

Revista Iberoamericana de Turismo



MINISTERIO
DE ASUNTOS EXTERIORES
Y DE COOPERACION



HOSPITALIDADE URBANA: AMPLIANDO O CONCEITO

Valéria Ferraz Severini

Doutora em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo, Brasil.

E-mail: valferraz@yahoo.com

Resumo

Esta pesquisa adentra o campo da hospitalidade urbana, compreendida como uma dádiva do espaço e um fator de bem-estar. Associada ao turismo urbano e as questões relacionadas a qualidade de vida tanto de moradores quanto de turistas, a hospitalidade urbana se revela um tema promissor e fundamental do ponto de vista do planejamento urbano e da gestão de cidades. Contudo, o tema ainda é pouco explorado e o material disponível está geralmente associado a outras esferas da hospitalidade – como a doméstica e a comercial –, frequentemente fundamentadas no sistema da dádiva. Dessa forma, esta pesquisa tem como objetivo principal ampliar o conceito sobre hospitalidade urbana analisando como a tríplice obrigação do dar-receber-retribuir se comporta no meio urbano. Partindo do pressuposto de que o espaço público é o espaço tradicional de encontros e de trocas nas cidades, esta pesquisa busca ainda revelar as características do espaço da hospitalidade urbana e identificar os agentes/sujeitos envolvidos no estabelecimento das relações sociais urbanas¹.

Palavras-chave: hospitalidade urbana; dádiva; espaço público; qualidade de vida; turismo.

1 INTRODUÇÃO: HOSPITALIDADE URBANA E QUALIDADE DE VIDA

Considerada um fenômeno social que se manifesta em contexto doméstico, comercial ou público, a hospitalidade é o ato humano de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat (CAMARGO, 2003). Mas, enquanto objeto de estudo acadêmico, a hospitalidade é bastante recente, apenas a partir de meados da década de 2000 é que congressos, seminários e colóquios ligados ao tema começaram a se consolidar. Além disso, o pouco material disponível sobre hospitalidade se desenvolve geralmente no âmbito da hospitalidade doméstica ou comercial, ou seja, se dedicam apenas às relações sociais que ocorrem dentro de algum tipo de espaço privado. São raros os estudiosos que se dedicam à hospitalidade urbana e que se debruçam sobre as

¹ Toma-se como base a tese de doutorado da autora que utiliza a cidade de São Paulo, Brasil, como estudo de caso para essas discussões.

questões relacionadas ao espaço público e ao exercício da cidadania e da manifestação da vida pública.

Camargo (2003, 2004, 2008) e Grinover (2002, 2007) são os pioneiros no assunto no Brasil e destacam a hospitalidade a partir de diferentes perspectivas. Trazendo uma visão ampla e multidisciplinar, eles passaram a introduzir áreas como História, Turismo, Arquitetura e Urbanismo no campo da hospitalidade urbana. Contudo, a definição de hospitalidade urbana proposta por esses autores não se aprofunda o suficiente nos temas relacionados à dádiva e as questões urbanísticas mais específicas referentes, por exemplo, ao desenho urbano (FERRAZ, 2013).

Relacionada à qualidade de vida dos moradores, a hospitalidade urbana se revela um tema promissor e reserva um grande potencial para àquelas cidades que procuram receber melhor seus visitantes. Para Junqueira e Rejowski (2010), os estudos sobre hospitalidade urbana podem:

(...) instigar uma reflexão sobre o planejamento e gestão de cidades, desde as pequenas até as metrópoles, nas quais a qualidade de vida de seus residentes e, em extensão, de seus visitantes, deve ser respeitada e valorizada em todos os aspectos (Junqueira e Rejowski, 2010, p. 15).

Nesse sentido, os estudos relacionados à hospitalidade ganham força. Diferentemente da atividade turística, a atividade hoteleira estuda o “receber” a partir da perspectiva não só do turista (no caso, o hóspede), mas também do morador (que pode ser pensando como anfitrião como será visto mais adiante neste artigo), e, portanto, associados aos estudos sobre qualidade de vida.

Sem uma definição clara e normalmente muito subjetiva, a qualidade de vida está atrelada aos desejos dos indivíduos e às possibilidades de atendimento desses anseios. Para alguns autores, ela se dá por meio de um somatório de fatores que envolvem aspectos espaciais, biológicos, sociais e econômicos (VARGAS e RIBEIRO, 2004). Mas ela incorpora também os conceitos de funcionamento da cidade e faz referência ao desempenho das diversas atividades urbanas (VARGAS, 1999).

As posições que ocupamos no âmbito coletivo são objetos de diversos sentimentos: afetivos, materiais, profissionais e outros. Para Matheus (In DIAS, 2002, p. 64), isso reafirma uma identidade pessoal e coletiva, “ambas aliadas a uma nova compreensão de qualidade de vida, fornecendo assim novos parâmetros para a construção de uma filosofia de Cidade Hoteleira”.

O inchaço das cidades demanda ações sociais urbanas cada vez maiores nos setores públicos e uma reorganização do espaço, mas que nem sempre são realizadas. O crescimento populacional das cidades, desacompanhado de um desenvolvimento social e de um aumento da infraestrutura urbana acabou por fazer perder seu significado de local de acolhimento e de fortalecimento do vínculo social, dando a impressão de que as relações sociais urbanas são fragmentadas e efêmeras (CASELLA, 2006). Como consequência:

(...) criou-se um cenário urbano com espaços desordenados: esgotos e lixões a céu aberto, poluição das águas e do solo, ocupação de encostas e áreas de mananciais, favelização, enchentes, aterros clandestinos, verticalização, concentração e irregularidade das construções, descaso com os espaços públicos e sua privatização etc. (CASELLA, 2006, p. 3).

Apesar de todos os problemas, é para as cidades que as pessoas são atraídas. Tidas como locais onde se podem encontrar oportunidades de trabalho e de negócios, educação,

saúde e cultura, as cidades estão entre os destinos mais procurados por migrantes e turistas em todo o mundo. Isso porque, num mesmo espaço físico, as cidades conseguem reunir diferentes atividades urbanas para variados grupos sociais com diversos propósitos.

