 2020.

Fonte: Elaboração própria, 2020.

O quadro 1 descreve o levantamento de dados bibliográficos dentro bases de dados selecionadas, sendo dividida em: recorte temporal das publicações escolhidas (baseada nos principais anos de publicações das temáticas), critérios de busca (no título, abstract ou palavras-chave), bases de dados selecionadas (*Pubtur*, *Redalyc*, *Web of Science* e *Google Scholar*) e período de elaboração do trabalho (mês de junho a dezembro de 2020).

O quadro 2 detalha o volume de trabalhos encontrados nas bases a partir dos termos de busca definidos analisando as pesquisas publicadas até o dia 07 de julho de 2020:

Quadro 2: Descritor por base de dados

Descritor: Turismo e hospitalidade			
Base de dados	Encontrados	Recuperados	Utilizados
Publicações de Turismo	512	6	4
Redalyc	1.542	2	1
Web of Science	959	1	0
Google Scholar	15.900	3	3
Descritor: Turismo e acolhimento			
Base de dados	Encontrados	Recuperados	Utilizados
Publicações de Turismo	75	5	2
Redalyc	4.909	5	2

Web of Science	58	0	0
Google Scholar	15.500	3	3
Descritor: Turismo e amorosidade			
Base de dados	Encontrados	Recuperados	Utilizados
Publicações de Turismo	10	10	10
Redalyc	0	0	0
Web of Science	1	0	0
Google Scholar	923	5	3

Fonte: Elaboração própria, 2020.

O quadro 2 refere-se aos resultados de busca para cada descritor por base de dados sendo eles turismo e hospitalidade; turismo e acolhimento; turismo e amorosidade. Os trabalhos foram separados em: artigos encontrados, artigos recuperados e artigos que foram de fato utilizados para a construção do trabalho segundo as bases de dados selecionadas. Foi feita a leitura integral dos artigos recuperados e, a partir daí, foi elaborada a revisão de literatura e posteriormente os resultados da pesquisa.

Além da busca de trabalhos dentro das bases de dados selecionadas, foi utilizado como material de apoio a tese de pós-doutorado “Hospitalidade em Rede” (Spolon, 2015) e o livro “Lazer e o Universo dos Possíveis” (Bacal, 2003). Os dois trabalhos tornaram-se muito relevantes para o estudo pois abordam o tema da hospitalidade em conjunto com a criação de relacionamentos dentro do contexto turístico.

Ademais a busca feita por descritores, foi elaborada uma nuvem de palavras com as palavras-chave que apareceram nos artigos, referente ao tema amorosidade a partir da base de dados Publicações de Turismo. A nuvem de palavras foi feita contemplando apenas uma base de dados (Publicações de Turismo), pois a base Redalyc não contava com nenhum artigo referente a temática de turismo e amorosidade, a base Web of Science apresentava apenas um artigo através da busca do descritor ‘turismo e amorosidade’, porém o estudo não se relacionava com o tema pesquisado neste trabalho, e os trabalhos utilizados na base Google Scholar faziam parte de capítulos de livro, portanto não apresentavam palavras-chave para compor a nuvem de palavras desenvolvida.

ANÁLISE DE RESULTADOS

A pesquisa foi guiada pelos estudos de hospitalidade, acolhimento e amorosidade dentro do turismo e a partir da leitura e compreensão do material de apoio, foi possível constatar que a hospitalidade e o acolhimento são elementos importantes para o desenvolvimento do turismo e da qualidade da viagem.

As pesquisas expuseram que a hospitalidade e o acolhimento podem provocar sentimentos de empatia e fraternidade, e pôde-se perceber que a hospitalidade não começa

quando os viajantes chegam no estabelecimento, mas sim quando começam a pensar sobre a viagem e pesquisar informações sobre o destino.

Em um estudo feito com a rede couchsurfing (Moreira & Gomes, 2018, p.15) foi relatado que o primeiro contato que o turista tem com a página do estabelecimento define a primeira impressão estética que ele tem com o local. Segundo os autores, "esse primeiro contato traz sensações e emoções que podem despertar o interesse em interagir de forma mais aprofundada ou gerar distanciamento e repulsa pelo espaço."

