

# HOSPITALIDADE: DA IMAGEM AO SIMBÓLICO<sup>1</sup>

Iara Maria da Silva Moya<sup>2</sup>

Celia Maria de Moraes Dias<sup>3</sup>

Universidade Anhembi Morumbi

## Resumo:

O objetivo deste trabalho foi fazer um paralelo entre os diferentes conceitos e entendimentos da hospitalidade apresentados por alguns autores, em especial os diversos participantes da obra *Em busca da hospitalidade- perspectivas para um mundo globalizado*, organizada por Conrad Lashley e Alison Morrison (São Paulo, Manole, 2004) e os resultados obtidos em um exercício de associar imagens à idéia de hospitalidade. O estudo mostrou que há fortes associações entre os elementos pesquisados e que os grandes temas da hospitalidade, dada sua condição arquetípica, aparecem mesmo nos elementos mais prosaicos. Nesses resultados se explicita o vínculo indissolúvel entre hospitalidade e comunicação.

**Palavras-chave:** Hospitalidade; Imagem; Símbolos

*O cume da arte, em ciências sociais, está sem dúvida em ser-se capaz de pôr em jogo “coisas teóricas” muito importantes a respeito de objetos ditos “empíricos” muito precisos, frequentemente menores na aparência, e até mesmo um pouco irrisórios.*

*Pierre Bourdieu*

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação. NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade.

<sup>2</sup> Socióloga, psicodramatista, especialista em Gestão Social, mestranda em Hospitalidade pela UAM. Contato: iaiaimoya@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Doutora (tese em Turismo Rural) e mestre (dissertação de mestrado em Hotelaria) em Ciências da Comunicação, pela ECAUSP. Docente do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi desde maio de 2001. Palestras, cursos e publicações na área de hospitalidade e turismo, junto a IES públicas e privadas de diversos estados do Brasil. e-mail: < HYPERLINK "mailto:cdias@anhembi.br" [cdias@anhembi.br](mailto:cdias@anhembi.br) >

## Hospitalidade

No dizer de Derrida (2003) o termo hospitalidade é aquele tipo de “palavra-noite”, palavra que contém em si o seu oposto. Já Dethlefsen e Dahle (1997) apontam que é fácil verificar a necessidade humana de identificar as coisas dividindo unidades primordiais em oposições. Analisando as línguas antigas, também Freud, em sua obra (Gengensihn der Urworte- A ambivalência das palavras originais, apud Dethlefsen e Dahle, p. 25), percebeu a atribuição de um único polo a palavras originalmente ambivalentes.

Segundo os autores, aparentemente, “os povos de culturas ancestrais foram mais bem sucedidos quanto a perceber a unidade subjacente às polaridades, pois, nas línguas antigas, muitas palavras ainda têm uma bipolaridade essencial” (Dethlefsen e Dahle, p. 25). Os exemplos listados mostram facilmente as raízes comuns nas palavras latinas: *clamare*- gritar e *clam*- silêncio, ou *siccus*- seco e *sucus*- sumo/suco. Também em grego, *pharmakon* significa tanto veneno como remédio. E, em inglês, a bipolaridade básica da palavra *without* é absoluta, pois contém em si ambos os significados: com (*with*) e sem (*out*).

Da mesma forma, pode-se dizer que, a palavra latina *hostes*, da qual derivam hóspede e hostil (ou amigo e inimigo), parece ter essa mesma polaridade fundamental que se mantém, até a atualidade, em apenas duas línguas: no francês *hôte* e no grego- *xenos*, já que, nesses idiomas, uma única palavra serve para nomear os dois lados da relação, quem recebe e quem é recebido (o que deve ter rendido alguns problemas de tradução a um profissional não muito atento....)

Se, como no dizer de Derrida (2003), a hospitalidade é, por definição, incondicional, ela está sempre condicionada pelas condições da realidade. Daí o seu oposto, seu paradoxo, sua impossibilidade.