Defendendo que as cidades não são estruturas, mas pessoas, Glaeser (2011) acredita que o capital humano é hoje a grande locomotiva do futuro. As cidades hoje e de ontem sempre foram e continuam sendo produtoras de ideias, de conhecimento. Elas são inovadoras.

Atenas floresceu por causa de eventos aleatórios que depois se multiplicaram através das interações urbanas. Uma pessoa inteligente encontrou outra e produziu uma nova ideia. Essa ideia inspirou outra pessoa e, de repente, algo realmente importante havia ocorrido. A causa fundamental do sucesso ateniense pode parecer misteriosa, mas o processo é claro. As ideias se movem de pessoa para pessoa, dentro dos densos espaços urbanos, e essa troca eventualmente gera milagres da criatividade humana (Glaser, 2011, p. 19).

Para exemplificar ainda mais sua teoria, Glaser comenta sobre a Idade Média ou a Idade das Trevas:

O mundo urbano do Império Romano, que produziu tanta cultura e tecnologia, foi substituído pela estagnação rural. À medida que as cidades desapareciam, o conhecimento em si retroagia. As cidades romanas valorizavam as habilidades, enquanto o mundo dos guerreiros rurais e dos camponeses recompensava mais um braço forte do que uma mente treinada (Glaeser, 2011, p. 20).

Conhecida por sua dinâmica econômica, cultural e social, a capital paulista, por exemplo, é considerada uma cidade que recebe e acolhe pessoas do Brasil e de todo o mundo. E, apesar de ser alvo de críticas por conta do trânsito, poluição ou violência, vem agradando os visitantes que a visitam. Segundo a última pesquisa realizada pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe, 2008)², os turistas estrangeiros “aprovam 100% a hospitalidade da população e a gastronomia da cidade”. Utilizando itens de setores diversificados, a pesquisa abordou entre outros assuntos acomodação, transporte e o custo. A SPTuris divulgou que, em 2008, São Paulo bateu recorde de turistas: 11 milhões, sendo 15% estrangeiros vindos, principalmente, dos Estados Unidos, Argentina e Alemanha. Nessa pesquisa também foi verificado que a hospitalidade do povo foi aprovada por 98,7% e a gastronomia, por 98,1%.

Segundo Vargas (2000), em termos da atividade turística, o potencial já existe nas grandes cidades e é altamente significativo. Para a autora:

(...) participar das atividades de lazer, consumo, cultura, eventos; apreciar a paisagem urbana, a arquitetura, as grandes obras da engenharia, os marcos da cidade, o seu tecido urbano, os espaços renovados; conhecer a história através dos espaços desenhados pela sociedade em todos os tempos; conviver com ambientes e pessoas diferentes, aproveitar a arte do encontro, realizar negócios, ter contato com o novo e com o desconhecido são possibilidades que o urbano oferece naturalmente e se

² Nessa pesquisa foram ouvidos 2.897 turistas estrangeiros, segundo a Secretaria de Turismo da cidade de São Paulo (www.spturism.com).

constituem num grande insumo para a atividade turística (VARGAS, 1997, p. 8).

O turismo urbano é definido em função das motivações dos visitantes assim como das formas e atributos das cidades que atraem os consumidores. Para Allis (2012, p. 50), “as principais características de análise são a variedade e a diversidade de facilidades e atrativos que o visitante encontra nas cidades, convenientemente localizadas para atender às demandas dos turistas e dos moradores”. Para Vargas (2000), o turismo urbano, dividido em turismo de negócios e de eventos, está relacionado às atividades de recreação, cultura, lazer e compras, e é usufruído também pela população local. Trata-se, portanto, de um conjunto de atividades que se dão numa realidade urbana existente, afinal “as atividades turísticas estão imiscuídas à dinâmica urbana *per se* e a todas suas atividades (comércio, indústria, transportes, sociabilidade etc.)” (ALLIS, 2012, p. 47).

Ao perceber essa capacidade natural de atratividade, alguns gestores públicos perceberam que uma cidade boa para se viver também é uma cidade boa para se visitar. É não ao contrário. Ou seja, a preocupação passa a ser em primeiro lugar com o anfitrião – o ser que recebe -, e em segundo lugar com o hóspede, ou como o turista – aquele que é recebido. Como consequência dessa percepção uma série de planos urbanos de longo prazo vem sendo realizados desde o início do século XXI com a preocupação de inserir temas relacionados a qualidade de vida e ao bem estar nas agendas das cidades brasileiras e estrangeiras.

Entre esses exemplos, destacam-se: o “SP 2040 – A cidade que queremos”, um plano de longo prazo para a capital paulista; o “Go to Chicago 2040”, um plano urbano para a cidade de Chicago nos Estados Unidos; e o “PlaNYC 2030”, também um estudo para 20 anos com a intenção de qualificar melhor a vida na cidade americana de Nova Iorque. Entre as diretrizes desses planos, pode-se ressaltar preocupação em se criar um conjunto de ações que procuram torna um lugar habitável não só por meio de alterações de uso do solo, mas pela ampliação da oferta de habitação, de espaços públicos (como parques e espaços abertos), de transporte público eficiente e pela valorização da diversidade cultural, da identidade e do sentimento de pertencimento à cidade. Ou seja, diretrizes que atendem a turistas e moradores.

Portanto, a qualidade de vida não é unicamente uma preocupação com a qualidade do ar, da água, do ar ou dos problemas ligados a poluição e ao trânsito. A qualidade de vida envolve também aspectos ligados à valorização da qualidade urbanística por meio de uma oferta de espaços públicos de qualidade. Isso incrementa os ambientes formais e informais de trocas espalhados pelas cidades que proporcionam novos contatos e que marcam a convivência de diferentes universos de valores e distintas origens geográficas, sociais e culturais.