Como resultado foi observado que uma boa hospitalidade é um parâmetro essencial para o aproveitamento da viagem, sendo assim, as memórias que os turistas adquirem voltam-se principalmente a hospitalidade, ao 'bem receber' e se os mesmos foram bem acolhidos. Esse fator, se interpretado do ponto de vista comercial, é benéfico para o empreendimento, pois uma vez que o turista se sente confortável com o tratamento hospitaleiro, suas chances de retornar ao local visitado aumentam, pois além de suprir o básico oferecido pelos estabelecimentos, superam suas expectativas.

Quando há uma boa hospitalidade e a sensação de acolhimento, consequentemente irá surgir a amorosidade, o que faz com que os turistas criem relações durante a viagem, as chamadas 'relações gratuitas'. "O turismo, inegavelmente, dentre os lazeres é o mais sedutor e significativo, pois contendo um tempo livre contínuo, se apresenta como espaço propício para o desempenho de atividades não impostas e para o estabelecimento de 'relações gratuitas' (Bacal, 2003, p.103). Bacal (2003, p. 103) ainda afirma que "as relações turista/turista se caracterizam pela 'gratuidade' e 'espontaneidade', podendo ser contínuas durante determinado tempo, pois não existem obstáculos de distâncias e trânsito para dificultar os encontros".

Foi referido que após os turistas se sentirem acolhidos e familiarizados com os hospedeiros, eles sentem-se confortáveis e à vontade, sentindo-se livres para criar relacionamentos com os outros turistas e com a população local, algo que pode transformar totalmente a experiência turística.

Para as análises bibliométricas foi elaborado um quadro referente aos trabalhos publicados na base Publicações de Turismo ligados à temática de 'turismo e amorosidade':

Quadro 3: Levantamento de artigos, palavras-chave, anos de publicação e revista/periódico

Artigo	Palavras-chave	Ano de publicação	Revista/Periódico
Hostels: Territórios de Amorosidade nas Relações de Turistas Contemporâneos	Turismo; Hospitalidade; Amorosidade; Hostel.	2018	Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade - V. 10, N°4
A Expressividade da dança circular busca hospitalidade, acolhimento e amorosidade nas relações.	Hospitalidade; Dança circular; Acolhimento; Amorosidade	2018	Revista Hospitalidade - V. 15, N°1

Cartografia de saberes: novas reflexões sobre os caminhos metodológicos do turismo no Círio de Nazaré	Cartografia de Saberes; Turismo; Caminhos Metodológicos; Círio de Nazaré.	2017	RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo - V. 7, N°2
Espaço cemiterial e Turismo: campo de ambivalência da vida e morte	Cemitério; morte; turismo cemiterial.	2015	RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo - V. 5, N°1
Caminhada noturna em Criúva: sinalizadores para um Turismo-Trama-Ecossistêmico e sua relação com a Autopoiese	Turismo; Trama Ecossistêmica; Autopoiese; Mapa Noturno	2019	RITUR - Revista Iberoamericana de Turismo - V. 9, N°1
Por um Mundo Mais Amoroso e Autopoietico! Reflexões Amorcomtur! Durante a Pandemia Covid 19	Turismo; Amorcomtur!; Amorosidade; Autopoiese; COVID-19.	2020	Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade - V.12, N°3
Caminhada Noturna Mundial: Desterritorialização e Autopoiese Coletiva	Desterritorialização; Autopoiese; Caminhada Noturna; Covid-19.	2020	Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade - V. 12, N° 3
Necrópoles Frente à Pandemia Covid-19: Cenário Turístico	Turismo; Turismo em Cemitério; Cemitério; COVID-19	2020	Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade - V. 12, N° 3
Operação "Sobre Videntes!" Entrelaçamentos de Amorosidade, Autopoiese e Comunicação-Trama em "Tempos De Casa", Decorrentes da Pandemia Covid-19	Turismo; Comunicação-Trama; Amorosidade; Autopoiese; Sujeito.	2020	Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade - V. 12, N° 3
"Stamos em Pleno Mar"! Reflexões sobre tempos de pandemia Covid-19, considerando a trama de ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos	Turismo; Comunicação; Pandemia Covid 19; Amorcomtur!.	2020	Revista Cenário - Revista Interdisciplinar em Turismo e Território - V.8, N° 15

Fonte: Elaboração própria, 2020.