Para Boff (2005) a hospitalidade é utopia e prática, integra o sonho e a realidade em suas margens. Ou, como ele mesmo diz:

A hospitalidade é antes de mais nada uma disposição da alma, aberta e irrestrita. Ela, como o amor incondicional, em princípio, não rejeita nem discrimina a ninguém. É simultaneamente uma utopia e uma prática. Como utopia representa um dos anseios mais caros da história humana: **o** ser sempre acolhido independente da condição social e moral e de ser tratado humanamente. Como prática cria as políticas que viabilizam e ordenam a acolhida. Mas por ser concreta sofre os constrangimentos e as limitações das situações dadas. (2005, p.198)

A hospitalidade é também, segundo Montandon “uma maneira de se viver em conjunto, regida por regras, ritos e leis”. (2003, p.132) Nesse sentido, a hospitalidade é “concebida não

apenas como uma forma essencial de interação social, mas também como uma forma própria de humanização, ou no mínimo, uma das formas essenciais de socialização”. (p.132)

Finley (1965, p. 97), em seu “O mundo de Ulisses”, nos explica, didaticamente, o surgimento e o significado da hospitalidade. Para ele, nos tempos primitivos, o homem vivia em estado de luta permanente, de guerra de morte contra o estrangeiro. A seguir, intervieram os deuses e, com seus preceitos, apresentaram aos homens o dever de hospitalidade. Desde então, o homem teria de seguir o difícil caminho entre dois pólos: a realidade de uma sociedade em que o estrangeiro era uma ameaça e o novo ideal moral, “abençoado pelos deuses” e chancelado por Zeus Xenios “protetor do hóspede e do hospedeiro (ambos *xenos*). Pode-se dizer, então, que são os vínculos de hospitalidade que permitem o apaziguamento e a redução de tensão entre esses dois pólos. Como lembra Gotman a hospitalidade tem sempre a inospitalidade como horizonte.

Já Lashley utiliza-se da reflexão de Visser para afirmar que a hospitalidade é relacionamento.

Visser (1990) liga o relacionamento entre o anfitrião e o hóspede através da raiz linguística comum dos dois termos. Ambas se originam de uma palavra comum indo-européia (*ghostis*), que significa “forasteiro” e, por meio disso, “inimigo” (hospitalidade e hostil possuem raiz similar), mas a ligação expressa neste termo simples “refere-se não tanto ao próprio povo, ao hóspede e ao anfitrião, mas ao relacionamento entre eles” (p. 91). É um relacionamento baseado nas obrigações mútuas e, em última análise, na reciprocidade. Enfim, o hóspede torna-se o hospedeiro em outra ocasião. (LASHLEY, 2004, p. 15)

Selwin (2004) reafirma essa idéia, sobre a função básica da hospitalidade que, segundo ele, além de estabelecer um relacionamento, promove relacionamentos já existentes:

Os atos relacionados com a hospitalidade, desse modo, consolidam estruturas de relações, afirmando-as simbolicamente, ou (no caso do estabelecimento de uma nova estrutura de relações) são estruturalmente transformativas. No segundo caso, os que dão e/ ou os que recebem hospitalidade não são mais os mesmos, depois do evento, como eram antes (aos olhos de ambos, pelo menos). A hospitalidade transforma: estranhos em conhecidos, inimigos em amigos, amigos em melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não-parentes em parentes. (SELWYN, 2004, p. 26-27)

Brotherton (1999), fazendo uma revisão da literatura, cita as conclusões de King (1995) e Hepple (1990), segundo os quais, a visão mais atual da hospitalidade envolve quatro características distintas, como se seguem:

1 - é conferida por um anfitrião a um hóspede que está longe de seu lar;

- 2 - é interativa, envolvendo o relacionamento conjunto de provedor e receptor;
- 3 - compreende um conjunto de fatores tangíveis e intangíveis;
- 4 - o anfitrião provê ao hóspede segurança e conforto, tanto fisiológico como psicológico.

Por outro lado, Baptista (2002) apresenta a hospitalidade surgindo como “um dos traços fundamentais da subjetividade humana na medida em que representa a disponibilidade da consciência para acolher a realidade do fora de si”. (p. 157) E complementa, a consciência de pertencer a um mundo “como ser concreto, que tem fome, sede e necessidade de abrigo, como um ser que ri e que chora”. (p.158)

Essa reflexão mostra a amplitude de entendimentos da hospitalidade: de paradoxo e utopia a uma das formas essenciais de socialização, a hospitalidade é relacionamento, é traço fundante da subjetividade, é consciência de estar com outros, no mundo.