2 OS ESPAÇOS DA HOSPITALIDADE E SEUS AGENTES

A hospitalidade se concretiza no encontro de alguém que recebe (anfitrião) e alguém que é recebido (hóspede) num determinado espaço. Espaço este, que pode ser o espaço doméstico (a casa), o espaço comercial (o hotel) ou o espaço da cidade (o espaço público), sendo este último, o objeto desta pesquisa (FERRAZ, 2013).

Tida como a esfera mais tradicional, a hospitalidade doméstica é onde o ato de receber, alojar, alimentar ou entreter pessoas mais se estabelece (CAMARGO, 2003). Isso porque é no “espaço da casa” que os pequenos gestos do dia a dia se processam e onde a intimidade ocorre com mais frequência. É também na esfera da hospitalidade que os papéis

dos agentes da hospitalidade ficam mais claros: o dono da casa é o anfitrião e a pessoa que é recebida é o hóspede.

Mas existem regras que devem ser respeitadas. Segundo Camargo (2004), a hospitalidade é composta de regras escritas e não escritas. A determinação do espaço na hospitalidade doméstica, por exemplo, é um fator determinante para o bom relacionamento durante a estadia do hóspede. Se isso não for respeitado, pode até ser visto como uma ameaça. Isso porque trata-se de um espaço particular, de um espaço privado. Ao se pensar no espaço da hospitalidade doméstica se pensa em ultrapassar uma fronteira, mas não aboli-la. É preciso ter a consciência de que não estamos em nosso espaço, como também ter a consciência de que estamos no espaço de alguém. Estabelece-se na hospitalidade doméstica então uma linha de intrusão entre o espaço do hóspede e o espaço do anfitrião. Segundo Montandon (2003, p. 133), “tudo se inicia nessa soleira, nessa porta onde batemos e que vai se abrir apresentando uma figura desconhecida, estranha”. E para não constranger nem o anfitrião nem o hóspede, uma série de ritos e cerimoniais começam a aparecer: “seja bem-vindo”; “sinta-se em casa”, “a casa é sua” etc.

Ao entrar no espaço do outro, no caso do anfitrião, uma série de regras da hospitalidade são estabelecidas quase que automaticamente. Além das expressões acima mencionadas, também é uma regra na hospitalidade doméstica definir previamente o tempo de permanência no espaço do outro. Isso contribui para o bom relacionamento entre os agentes da hospitalidade, afinal, se esse limite não for estipulado, não seria uma hospitalidade e sim uma “partilha” (CAMARGO, 2003).

Já a esfera comercial foge à regra de tantas formalidades e rituais. Associada a hotelaria e, conseqüentemente, ao surgimento de modernas estruturas comerciais criadas em função do turismo, o dono do hotel, muitas vezes representado na figura de gerente, faz as vezes do “dono da casa”, assim como o turista representa o hóspede. Logo, o espaço da hospitalidade comercial é o “espaço do hotel”. Trata-se, portanto de um espaço padronizado e adaptado para receber todos os tipos de hóspedes, num período pré-determinado. Não se vê aqui a personalização do espaço para atender o hóspede e nem a aproximação entre anfitrião e visitante.

Muitas vezes esse “receber” mais frio é mesmo o que a maioria dos turistas procura: um serviço rápido e sistematizado que atenda suas necessidades por apenas uma noite. Mas há ainda aqueles que preferem uma aproximação maior com o “dono da casa”. Prova disso é o crescente aumento de hotéis do tipo “Bed and Breakfast”, onde pessoas comuns abrem suas casas para acomodar turistas. Além de se tratar de um espaço mais humanizado, esse tipo de acomodação também é mais barata e flexível e vem se mostrando uma solução para acomodar muita gente em determinados eventos mundiais. Segundo a “Enciclopédia e Biblioteca Virtual das Ciências Sociais, Econômicas e Jurídicas”³, houve um aumento desse tipo de alojamento na Copa do Mundo de 2010 na África do Sul. Com a necessidade de mais de 15 mil quartos, a solução encontrada foi incentivar esse tipo de hospedagem, que traz vantagens para o turista, pois acaba conhecendo mais a cultura local e vantagens para o anfitrião que não paga impostos sobre o valor da hospedagem, tornando o seu valor mais acessível.

2.1 Hospitalidade urbana: o espaço, o hóspede e o anfitrião urbano

Mas é na esfera pública que os estudos de hospitalidade podem estar associados às questões sobre cidades e conseqüentemente ao espaço público.

³ <http://www.eumed.net>

Dentro da esfera da hospitalidade pública pode-se estudar desde as questões relacionadas aos domínios do Estado, como os assuntos ligados aos contratos comerciais, a legislação sobre estrangeiros e outros assuntos diplomáticos, até as questões relacionadas ao espaço físico da cidade e as relações que se estabelecem nas ruas - normalmente tratadas na esfera da hospitalidade urbana.

Diferentemente do que ocorre nas duas esferas de hospitalidade acima mencionadas (doméstica e comercial), a definição dos agentes da hospitalidade urbana não está clara e parece ser bem mais complexa.

Em primeiro lugar, é preciso refletir sobre o hóspede urbano. Ao estudar o urbano estamos tratando de cidades. Logo, esse hóspede pode ser tanto o morador quanto o turista. Isso porque essa categoria engloba todos os que consomem ou vivem a experiência da cidade, incluindo os visitantes que não pernoitam na cidade. O morador quando visita um novo museu, um centro cultural recém-inaugurado, um centro de exposições, uma praça, uma avenida reformada, se torna um turista ou um morador que visita a própria cidade. E essa relação morador x turista, muitas vezes, é impossível de perceber no caso da hospitalidade urbana.

Não se trata de afirmar que morador seja turista, ou vice-versa, mas parece razoável “tratar turistas e moradores como sujeitos da mesma atividade, convivendo em suas experiências urbanas e compartilhando espaços e serviços urbanos” (ALLIS, 2012, p. 235).