O quadro 4 reúne os artigos publicados sobre ‘turismo e amorosidade’ na base de dados Publicações de Turismo juntamente com suas palavras-chave, seus respectivos anos de publicação e suas revistas/periódicos no qual foram publicados. É importante afirmar que os resultados não apareceram exatos, portanto, os 10 artigos apresentados no quadro fazem parte dos ‘resultados booleanos adicionais’. O recorte temporal foi de 5 anos, 2015 a 2020, não por escolha dos autores, mas porque não havia registros desse tema publicado nos anos anteriores.

Diante da análise constatou-se que o periódico acadêmico que possui mais trabalhos publicados sobre turismo e amorosidade é a Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade, totalizando 5 artigos publicados. Visto que as pesquisas sobre a temática só aparecem a partir de 2015, constatando que é uma área relativamente recente dentro dos estudos científicos de turismo, o ano que obteve mais publicações foi 2020, com 5 artigos, todos relacionando a amorosidade com a pandemia do Covid-19.

A partir dos artigos que relacionam turismo e amorosidade foi possível concluir que a autora que mais publica nesta área é a Maria Luiza Cardinale Baptista, tendo autoria em todos os 10 artigos publicados sobre a temática na base PubTur. Em segundo lugar no ranking elaborado está Camila Carvalho de Melo, com 3 artigos publicados e em terceiro lugar Charlene Brum Del Puerto empatado com Newton Ávila, com 2 artigos. Também foi identificado que o Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese - Amorcomtur! da Universidade de Caxias do Sul (UCS) teve participação em pelo menos 6 trabalhos analisados, possuindo assim grande contribuição nos estudos de turismo e amorosidade. Outro resultado da pesquisa refere-se a nuvem de palavras exposta na Figura 1:

Figura 1: nuvem de palavras a partir das palavras-chave



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Foi realizada uma pesquisa dentro da base de dados Publicações de Turismo, no qual foram encontrados somente 10 artigos quando pesquisado por ‘turismo e amorosidade’. A nuvem de palavras representa as palavras-chave que aparecem nos artigos. Foi observado que o tema ainda é pouco explorado dentro dessa base, mesmo ela tendo muita

representatividade dentro da comunidade acadêmica que pesquisa sobre turismo. Isso tornou-se uma limitação na pesquisa, visto que há claramente uma carência de estudos relacionando turismo e amorosidade.

Entretanto, foi constatado que a pandemia do Covid-19 trouxe muitas reflexões para essa linha de pesquisa, o que contribuiu para um maior entendimento do turismo atrelado à amorosidade e que esse tema está muito ligado aos conceitos de autopoiese e hospitalidade, visto que esses termos obtiveram grande destaque na nuvem.

Os 10 artigos encontrados sobre a temática foram analisados e foi constatado que o artigo "Caminhada noturna em Criúva: sinalizadores para um Turismo-Trama-Ecossistêmico e sua relação com a Autopoiese" busca descrever um mapa noturno, do qual a proposta para os viajantes é uma atividade geradora de novas sensações. Com essas sensações, o autor sinaliza que se cria o sentimento de amorosidade, no qual o mesmo é responsável pela sensação de acolhimento possibilitando um novo sentido nas relações turísticas (Carvalho & Baptista, 2019).

O artigo "Cartografia de saberes: novas reflexões sobre os caminhos metodológicos do turismo no Círio de Nazaré" expõe um estudo sobre a festividade religiosa Círio de Nazaré e a busca por um retratamento da rota festiva, em que o planejamento e estudo de uma nova rota é um processo de descobertas para novas perspectivas e entendimento da familiaridade religiosa com o popular (Lima & Baptista, 2017).

Outrossim, o artigo "Espaço cemiterial e Turismo: campo de ambivalência da vida e morte" aborda a consideração sobre o espaço cemiterial e suas transformações, assim como, a temática da morte e sua compreensão pela sociedade. Os autores buscam debater a utilização do cemitério na atividade turística, colocando-o assim como um lugar que pode proporcionar reflexão sobre a finitude humana, possibilitando entrelaçar sensações, que se demonstram socialmente opostas (Puerto & Baptista, 2015).