Se a idéia de hospitalidade é tão complexa, coloca-se a questão: existe uma imagem da hospitalidade?

### **Em busca das imagens da hospitalidade**

Pensando a hospitalidade pelo ponto de vista da tríade semiótica, composta por signo (englobando significante e significado), interpretante e objeto, percebe-se que é um conceito complexo e abstrato e, assim, inexistente um referente no mundo real, o que pode apresentar uma miríade de significados possíveis e diferentes a cada indivíduo

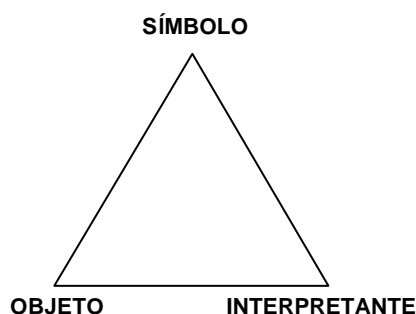


Fig. 1: Tríade semiótica

Fonte: Adaptado de Perez (2004, 141)

Por outro lado,

A dimensão simbólica da hospitalidade é de tal ordem importante que, quando deixada de lado na busca por definições mais objetivas e operacionais, continua existindo subjacente, com toda sua dialética e dualismos, tornando as definições inconsistentes, ou mais inconsistentes do que as definições que expõem essa dimensão e assumem seus obstáculos. (GIDRA, 2005, P. 184)

Assim, em busca da(s) imagem(ns) da hospitalidade se iniciou um exercício em sala de aula, utilizando modelo proposto por Vasconcelos (2003) em seu livro “A marca que você é”, em que desenvolve o *Relatório de Percepção para Criação de Marcas*. Seu relatório é construído tendo por base quatro questões, utilizadas para avaliar como a empresa é associada a um animal, a uma personalidade, a um lugar e a um objeto. Uma quinta questão investiga quais são as marcas mais presentes na mente do entrevistado.

Esse exercício foi desenvolvido com duas turmas de alunos da área de Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (24 respondentes, no total), entre o segundo semestre de 2006 e o primeiro de 2007. Para isso, foi aplicado um pequeno questionário contendo as quatro primeiras perguntas de Vasconcelos (2003) adaptadas à hospitalidade. As questões ficaram assim:

- a) se a hospitalidade fosse um animal, qual seria?
- b) se a hospitalidade fosse uma personalidade, qual seria?
- c) se a hospitalidade fosse um lugar, qual seria?
- d) se a hospitalidade fosse um objeto, qual seria?

A análise dessas respostas seguiu a mesma proposta de Vasconcelos (2003), que estabelece três níveis de análise: o visível, o lisível e o figural, assim definidos pela autora:

As respostas obtidas são analisadas a partir de um modelo estabelecido pela autora que considera três níveis ou ordens: o visível, o lisível e o figural. A ordem do visível está ligada ao “ver”, ao ato de ver. Enquanto figurado, vincula-se à experiência, e por isso, percepção. A ordem do lisível está ligada ao “saber”, percepção modelada pela linguagem, dimensão cultural da interpretação, o conhecimento. Enquanto figurativo, define-se pela compreensão. A ordem do figural é resultante do visível e do lisível, percepção mais conhecimento, e produz a “figura-matriz”. Segundo o dicionário (FERREIRA, 2000) a expressão “figural” quer dizer “tipo”, isto é, “categoria”. Daí faz sentido o entendimento da autora do “figural”

como “substância essencial”. Em suas palavras, é no figural que se aloja o desejo “invisível e indizível”. (VASCONCELOS, 2003, p.48)

O “figural” obtido pode ser considerado como o “arquétipo” de Jung. Para Jung, à nossa herança biológica, soma-se uma herança psicológica, o “inconsciente coletivo”, e seus conteúdos são os arquétipos. Os arquétipos são estruturas psíquicas que auxiliam na organização de material psicológico. Jung chama os arquétipos de imagens primordiais, e eles correspondem a temas mitológicos, presentes em lendas populares de diferentes culturas e épocas. (FADIMAN & FRAGER, 1979)

### **As imagens da hospitalidade**

Os alunos responderam individualmente às questões<sup>4</sup>. Na análise dos resultados as respostas foram contadas e categorizadas, respondendo à dimensão visível do estudo. Na avaliação do visível buscou-se os significados de senso comum e simbólicos, correspondentes às respostas dadas. Somou-se a isso a associação à literatura na elaboração da dimensão do figural.