Já a discussão sobre quem é o anfitrião urbano exige um raciocínio que vai além das questões sobre hospitalidade. Antes é preciso entender as características desse espaço e de quem é esse espaço. Teoricamente o espaço da hospitalidade urbana é o “espaço público”. Do ponto de vista jurídico, espaço público é o espaço tradicional de uso comum das cidades, como as ruas, as praças, os largos, as avenidas etc. e que está sob a jurisdição do poder público podendo sofrer alterações físicas a qualquer instante em prol do bem comum.

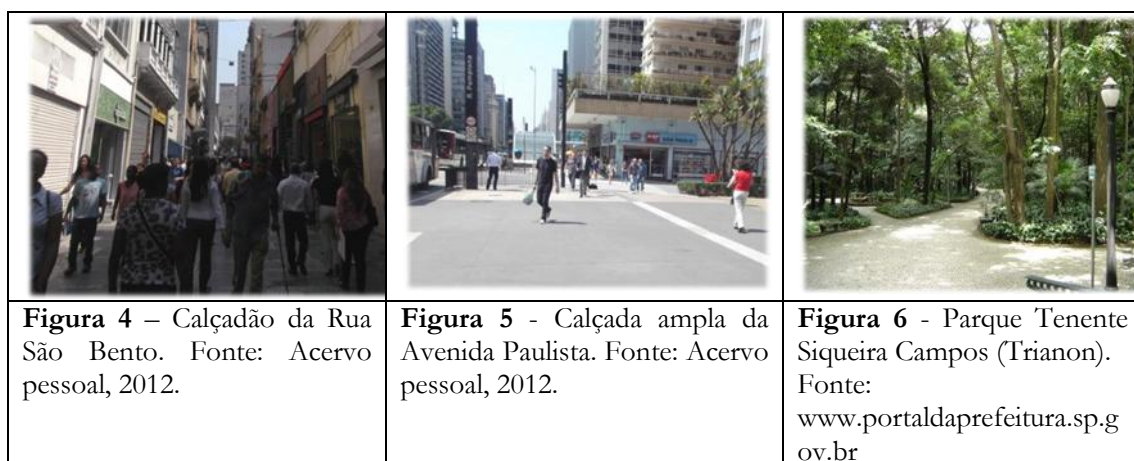
Para Arendt (1993) o espaço público é o espaço da palavra e da ação, podendo ser conhecido como “espaço público político”. Compartilhando dessa função política do espaço público, Chauí (2008) defende que o espaço público pode ser entendido enquanto espaço social de lutas (os movimentos sociais, os movimentos populares, os movimentos sindicais) e de formas políticas de expressão permanente (partidos políticos, Estado de direito, políticas econômicas e sociais). Na visão de Jordi Borja (Apud ABRAHÃO, 2008, p. 47-48), o espaço público é como um instrumento substantivo para revelar os problemas e apontar as soluções no âmbito do urbanismo, da cultura e da cidadania. Já para Abrahão (2008), os espaços públicos são tidos como lugares onde deveriam estar assegurados os direitos dos cidadãos ao uso da cidade, a acessibilidade à memória, segurança, informação, conforto, circulação, além do acesso visual à arquitetura e à estrutura urbana.

Para exemplificar as várias funções que os espaços públicos podem ter, tomou-se como referência a cidade de São Paulo.

O Vale do Anhangabaú (Figura 1) é um ponto de encontro dos paulistanos principalmente em dias de comemorações cívicas, esportivas e culturais. Já a Avenida Paulista (Figura 2), além de ser uma importante avenida estruturadora da cidade, serve como local para manifestações públicas. Algumas praças da cidade, como a Praça do Patriarca (Figura 3), no centro da cidade, funcionam como áreas de lazer, como palco de manifestações populares e ainda como pontos de referência.



Mas a cidade também reserva outros espaços públicos que atendem as necessidades de moradores e turistas. Entre esses espaços estão: calçadas – ruas por onde passam apenas pedestres, como o calçadão da Rua São Bento (Figura 4); amplas calçadas de importantes avenidas, como a calçada da Avenida Paulista (Figura 5) que atrai pedestres, skatistas e corredores; parques urbanos espalhados pela cidade; como por exemplo, o Parque Tenente Siqueira Campos, mais conhecido como Trianon (Figura 6).



Seguindo esse pensamento, pode-se afirmar preliminarmente que o espaço da hospitalidade urbana é espaço público. Mas quem deve cuidar dele? A resposta é quase que automática: o prefeito, o secretário de planejamento e de obras, ou até mesmo o vereador. Por um lado, isto está certo. O prefeito, no papel de representante legal do povo é quem deve cuidar das ruas, das calçadas, da iluminação pública, dos equipamentos de educação e saúde etc. Nesse sentido, está correto afirmar que o anfitrião urbano é o gestor público.

Contudo, se o espaço da hospitalidade urbana é público e, por consequência, é de todos, logo todos deveriam cuidar. Porém, os inúmeros problemas enfrentados no domínio público, demonstram muitas vezes deficiência e exclusão no sentido da hospitalidade pública e urbana. Isso acaba de certa forma refletindo o conflito do indivíduo com a sua coletividade e envolvendo questões de identidade, nacionalidade e cidadania.

Como já foi mencionado, o aumento da população do planeta exige uma reorganização do espaço urbano que nem sempre é atendida. Isso gera o sucateamento e abandono dos espaços públicos e a privatização de algumas áreas, contribuindo para a segregação espacial nas grandes cidades (CASELLA, 2006). Isso é nítido em boa parte das cidades brasileiras.

Acredita-se que o brasileiro tem um talento natural para com a hospitalidade doméstica, que se estende de certa forma para o domínio da hospitalidade comercial. Para alguns autores (PRADO, 1987; HOLANDA, 1995), esse talento vem da herança da colonização portuguesa, responsável pela definição de seu caráter na medida em que permanece ativa a influência dos padrões de convívio humano informados no meio rural e patriarcal. Ou seja, a “cordialidade” do brasileiro traz consigo uma série de problemas históricos e socioculturais.

Não é objetivo deste trabalho escrever sobre os tipos de relações sociais instauradas no Brasil, porém, acredita-se ser de fundamental importância tocar em alguns temas relacionados à sociedade brasileira e a forma como ela se apropria do espaço público.