Já o artigo "A Expressividade da dança circular busca hospitalidade, acolhimento e amorosidade nas relações" aborda a dança circular como meio de aproximação de pessoas e trata do vínculo de acolhimento que a dança proporciona. O estudo revela que a dança circular explora o desenvolvimento dos laços de proximidade dos participantes e a sensação de pertencimento quando há o contato com o "outro" (Ávila & Baptista, 2018).

O artigo "Hostels: Territórios de Amorosidade nas Relações de Turistas Contemporâneos" trata do tema da hospitalidade em conjunto com o turismo ecoamoroso e socioamoroso. Ele retrata as relações de cooperação presentes no hostel, que trazem à tona o conceito de acolhimento mútuo, causado pelo tipo de hospitalidade utilizado no local (Thomazi & Baptista, 2018).

Por sua vez, o artigo "Por um Mundo Mais Amoroso e Autopoiético! Reflexões Amorcomtur! Durante a Pandemia Covid 19" trás ensaios realizados pelo Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese - Amorcomtur! que refletem perspectivas para um mundo pós-pandêmico. O grupo trabalhou com uma pesquisa qualitativa a partir de uma visão holística, com estratégias metodológicas associadas à Cartografia dos Saberes. O trabalho mostrou como a pandemia revolucionou os processos capitalísticos que marcavam os ecossistemas turísticos e o modo como provocou mudanças

nos pensamentos globais, que após a pandemia deverão ser pautados pela responsabilidade e levados para uma visão de mundo mais amorosa e autopoietica.

Em contraponto, o artigo “Caminhada Noturna Mundial: Desterritorialização e Autopoiese Coletiva” apresenta uma reflexão ocasionada pelo surgimento do vírus Covid-19 e traz consigo um estudo que procura relacionar outros artigos sobre caminhadas noturnas com a nova maneira de viver que o mundo todo vem vivenciando, trazendo assim uma perspectiva sobre a nova realidade.

O artigo “Necrópoles Frente à Pandemia Covid-19: Cenário Turístico” aborda a atividade turística em cemitérios e as alterações decorrentes da pandemia. O trabalho foi desenvolvido associando as pesquisas já existentes sobre o assunto e discute o crescimento desse segmento turístico e o que pode mudar futuramente em razão do Covid-19.

Em outro contexto, o artigo “Operação “Sobre Viventes!” Entrelaçamentos de Amorosidade, Autopoiese e Comunicação-Trama em “Tempos De Casa”, Decorrentes da Pandemia Covid-19” procura associar narrativas verbais e visuais a fim de retratar sobre turismo e relacionamentos em tempo de pandemia, buscando um novo ponto de vista para refletir sobre comunicação, relacionamentos e turismo.

Por fim, o artigo ‘Stamos em Pleno Mar!’ “Reflexões sobre tempos de pandemia Covid-19, considerando a trama de ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos” apresenta considerações sobre a trama turística-comunicacional-subjetiva com base nos estudos feitos pelo Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese - Amorcomtur! durante o período da pandemia do Covid-19, trazendo reflexões ligadas à mudança das formas de se relacionar coletivamente. Diante de tanta tragédia causada pela pandemia foi possível desenvolver olhares mais éticos e amorosos, redirecionando ideais e ampliando formas de pensar e agir.

A partir da elaboração da nuvem de palavras, foi possível identificar que as palavras-chave que tiveram mais destaque em número de vezes foram: Turismo (7), seguido de Amorosidade e Autopoiese (4) e por último COVID-19 (3), revelando que os temas que cruzam essas palavras-chave e estudam essa temática mais a fundo tornam-se relevantes para explorar os diversos campos do turismo. O trabalho voltou-se ao estudo da Hospitalidade e do Turismo, conectando o conteúdo de Amorosidade, portanto as palavras-chave em destaque tornam-se coerentes com a pesquisa.

CONCLUSÃO

O objetivo do artigo foi estudar a hospitalidade a partir do acolhimento e da amorosidade dentro da área do turismo, entender como esses elementos proporcionam a criação de relacionamentos dentro das viagens e analisar a produção de trabalhos sobre turismo e amorosidade.