O estudo feito mostrou a possibilidade de análise também na dimensão simbólica dessas respostas e abriu um caminho maior, de entendimento dos conteúdos simbólicos da hospitalidade e suas diversas representações, produzindo esta nova reflexão agora apresentada.

### **Se a hospitalidade fosse um animal**

Assim é que, se a hospitalidade fosse um bicho, ela seria um animal doméstico, um cachorro, dado o número de citações que este recebeu. Se na ordem do visível, a hospitalidade é um cachorro, traduzido no visível, o cachorro é o guardião da casa e o melhor amigo do homem. Além disso, que outro animal seria mais representativo do espaço doméstico, da casa, do lar?

O cão, segundo Lexikon (2004), é, provavelmente, o animal doméstico mais antigo. Em culturas como a africana, a sabedoria atribuída ao cão fez dele o ancestral da civilização e o portador do fogo aos homens. É associado aos ancestrais humanos e à fidelidade.

Cirlot (1984) menciona que a figura do cão, enquanto emblema da fidelidade aparece sob os pés de figuras de damas esculpidas em sepulcros medievais. No mesmo sentido, portanto, é o

---

<sup>4</sup> N.A. As respostas obtidas possibilitaram uma primeira reflexão quanto à tradução do significado da hospitalidade em imagens e foram inicialmente apresentadas no 34o. ENCONTRO DE ESTUDOS RURAIS E URBANOS do CERU-NAP da Universidade de São Paulo, em maio de 2007, sob o título “Imagens da Hospitalidade”.

guardião da porta, já que esta também representa o feminino. Porta, passagem, umbral, esta é a união e a separação de dois mundos.

O cão é o que guarda. E enquanto guarda, guia. O cão pastor faz parte do simbolismo cristão, e representa o sacerdote. (CIRLOT, 1984)

Para Chevalier & Gheerbrant (1988) conforme seu *Dicionário de Símbolos*, o cão (como figura tradutora do cachorro) tem, como primeira função mítica, a de *psicopompo*: “guia do homem na noite da morte, após ter sido seu companheiro no dia da vida” (p.176). Em relação ao mito grego se pode lembrar de Cérbero, o cão “guardião dos infernos”.

Também o cão de Ulisses, Argos, tem papel importante na hospitalidade, visto que foi o único a reconhecê-lo, alquebrado e sujo, disfarçado de mendigo, quando retorna, de sua Odisséia, após mais de 10 anos. Sua fidelidade toca Ulisses, já que o animal morre logo após reconhecê-lo, de velhice e emoção. Intermediário entre os dois mundos, o cachorro explicita limite do conhecido e do desconhecido. O cachorro, o cão, o guardião, na soleira do lar.

Merece comentário também o nome do cão de Ulisses, Argos. Seria, aparentemente, uma homenagem aos Argonautas, heróis que velejaram na nau Argó para recuperar e dominar o mundo conhecido de então. Nesse caso, fica mais marcante sua função de guia, aguardando toda a sua vida, para enfim trazer Ulisses de volta para seu *Oikos*, sua esposa Penélope e seu filho Telêmaco.

### **Se a hospitalidade fosse uma personalidade**

A segunda questão do exercício, se a hospitalidade fosse uma personalidade, teria Madre Tereza, Gandhi e Dalai Lama como seus representantes, os mais citados no estudo. Mas também são mencionados: Buda, o Papa e Irmã Dulce. Assim, na ordem do visível, a hospitalidade seria um líder espiritual. Entretanto, todos esses líderes espirituais têm um perfil com características semelhantes, que na ordem do invisível pode ser identificado com o cuidado com o outro, com uma visão pacífica e de solidariedade.