Para Damatta (1997), o brasileiro distingue fortemente o espaço da casa e o espaço da rua. O espaço da casa, considerado espaço privado, está fundamentado na família, na amizade, na lealdade, na pessoa e até no “padrinho”. Já o espaço da rua, considerado espaço público, está baseado em leis universais, numa burocracia antiga e profundamente ancorada nos relacionamentos sociais e políticos. E essa forma de enxergar e tratar o espaço público (ou a rua) influencia diretamente nas questões relacionadas à cidadania e à civilidade do brasileiro. Para o autor:

Jogamos o lixo para fora de nossa calçada, portas e janelas; não obedecemos às regras de trânsito, somos até mesmo capazes de deprestar a coisa comum, utilizando aquele célebre e não analisado argumento segundo o qual tudo fica fora de nossa casa é um “problema do governo” (DAMATTA, 1997, p. 20).

E o autor continua:

Na rua a vergonha da desordem não é mais nossa, mas do Estado. Limpamos ritualmente a casa e sujamos a rua sem cerimônia ou pejo... Não somos efetivamente capazes de projetar a casa na rua de modo sistemático e coerente, a não ser quando recriamos no espaço público o mesmo ambiente caseiro e familiar (DAMATTA, 1997, p. 20).

Prova disso, é a falta de apropriação do brasileiro para com o espaço público e o descaso do poder público que recai, entre outras coisas, na falta de manutenção dos pisos, dos postes de iluminação, dos canteiros e jardins, assim como a escassez de mobiliário urbano das cidades brasileiras.



Figura 7 – Falta de manutenção no piso de mosaico português e granito da Rua São Bento. Fonte: Acervo pessoal, 2012.



Figura 8– Falta de mobiliário urbana na Praça Antonio Prado – pessoas sentam nas floreiras. Fonte: Acervo pessoal, 2012.



Figura 9– Exemplo de piso inapropriado para circulação de pessoas. Fonte: Gehl, 2009, p. 132.

Mas uma cidade hospitaleira não é formada apenas de espaços públicos. Enquanto espaços que potencializam a hospitalidade, Baptista (2008) destaca os lugares coletivos e os define como lugares de trânsito, com destaque para os mercados e os cafés. A autora defende que, no contexto da vida contemporânea, a hospitalidade dos lugares é medida pelo tipo de sociabilidade que instauram, pelo espírito humano que os anima, e não tanto pelos rituais de recepção que tradicionalmente caracterizam o acolhimento na nossa casa. Ou seja, o espaço da hospitalidade urbana não é exclusivamente público, mas todos aqueles espaços de uso comum, uso coletivo, o que inclui ainda todos os espaços privados de uso público.

Para Gastelaars (1993), para ser considerado espaço público, o espaço deve ser, em princípio, “acessível a todos os moradores e visitantes, ao mesmo tempo em que esses cidadãos e visitantes devem ser capazes de interagir, livremente, na mesma base, independente de sua condição social”.

Também chamados de espaços semi-públicos, esses espaços privados de uso público possuem livre acesso, pelo menos durante o período em que esses espaços estiverem abertos. E para a hospitalidade urbana, quanto mais espaços desses melhor, pois o que é importante, na realidade, é a dinâmica que esses espaços proporcionam com o verdadeiro espaço público, a rua.

As ruas têm várias funções. Segundo Jacobs (2000), elas são ao mesmo tempo um espaço para trocas – trocas de serviços ou de mercadorias –, um espaço político – isto é, funcionam como uma espécie de ponto de encontro para o desenvolvimento do intercâmbio de ideias ou ainda um palco para manifestações e expressão de massa –, e um espaço simbólico – onde os cidadãos entendem os símbolos da cidade, assim como seus rituais, seus cerimoniais, suas regras das ruas etc.

Para Kloss (1993), a vida urbana moderna é incompleta sem esses edifícios privados de acesso público. Para o autor, a complexidade da cidade envolve nuances entre a rua e o edifício, entre o exterior e o interior, entre o público e privado. O morador da cidade tem naturalmente uma necessidade grande e crescente para os encontros em espaços públicos e semi-públicos, designados também como lugares neutros. Como não se trata da casa de alguém, não se criam as obrigações e se estabelece o anonimato.

A seguir alguns exemplos de espaços privados de uso público em São Paulo:



Figura 10 – Café Girondino, localizado na esquina da Rua São Bento com a Rua Boa Vista. Aberto desde as primeiras décadas do século XX em São Paulo. Fonte: Acervo pessoal, 2012.



Figura 8 – Centro comercial localizado no pavimento térreo do Conjunto Nacional, na esquina da Av. Paulista com Rua Augusta. Fonte: Acervo pessoal, 2012.



Figura 9 – Bar e Restaurante localizado na Av. Engenheiro Luis Carlos Berrini, em São Paulo. Fonte: Acervo pessoal, 2012.

Portanto, o espaço da hospitalidade urbana conta com espaços públicos e com espaços privados de uso público, tais como: cafés, restaurantes, lojas, lobbies dos hotéis,

igrejas, bibliotecas, livrarias, cinemas, teatros e museus. Isso significa que os espaços da hospitalidade urbana não são necessariamente os espaços públicos, mas os espaços coletivos, os espaços que permitem ao morador ou ao visitante o livre acesso ou o acesso controlado (FERRAZ, 2013).

Vale lembrar que boa parte dos espaços privados de uso público exige algumas regras, como por exemplo: entrar de terno e gravata em certos teatros e restaurantes, tirar os sapatos em restaurantes japoneses, estar vestido adequadamente para entrar nas igrejas etc. São as regras da hospitalidade.

E essa característica do espaço da hospitalidade urbana recai diretamente no tempo de permanência do hóspede. Diferentemente das outras duas esferas estudadas, a doméstica e a comercial que exigem a data de entrada e saída do espaço hospitaleiro, na hospitalidade urbana esse tempo não precisa estar definido, uma vez que estamos tratando dos espaços públicos. Exceto, nos espaços privados de uso público, que determinam seus horários. Nesse sentido, pode-se concluir que as chamadas “cidades 24 horas” possuem uma grande receptividade.