Foi possível concluir que a partir de uma boa hospitalidade em conjunto com o acolhimento, surge o sentimento de amorosidade do visitante para o visitado e vice e versa, além de que quando esses sentidos são alcançados, há mudanças na experiência do viajante, aumentando assim suas chances de retorno: “a hospitalidade não é apenas o que permite chegar, introduzir-se, ficar, mas também sair, voltar” (Gotman, 2019, p. 173). Para

Perazzolo *et al*, (2013) a resposta do controle de emoções dos sujeitos durante a viagem está na hospitalidade e no acolhimento.

Também foi visto que a hospitalidade não começa quando o turista chega no local, mas sim quando ele começa a pensar e a pesquisar sobre o destino. Quanto ao acolhimento e amorosidade, refletiu-se que tanto os hóspedes quanto os funcionários precisam ter um senso empático, entendendo que amorosidade se baseia na importância do sujeito e no reconhecimento do outro para que as relações durante as viagens estabeleçam-se e prolonguem-se, e tudo isso ocorre, pois, “a hospitalidade aí se institui como um meio de aceder ao coração da experiência.” (Perazzolo, Santos, Pereira, & Todeschini, 2013b, p. 155).

Com base em artigos encontrados nas bases de dados, foi realizada uma nuvem de palavras para facilitar a visualização das palavras-chave relacionadas ao tema referente a amorosidade e turismo dentro do artigo. A partir disso foi possível perceber que o tema carece de publicações, o que consequentemente se tornou uma limitação de pesquisa, também considerando que a base *Redalyc* não possui nenhum artigo e a base Publicações de Turismo apresentou apenas 10 publicações, mesmo sendo uma temática de extrema relevância para a comunidade científica.

Após a análise das publicações sobre turismo e amorosidade na base Publicações de Turismo foi possível concluir que a autora que mais publica sobre essa temática é a Maria Luiza Cardinale Baptista e que o Grupo de Estudos em Comunicação, Turismo, Amorosidade e Autopoiese - Amorcomtur! da Universidade de Caxias do Sul (UCS) é um grupo de pesquisa bastante ativo na produção de estudos sobre amorosidade.

Conclui-se que o periódico que possui mais publicações sobre esse tema é a Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade. De acordo com análise realizada, constatou-se que o ano que obteve mais publicações sobre a temática foi 2020, com todos os artigos relacionando amorosidade com a pandemia do Covid-19, o que deu abertura para a reflexão de que a pandemia trouxe muitas contribuições para essa linha de pesquisa, o que acabou acelerando e aumentando a produção de estudos de turismo e amorosidade.

Por fim, o estudo torna-se pertinente para compreender por que o acolhimento e a hospitalidade são essenciais dentro da experiência turística. As memórias que ficam guardadas da viagem referem-se, geralmente, a boa experiência que o viajante teve, concluindo assim, que a hospitalidade e o acolhimento possuem papel transformador dentro da viagem, além de que uma vez que o turista sente-se bem-recebido e bem tratado com uma hospitalidade diferenciada, consequentemente surgirá a amorosidade, então ele criará um apeço pelo lugar e suas chances de retorno ao local visitado aumentarão.

O trabalho baseou-se em revisão de literatura em bases ibero-americanas. Para uma próxima etapa sugere-se uma expansão do estudo para outras bases nacionais e internacionais, com metodologia bibliométrica para que se possa analisar o tema com maior abrangência a fim de estabelecer um estado da arte da pesquisa e poder subsidiar pesquisas de campo nestes temas.