Analisando-se os valores primordiais da hospitalidade - abrigo e alimentação--, essas personalidades poderiam estar representando o alimento do espírito, provavelmente relacionadas à visão de caridade e generosidade cristã, de “fazer o bem sem olhar a quem”, “dar de comer, de beber e abrigo, graciosamente, a quem tem fome, sede ou frio”. Nessa linha pode se identificar as posições de Boff (2005), Isabel Baptista (2002) e mesmo de Montandon (2003) que associam hospitalidade e solidariedade. Boff vai dizer:

quando executada em sua plenitude, a hospitalidade e a convivência revelam aquilo que ocultam: a lógica do universo e da vida. Hospedar a estrangeiros, forasteiros, pobres e necessitados e conviver, mesmo por um momento, com eles, é realizar a estrutura básica do universo. Ela é feita de teias de inter-retro-relações e de cadeias de solidariedades includentes. (p.96)

Telfer (2004), por sua vez, identifica três tipos de hóspedes e por decorrência, três tipos de hospitalidade. Aqui nos interessa a do segundo tipo, do “Bom Samaritano”, dada sua imediata identificação com o tipo de personalidade escolhida para representar a hospitalidade. Diz Telfer: “os casos mais evidentes desse tipo de hospitalidade são aqueles em que o hóspede é um estranho e a única razão possível para oferecê-la é a percepção da necessidade do outro”. (TELFER, 2004, p. 66)

Um segundo grupo de respostas agrupa personalidades da área de comunicação: Xuxa, Ana Maria Braga, William Bonner e Fátima Bernardes, Walt Disney e a avó da Casa do Pão de Queijo. Na ordem do lisível, pode-se dizer que este grupo representa o “entre”, quem faz a passagem, traz o fora para dentro. Arautos, não mais do rei, mas do mundo todo, mensageiros, são comunicadores, isto é, tornam comum, compartilham os conhecimentos que pertencem a todos.

No figural, ambos, líderes espirituais e comunicadores, desempenham o mesmo papel simbólico, enquanto líderes, na orientação do rebanho, seja nos mistérios do coração, na dimensão espiritual e da solidariedade, seja no campo da informação e do conhecimento, dimensão da mente, e reproduzem assim, papel também reservado ao cão.

### **Se a hospitalidade fosse um lugar**

A resposta à terceira questão do exercício - Se a hospitalidade fosse um lugar, mostra que ela seria uma cidade, apesar da não ocorrência de duas respostas iguais, as referências a cidades somam o maior número de respostas. Cidades grandes, capitais, como Rio de Janeiro, São Luiz, Salvador ou mesmo Paris são citadas assim como Santos, Fernando de Noronha ou Cacha-Prego, pequena vila na Bahia. Outras respostas mostram que, além da cidade, a hospitalidade é lugar público. Uma parte das respostas aponta lugares de visitação, produzidos pela mão do homem: a praça, o jardim botânico, o Taj Mahal, as pirâmides de Gizé.

Na dimensão lisível, a hospitalidade se dá no espaço coletivo, onde as pessoas estão reunidas. No figural, pode-se dizer que a hospitalidade se dá no espaço construído pelos homens.

Aqui cabe discutir o entendimento de hospitalidade pública e privada, conforme utilizado por Brotherton e Wood (2004, p. 210-211). Esses consideram a hospitalidade privada, a



hospitalidade doméstica e a hospitalidade pública, a hospitalidade comercial.

Em nossa opinião, há necessidade de um novo olhar, que entende a hospitalidade pública como aquela que se encontra exatamente na fronteira dessas duas outras, isto é, a hospitalidade que não é comercial, no sentido de que não é paga (ao menos de modo direto e imediato) e que não é privada, pois que não se dá no espaço do doméstico. A hospitalidade pública vai se referir à hospitalidade dos espaços públicos. Daí a cidade, a praça, os lugares de visita.

Pode-se inferir aqui a noção da gratuidade da hospitalidade, donde as expressões “a rua é pública”, ou, também, como Castro Alves escreveu, “a praça, a praça é do povo, como o céu é do condor”, tema que foi retomado por Caetano Veloso e atualizado para “a praça, a praça é do povo, como o céu é do avião”.