3 A DÁDIVA E AS FORMAS DE RETRIBUIÇÃO NA HOSPITALIDADE

A expressão “ser hospitaleiro” deriva do latim: *hospitalis*. Ser hospitaleiro é oferecer hospitalidade, é receber bem um visitante ou estrangeiro, seja por bondade ou por prazer. Com um significado similar, “anfitrião” é aquele que acolhe o hóspede em sua casa oferecendo-lhe uma série de sensações de bem estar, ou ainda aquele recebe os convidados para qualquer evento ou que paga as despesas de um jantar ou de uma festa.

Mas porque receber bem? Afinal o que move o ser humano nessa espécie de “doação”? E como isso está relacionado à hospitalidade?

Boa parte dos estudos sobre hospitalidade está fundamentada na dádiva. Para Camargo (2004), a dádiva está presente em toda ação de hospitalidade. Ou seja, ela está embutida nas razões pelas quais as pessoas oferecem acomodação, alimento e entretenimento.

Considerada um fenômeno social que ocorre entre amigos, vizinhos, parentes ou estranhos sob a forma de presentes, hospitalidade ou serviços, a dádiva é o que circula em prol ou em nome do laço social que ocorre sem obrigação ou garantia de retribuição (CAILLÉ, 2002). Dar, receber e retribuir são os três deveres que Mauss (2003), em seu “Ensaio sobre a dádiva” de 1924, entendeu como sendo a chave explicativa das relações sociais nas sociedades primitivas.

Em seus estudos, Mauss (2003) concluiu que nas sociedades selvagens (primitivas ou arcaicas) situadas na Escandinávia, Polinésia⁴, Melanésia⁵, no noroeste americano e canadense, as relações sociais não fluíam segundo os parâmetros do mercado ou do contrato. Para o autor, o contato humano começa com uma dádiva que parte de alguém. A retribuição é uma nova dádiva que implica um novo receber e retribuir, gerando um processo sem fim (CAMARGO, 2004). E essa norma permite o estabelecimento e a manutenção de relações sociais em todas as sociedades.

Conhecida também como um “fenômeno social total”, ou um “sistema ancestral de trocas”, a dádiva diz respeito ao conjunto das dimensões da ação. Não são apenas os bens econômicos, mas os ritos, os serviços militares, as mulheres e crianças, as danças, etc. Isso

⁴ É uma região formada por ilhas localizada no Oceano Pacífico, ao lado da região da Melanésia e Micronésia.

⁵ A Melanésia é uma região da Oceania, extremo oeste do Oceano Pacífico e a nordeste da Austrália, que inclui os territórios das ilhas Molucas, Nova Guiné, Ilhas Salomão, Vanuatu, Nova Caledônia e Fiji.

se torna claro no trabalho de Mauss, onde é possível verificar que a dádiva produz o vínculo social em vários tipos de alianças (MAUSS, 2003), entre elas:

- As matrimoniais e as políticas (trocas entre chefes ou diferentes camadas sociais);
- As religiosas (como nos sacrifícios, entendidos como um modo de relacionamento com os deuses);
- As econômicas, nas jurídicas e nas diplomáticas (incluindo-se aqui as relações pessoais de hospitalidade).

A fim de estabelecer o vínculo social, busca-se “dar” algo, que pode ser um presente, um serviço ou a própria hospitalidade. Essa “doação” é que caracteriza todo o processo, pois quem recebe terá que retribuir um dia, criando um ciclo sem fim. Mas a retribuição na dádiva não é o objetivo final. Você dá para que o outro também dê.

Na esfera da hospitalidade doméstica o doador, ou a pessoa que dá, é o anfitrião. Ele dá (ou doa) o espaço de sua casa. Mas ele também recebe, afinal o hóspede muitas vezes retribui com um presente ou mesmo com sua presença, seus conhecimentos, sua alegria etc. Nesse sentido, é um ciclo constante de dar e receber. E a retribuição não é obrigatória. Contudo é comum procurar retribuir a hospitalidade oferecendo alojamento em sua casa, ou ainda um jantar como forma de agradecimento.

Para GODBOUT (1999), a retribuição depende muito do nível de parentesco e intimidade dos dois agentes da hospitalidade. Para o autor, quanto mais próximos eles forem mais tempo se leva para retribuir, como por exemplo no ambiente familiar. Enquanto numa relação entre estranhos é comum que o hóspede tenha pressa em querer retribuir.

Diferentemente da esfera doméstica, a hospitalidade comercial é paga - em valores monetários. Fato esse que gera certo desconforto entre alguns estudiosos. Para Darke e Gurney (In LASHLEY e MORRISON, 2004), a prática utilizada na hospitalidade comercial é uma simulação da visita ao lar de um anfitrião ideal que atende todas as necessidades do hóspede.

Contudo, não se pode afirmar que a comercialização da hospitalidade e do acolhimento implica em uma depreciação dessa atividade. É verdade que o serviço ao cliente e sua exploração financeira são tão ligados um no outro, que se tornou quase impossível separá-los. Mas se um anfitrião comercial atende bem aos seus hóspedes, cobrando-lhe um preço justo e razoável, não extorsivo por aquilo que oferece, suas atividades podem sim ser chamadas de hospitaleiras. Para Telfer (2004), não se pode dizer que um hospedeiro comercial se comporta com hospitalidade só pelo fato de ser pago por seu trabalho.

3.1 Ações de cidadania e civilidade: a manifestação da dádiva na hospitalidade urbana

Tratando da hospitalidade pública, parece razoável compreender que, nessa relação entre dar-receber-retribuir, a equivalência nas relações diplomáticas entre países pode ocorrer, por exemplo, através da emissão de documentos, de exigências de vistos de entrada, do estabelecimento de relações internacionais e trâmites comerciais etc.