REFERÊNCIAS

- Alves, C. A., Marques, R. B., Stefanini, C. J., & Nascimento, V. D. S. (2019). Hospitalidade, experiências e emoções. *Turismo: Visão e Ação*, 21(3), 373-398. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/HOLle>
- Avena, B. (2001). Acolhimento de qualidade: fator diferenciador para o incremento do turismo. *Revista Turismo Em Análise*, 12(1), 20-29. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/0JO8j>
- Ávila, N., & Baptista, M. L. C. (2018). A Expressividade da dança circular busca hospitalidade, acolhimento e amorosidade nas relações. *Revista Hospitalidade*, 15(1). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/P0Ywj>
- Bacal, S. (2003). *Lazer e o Universo dos Possíveis*. São Paulo: Aleph.
- Baptista, M. L. C. (2019). Sinalizadores para Narrativas Sensíveis de Destinos Turísticos, em Perspectiva Ecológica. In: Soster, D. A.; Piccinini, F. (Orgs). *Narrativas Midiáticas Contemporâneas: Sujeitos, Corpos e Lugares*. pp. 47-61. Santa Cruz do Sul, Catarse.
- Baptista, M. L. C. (2014). Caosmose e Afetiv (ações) Desterritorializantes Rumo à Amorosidade na Comunicação e no Turismo. In XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (18). Recuperado em 12 dezembro, 2020, de <http://www.intercom.org.br/sis/2014/resumos/R9-2233-3.pdf>
- Baptista, M. L. C. (2020). "Stamos em Pleno Mar"! Reflexões sobre tempos de pandemia Covid-19, considerando a trama de ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos. *Revista Cenário*, 8(15), 7-22. Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/NBVVk>
- Baptista, M. L. C., De Melo, C. C., Bernardo, J. D. S., Piccinini, R., Sandi, S. M., Santos, J. A., & Eme, J. B. (2020). Por um Mundo Mais Amoroso e Autopoietico! Reflexões Amorcomtur! Durante a Pandemia Covid 19. *Rosa dos Ventos*, 12(3), 1-23. Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/fK1Pd>
- Camargo, L. O. L. (2019). Hospitalidade, turismo e lazer. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13 (3), 1 - 15. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/1XokW>
- Camargo, L. O. L. (2015). Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 42-69. Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/9pHLS>
- Carneiro, H. F. (2016). Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar da Hospitalidade. *Revista Subjetividades*, 3(2), 451-454. Recuperado em 10 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/L1nKG>
- Carvalho, C. d. M., & Baptista, M. L. C. (2019). Caminhada noturna em Criúva: sinalizadores para um Turismo-Trama-Ecológico e sua relação com a Autopoiese. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 9(1), 27-39. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/bvdd9>
- De Ávila, N. F., & Baptista, M. L. C. (2020). Operação 'Sobre Videntes!'Entrelaçamentos de Amorosidade, Autopoiese e Comunicação-Trama em 'Tempos De Casa', Decorrentes da Pandemia Covid-19/Operation 'Survivors!'Intertwining with Lovingness, Autopoiesis and Weave-Communication in 'Home Times' Resulting from the Covid-19 Pandemic.

- ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade*, 12(3). Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/cw3hf>
- De Melo, C. C., & Baptista, M. L. C. (2020). Caminhada Noturna Mundial: Desterritorialização e Autopoiese Coletiva/World Night Walk: Deterritorialization and Collective Autopoiesis. *ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade*, 12(3). Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/hBVKj>
- Del Puerto, C. B., & Baptista, M. L. C. (2020). Necrópoles Frente à Pandemia Covid-19: Cenário Turístico/Necropolis in front of Covid-19 Pandemic: Tourist Scenario. *ROSA DOS VENTOS-Turismo e Hospitalidade*, 12(3). Recuperado em 13 dezembro, 2020 de <https://bityli.com/Q8Vcq>
- Dencker, A. d. F. M. (2013). Hospitalidade e interação no mundo globalizado. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 5(1). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/lQIFQ>
- Bernardo, J. S., & Baptista, M. L. C. (2019). Educomunicação, amorosidade e sua relação com os processos do turismo. *Anais do XXI Fórum de Estudos: Leituras de Paulo Freire*. Recuperado em 12 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/RlQ04>
- GIL, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.
- Gotman, A. (2009). O Comércio da Hospitalidade é Possível? Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. *Revista Hospitalidade*, 6(2), 3-27. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/mXnyn>
- Gotman, A. (2019). Hospitalidade em sentido próprio e figurado. *Revista Hospitalidade*, 16 (03), 160-174. Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/baQi2>
- Gotman, A., Raynal, M., & Camargo, L. O. L. (2013). Entrevista com Anne Gotman. Concedida a Marie Raynal. *Revista Hospitalidade*, 10(1), 146-157. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/HdO0c>
- Kant, E. (2017). *À Paz Perpétua*. (Marco Zingano, Trad). Porto Alegre: R&PM PCKET PLUS. (Obra original publicada em 1989).
- Lima, R. d. S., & Baptista, M. L. C. (2017). Cartografia de saberes: Novas reflexões sobre os caminhos metodológicos do turismo no Círio de Nazaré. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 7(2). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/xWseq>
- Lugosi, P., & Allis, T. (2019). Migrant entrepreneurship, value-creation practices and urban transformation in São Paulo, Brazil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(1). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/miPvv>
- Maturana, H. R. (2002). *Emoções e linguagem na educação e na política*. Cap. 1: p. 22. Belo Horizonte: Editora UFMG. (Obra original publicada em 1998).
- Montandon, A. (2011). *O livro da Hospitalidade: Acolhida do Estrangeiro na História e nas Culturas*. São Paulo: Senac.
- Moreira, M. A. N., & Gomes, C. L. (2018). A hospitalidade na rede social Couchsurfing: Cruzando a soleira virtual em Jaguarão, no extremo Sul do Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(2). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/ZcNBP>
- O'Mahony, B. (2015). Explorando o impacto do modelo de abordagem dos três domínios sobre a oferta privada, social e comercial de hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 12(n. especial), 112-131. Recuperado em 28 junho, 2020, de <https://bityli.com/BS3Ql>