A cidade é o lugar do coletivo, da construção humana. O lugar de viver que define o pertencimento e, portanto, o sentimento de integração e participação social.

Por fim, segundo o pensamento medieval, o homem é um peregrino entre duas cidades, a cidade de baixo, aqui onde estamos, e a cidade de cima, o reino dos santos. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988)

Um outro grupo de respostas para a questão - Se a hospitalidade fosse um lugar - apresenta concentração na identificação do lugar de hospitalidade com a casa, a casa da avó, a casa da mãe. Na ordem do lível associam-se aí os conceitos de ninho e cuidado, frente à relação materna, de amor incondicional.

As associações entre hospitalidade e lar são imediatas. Segundo Darke e Gurney (2004) o termo “hospitalidade” passou a ser utilizado de forma comercial para identificar uma ampla indústria de serviços, que associa a prática da hospitalidade comercial a uma extensão do lar, ou, em suas palavras, “uma simulação da visita ao lar de um anfitrião ideal, atento a todas as necessidades da visita.” (p. 112)

A casa e a cidade são, usando o conceito de Derrida de “palavras-noite” mencionado, *imagens-noite*, já que ambas abrangem amplo, mas mesmo simbolismo, que vai da idéia de centro do mundo, imagem do universo, até o seio materno, o ser interior, nossa alma. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988)

Pode-se lembrar aqui também de Hillman (1993), que diz “*a house is not a home*” e faz interessantes comparações entre cidade e alma ou casa e alma.

Com relação à “casa da avó”, ela parece identificar o verdadeiro conforto, a plena sensação de bem estar. A lembrança da casa da avó, então, teria também esse valor de identidade e autenticidade.

Assim, no figural, cidade e casa mostram-se imagens diferentes para a mesma concepção, já que a cidade é um dos símbolos da mãe a partir de seu aspecto de proteção e limite. Refúgio e seio maternal, é aqui que se desvela, de forma única, rompendo o paradoxo de Derrida, a hospitalidade incondicional.

### **Se a hospitalidade fosse um objeto**

A quarta questão do exercício trata da hospitalidade como um objeto. Na análise das respostas, duas dimensões se apresentam: a dimensão do receber e a dimensão do oferecer. Na dimensão do receber são citados: a mesa, o sofá, a cadeira de balanço, a rede de dormir. No lível, pode-se reconhecer a oferta do descanso, do pouso; tradução no figural, proteção, acolhimento e segurança.

Na dimensão do oferecer, os objetos mencionados são: xícara, cafezinho, taça de vinho, copo de água. Na ordem do lível, todos se resumem, no mundo simbólico, por sua forma, à taça, ou, mais precisamente, à copa, que se apresenta sob dois aspectos essenciais: como vaso da abundância, a cornucópia da fartura inesgotável ou como o vaso que contém a poção da imortalidade, o conhecimento.

No dicionário de Lexikon (p. 63), a copa, ou o cálice, recipiente que passa de mão em mão, quando se bebe, é símbolo de amizade e de solidariedade. Ex.: a cuia de chimarrão- conhecida como símbolo da hospitalidade do gaúcho.

No figural pode-se dizer que ambas as dimensões, de receber e de oferecer, reproduzem o acolhimento. Se os objetos de receber são muito explícitos, como a cama, ou a poltrona, por outro lado, os objetos de oferecer, associados à taça, reproduzem a abertura, a condição de conter, de também receber.

Mas, além disso, coloca-se de forma direta a associação com o conhecimento. Segundo Chevalier & Gheerbrant (1988) a associação da hospitalidade com a transmissão do conhecimento já se estabelece na primeira cerimônia do chá, onde a taça de chá é a oferenda de Yin-hi a Lao-Tse, que vai entregar-lhe o Tao-te-king.

No figural, o que chega é o que traz as notícias, e, portanto, o conhecimento do mundo.