Já no caso da hospitalidade urbana, essa relação passa para um nível mais local. O anfitrião, no papel de gestor público - seja ele prefeito ou secretário de planejamento -, dá ruas sinalizadas, calçadas em bom estado de conservação com pisos confortáveis etc. Ele também dá segurança e iluminação. Cabe ao hóspede urbano, seja ele morador ou turista, receber tudo isso e retribuir. Mas como retribuir afinal? Ainda mais se o presente foi mais caro do que ele pode pagar?

A retribuição não é uma simples questão na esfera da hospitalidade urbana. Em primeiro lugar porque o valor do presente é muito caro. Se, na dádiva a retribuição costuma ser feita por meio de valores equivalentes, na hospitalidade urbana isso é impossível. Isso porque o anfitrião urbano, no papel de gestor público, dá mais do que o visitante pode retribuir. O orçamento público da cidade de São Paulo, por exemplo, envolve bilhões por ano. Estabelece-se, portanto outro tipo de vínculo que não necessariamente o laço social que ocorre entre dois seres humanos. Mas sim um tipo de relação ou até uma dívida, entre o cidadão (visitante ou morador) para com a sua cidade.

O sistema de dádiva na hospitalidade urbana, portanto, pode ser pensado como uma relação imensurável. Não se pode medir o que o anfitrião dá. Nessa relação não é possível identificar o quanto se dá e o quanto se recebe. No caso específico do visitante (ou hóspede urbano), ele estará sempre em dívida com o grande doador, uma vez que este dá algo que é incalculável e cuja retribuição equivalente não se pode esperar. Na relação de dádiva, quem dá é que tem o poder, e quem dá mais ainda, coloca o que recebe numa permanente condição de dívida. Dívida essa que não se estabelece necessariamente com o gestor público, mas com o bem comum, com a cidade, o que pode garantir um vínculo permanente (FERRAZ, 2013).

Como a hospitalidade urbana desencadeia um processo contínuo, o anfitrião, num segundo momento, é o ser que recebe. Afinal, o visitante também dá. Além de sua presença, ele dá seu conhecimento, sua cultura, sua experiência e, numa certa medida, dá seu dinheiro por meio da receita gerada através do turismo urbano. Afinal, o turista urbano, aquele principalmente turista de negócios, é o que mais deixa recursos para a cidade:

Como têm, na sua maioria, as despesas pagas pelas empresas, costuma usar serviços de hospedagem e alimentação mais sofisticados, gastando o seu próprio dinheiro em compras e demais atividades extras. É muito diferente do turista que viaja com a família com recursos limitados (VARGAS, 2000, p. 2).

A principal forma de retribuição na hospitalidade urbana, dentro do sistema de dádiva, é através de ações de cidadania e civilidade. Ou seja, cabe ao hóspede urbano ao receber as benfeitorias que o gestor fez para com seu espaço (a cidade), tratar bem do espaço público. Portanto, o hóspede urbano retribuindo desses espaços, mantendo-os limpos e conservados, usufruindo de toda a infraestrutura sem estragar o mobiliário urbano (tais como orelhões, lixeiras, pontos de ônibus etc.), cuidando da vegetação urbana e respeitando o meio ambiente, pagando os impostos, os pedágios, as taxas etc. Ou seja, estamos falando de “cidadania”, de “civilidade”.

Relacionado à ideia fundamental de indivíduo e com regras universais, o conceito de cidadania está relacionado a um sistema de leis igualitário. Ser cidadão é algo que se aprende, é algo demarcado por expectativas de determinados comportamentos, é algo socialmente institucionalizado e moralmente construído. Como cidadão, o sujeito pertence a um espaço eminentemente público e define seu “ser” em termos de um conjunto de direitos e deveres para com outra entidade também universal, chamada “nação”. Como membro de uma nação, o sujeito tem como interlocutores outros cidadãos e não pode abandonar certas definições tendo que acabar com predileções e singularidades para tornar-se uma entidade geral, universal e abstrata, dotada de igualdade e dignidade (DAMATTA, 1997).

Já civilidade é o respeito pelas normas de convívio entre membros de uma mesma sociedade. Procurando atingir uma boa convivência entre cidadãos, ações de civilidade

garantem o respeito às regras de uma determinada sociedade. Portanto, assim como na hospitalidade, a civilidade segue regras e rituais.

Isso significa que cidades hospitaleiras são cidades que estabelecem uma relação, um vínculo mais que social, quase que institucional. Isso porque o vínculo, como foi dito acima, não é com outra pessoa, mas com o espaço, com a cidade. E, a partir daí, estabelece-se a chamada cidadania, despertando a consciência dos deveres e direitos do cidadão (FERRAZ, 2013).

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A vontade de receber e de acolher sempre fez parte do comportamento do ser humano. Se no passado a hospitalidade era um dever sagrado, moral e social, hoje ela deve, aos poucos, começar a fazer parte das políticas de turismo e deve gradativamente compor o planejamento urbano e a gestão de cidades. Em um mundo cada vez mais urbanizado, a hospitalidade urbana deve tomar força e passar a ser uma das formas utilizadas pelo homem para facilitar sua aproximação e convívio com seus semelhantes. Isso exige novas soluções referentes ao convívio entre os homens (homem x homem) e sua relação com o espaço construído (homem x espaço). O que demonstra a importância de se investir em espaços públicos de qualidade, com condições de recepcionar, alojar e entreter turistas e moradores⁶.

Devido a escassa bibliografia sobre o tema, foi preciso utilizar estudos de caráter multidisciplinar para poder preencher as lacunas sobre o conhecimento da hospitalidade urbana. O quadro a seguir resume as principais características da hospitalidade urbana e mostra as diferenças e semelhanças entre as três esferas da hospitalidade:

	ESFERAS DA HOSPITALIDADE		
	DOMÉSTICA	COMERCIAL	URBANA
Espaço	casa	hotel	espaço público/ espaço privado de uso público
Agentes/Sujeitos	dono da casa	dono do hotel/gerente	gestor público / morador
	hóspede	turista	morador/turista
Tempo de permanência	determinado	determinado	indeterminado
Formas de retribuição	gratuita	paga	ações de cidadania/civilidade

Quadro 1 – Diferenças e semelhanças entre as três esferas da hospitalidade. Fonte: Ferraz, 2013.