- Perazzolo, O. A., & Santos, M.M.C., & Pereira, S., & Todeschini, L. F. (2013b). Significação da experiência estética no turismo: da sensorialidade ao acolhimento. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(3), 155-162. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/ZNloI>
- Perazzolo, O. A., & Santos, M. M. C., & Pereira, S. (2013). O acolhimento - ou hospitalidade turística - como interface possível entre o universal e o local no contexto da mundialização. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 45-55. Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/PMts8>
- Perazzolo, O. A., Pereira, S., & Santos, M. D. (2014). Sincronia e Simetria: proposições tipológicas para o acolhimento. *Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 11. Recuperado em 11 dezembro, 2020, de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/61.pdf>
- Perazzolo, O. A., Santos, M. M. C. D., & Pereira, S. (2010). Meios de hospedagem no contexto do turismo: considerações sobre o acolhimento e a formação profissional. *Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL*, 6. Recuperado em 10 dezembro, 2020, de <https://bityli.com/ZCa2e>
- Perazzolo, O. A., Santos, M., & Ferreira, L. T. (2016). Turismo e o acolhimento do desejo na construção da hospitalidade. *Anais do XIII Seminário da ANPTUR*. Recuperado em 11 dezembro, 2020, de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/13/589.pdf>
- Puerto, C. B. D., & Baptista, M. L. C. (2015). Espaço cemiterial e Turismo: Campo de ambivalência da vida e morte. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 5(1). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/MUldy>
- Raffestin, C. (1997). *Réinventer l'hospitalité*. *Communication*, 65, pp. 59-68.
- Santos, M. M. C. d., & Perazzolo, O. A. (2012). Hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 6(1). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/Mf0Xc>
- Severini, V. F. (2013). Hospitalidade urbana: ampliando o conceito. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 3(2). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/owhJ5>
- Spolon, A. P. G. (2015). *Hospitalidade em rede: propriedades estruturais e arranjos relacionais da rede de produção de conhecimento científico em Hospitalidade, no Brasil (1990-2014)*. Tese de pós-doutoramento. Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo – ECA/USP.
- Spolon, A. P. G. (2009). Sobre os Domínios da Hospitalidade: Revisão Teórica e Proposições. VI Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 10. Recuperado em 13 dezembro, 2020, de <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/6/12.pdf>
- Thomazi, M. R., & Baptista, M. L. C. (2018). Hostels: Territórios de Amorosidade nas Relações de Turistas Contemporâneos / Hostels: Lovingness Territories in the Contemporary Tourists' Relationships. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 10(4). Recuperado em 29 junho, 2020, de <https://bityli.com/noFgk>

ⁱBacharel e mestre em Turismo. Doutor em Geografia. Pós doutor em hospitalidade. Professor da Universidade Federal do Paraná. E-mail: vandervalduga@gmail.com

ⁱⁱDiscente do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: stella.antoniazzig@gmail.com

ⁱⁱⁱDiscente do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: amandabeatriz61@gmail.com

^{iv}Discente do curso de Turismo da Universidade Federal do Paraná. E-mail: juliakaulingg@gmail.com