Espera-se que esse artigo venha contribuir para o aumento das investigações sobre as questões relacionadas à hospitalidade urbana e que esse seja um tema cada vez mais recorrente dentro dos estudos relacionados ao turismo, ao planejamento urbano, a qualidade de vida e a dádiva.

⁶ Para maiores informações, acessar a tese da autora que investiga como qualidades urbanísticas do espaço público relacionadas à diversidade, à permeabilidade, à legibilidade e ao conforto, entendidas como atributos espaciais de hospitalidade urbana, são capazes de evidenciar a condição de cidade hospitaleira.

REFERÊNCIAS

- ABRAHÃO, Sérgio Luís. **Espaço público: do urbano ao político**. São Paulo: Annablume; Fapesp, 2008.
- ALLIS, Thiago. **Projetos urbanos e turismo em grandes cidades: o caso de São Paulo**. Tese de Doutorado. São Paulo: FAUUSP, 2012.
- ARENDT, Hannah. **A condição humana**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1993.
- BAPTISTA, Isabel. **Hospitalidade e eleição intersubjetiva: sobre o espírito que guarda os lugares**. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano V, n.2, 2008.
- BORJA, Jordi & MUXI, Zaida. **El espacio público: ciudad y ciudadanía**. Barcelona: Electa, 2003.
- CAILLÉ, Alain. **Antropologia do Dom. O terceiro paradigma**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.
- CAMARGO, Luiz O. **Os domínios da hospitalidade**. In DENCKER, A.; BUENO, M. (orgs). **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.
- CAMARGO, Luiz O. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CAMARGO, Luiz O. **A pesquisa em hospitalidade**. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano V, n.2, 2008.
- CASELLA, Luana L. de Camargo. **Hospitalidade dos Espaços Públicos: possibilidades e dificuldades em torná-lo acolhedor**. Revista Hospitalidade, v. 3.2006.
- CHAUI, Marilena. **O espaço público e a democracia**. Comunicação apresentada no Seminário internacional “O espaço público e a exclusão social”. São Paulo, 1998.
- DAMATTA, Roberto da. **A casa & a rua**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.
- DARKE, J. & GURNEY, C. **Como alojar? Gênero, hospitalidade e performance**. In LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.
- DENCKER, A.; BUENO, M. (orgs). **Hospitalidade: Cenários e Oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.
- DIAS, Celia M. de Moraes (org.). **Hospitalidade Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.
- FERRAZ, Valéria de Souza. **Hospitalidade urbana em grandes cidades. São Paulo em foco**. Tese de Doutorado. FAU USP. São Paulo, 2013. Acessível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16139/tde-10072013-161802/pt-br.php>

- FREYRE, Gilberto. **Casa-grande & Senzala**. Rio de Janeiro: Record, 2001.
- GASTELAARS, Rob Van E. **Public Life in Amsterdam**. In KLOSS, Maarten. **Public Interiors. Arcam Pockets**. Architectura & Natura Press: 1993.
- GEHL, Jan. **Cities for People**. Washington, DC: Island Press, 2009.
- GLAESER, Edward. **Os centros urbanos: a maior invenção da humanidade: como as cidades nos tornaram mais ricos, inteligentes, saudáveis e felizes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- GODBOUT, J. **O espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: FGV, 1999.
- GRINOVER, Lucio. **Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado**. Em DIAS, Célio M. de Moraes. *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. São Paulo: Monole: 2002.
- GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- JACOBS, Jane. **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- JUNQUEIRA, Rosemeire Rodrigues; REJOWSKI, Miriam. **Produção científica sobre hospitalidade urbana no Brasil: Anais de Eventos científicos de 2004 a 2009**. VII Seminário de Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo. UAM, São Paulo, 2010.
- KLOSS, Maarten. **Public Interiors. Arcam Pockets**. Architectura & Natura Press: 1993.
- LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004.
- MATHEUS, Zilda Maria. A ideia de uma cidade hospitaleira. In DIAS, Celia M. de Moraes (org.). **Hospitalidade Reflexões e Perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.
- MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. Volume II. SP, 2003.
- MONTANDON, Alain. **Hospitalidade Ontem e Hoje**. In DENCKER, A.; BUENO, M. (orgs.). *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.
- PRADO JR, Caio. **Formação do Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

TELFER, Elizabeth. **A filosofia da “hospitalidade”**. In LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (orgs.). Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

VARGAS, Heliana C.; **Turismo Urbano: a cidade enquanto produto**. In VII Encontro Nacional da ANPUR. Recife, 1997.

VARGAS, Heliana. **Organização do espaço da cidade: leitura, compreensão e intervenção**. Senac - Apostila para a disciplina AUP 608. 1999.

VARGAS, Heliana C. **Turismo nos grandes centros urbanos** – Texto publicado nos anais do IV Encontro Nacional de Turismo, Joinville, SC, novembro 2000.

VARGAS, Heliana C.; RIBEIRO, Heliana. (orgs.). **Novos Instrumentos de Gestão Ambiental Urbana**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2004.

URBAN HOSPITALITY: EXPANDING THE CONCEPT

Abstract

This research enters the field of urban hospitality, understood as a gift of space and a factor of welfare. Associated with urban tourism and issues related to quality of life for both residents as tourists, urban hospitality reveals a theme promising and important from the point of view of urban planning and management of cities. However, it is still underexplored and is generally associated with other domains of hospitality - the domestic and commercial -, often based on the system of the gift. Thus, this research aims to extend the concept of urban hospitality analyzing how the triple obligation of give-receive-return behaves in the urban environment. Assuming that public space is the traditional venue for meetings and exchanges in the cities, this research also seeks to reveal the characteristics of the urban hospitality space and identify agents involved in the establishment of urban social relations.

Keywords: *urban hospitality; the gift; public space; quality of life; tourism.*

Artigo recebido em 25/07/2013. Aceito para publicação em 14/10/2013.