### **Hermes e Héstia**

Montandon (1999) afirma que a hospitalidade é uma téoxenia, visto que a visita de um deus à casa de um mortal, para testar a hospitalidade, é tema universal que se encontra nos mitos

greco-romanos (como, por exemplo, o mito de Báucis e Filêmon), mas também em numerosos contos. Resumindo o enredo em termos simples: um deus decide visitar os homens. Incógnito, pede pouso ou alimento e é mal recebido, a seguir, é bem recebido. Pune os primeiros e recompensa os últimos. Esse mito fornece uma representação arcaica do caráter sagrado do hóspede e indica sua proteção divina.

Todas essas reflexões culminam em dois mitos greco-romanos, que ampliam a explicação das relações de hospitalidade- Hermes (ou Mercúrio) e Héstia (ou Vesta).

Hermes é um deus complexo, deus das viagens, está presente em cada pedra (*hermai*) do caminho, assinalando por onde seguir. Deus das passagens, simboliza a troca entre o céu e a terra. Mensageiro dos deuses leva uma boa palavra, uma boa nova em grego *euaggélion* (isto é, evangelho). É sabedoria e consciência do saber. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988)

“Hermes é, ao mesmo tempo, o deus do hermetismo e da hermenêutica, do mistério e da arte de decifrá-lo”. (p.488) De modo objetivo, representa o conhecimento “vindo dos quatro pontos cardeais e de todos os níveis de existência”. De modo subjetivo, representa o entendimento humano, “os múltiplos aspectos ou interpretações que tomam a palavra no espírito das pessoas, todas igualmente convencidas de que entenderam bem”. (p.488)

Héstia, a deusa virginal, é responsável por manter aceso o fogo sagrado do “lar” e da cidade. Assim como o fogo sagrado no meio da casa, Héstia permanece imóvel no centro do Olimpo, sendo considerada o princípio abstrato de lar. Aquela que recebe, aquela que acolhe, aquela que alimenta, sem ser fecundadora, aquela que sustenta a vida nutriz. Toda realização e prosperidade avança sob seu domínio. (CHEVALIER & GHEERBRANT, 1988)

Cultuada em todas as casas dos homens e nos templos de todos os deuses, nenhum lar, nenhum templo, ficava santificado sem a sua presença. Ao contrário de outros deuses, sua representação não ocorria na forma humana, mas sim pela chama viva no centro do lar, do templo, da cidade, sendo seu símbolo um círculo, pois suas primeiras lareiras eram redondas, assim como seus templos.

Ambos, Hermes e Héstia, se associavam na proteção de um espaço sagrado, enquanto o primeiro protegia o exterior, a segunda guardava o espaço interior. O pilar e o anel, ou círculo, representam os princípios masculino e feminino, respectivamente.

### **A alegoria da Hospitalidade**

A seguir, apresenta-se interessante alegoria da hospitalidade, datada do século XVI, onde se pode verificar a presença de alguns elementos envolvidos nesta discussão.



« Allégorie de l'Hospitalité. »  
Iconologie de Cesare Ripa, planche LXVII (1593).

Em primeiro lugar, nota-se a representação do sexo feminino, com uma postura benfazeja, de oferecimento, de acolhimento, tanto à criança, como ao peregrino.

Segundo Ripa (apud SCHÉREER, 1993, p. 13), esses são seus hóspedes preferidos “um, não podendo ganhar a vida em razão de sua tenra idade e o outro só podendo conseguir com dificuldade, visto estar fora de seu país”. Este último, simbolizado à sua direita, com a concha que o identifica como piedoso do Caminho de Santiago e que, por extensão, pode-se identificar também com o turista, o que viaja ou vem pelos caminhos (*per+agri-* pelos campos) À sua esquerda, à criança carente, representada sem vestes e que não pode buscar sua segurança e nem seu próprio sustento, oferece a cornucópia plena de frutas. Também de acordo com Ripa ( apud SCHÉREER 1993, p. 13), o outro símbolo,

a cornucópia da abundância é um emblema de múltiplas significações, provém da cabra Amaltea, que amamentou e depois foi amante de Zeus, que a leva ao Olimpo com seu corno fecundo com tesouros abundantes. Mas é também o emblema da fortuna e, mais o da vida, da fecundidade, da própria sexualidade.

Figura generosa, de gestos amplos, braços abertos num abraço acolhedor, com um meio sorriso- ambos- sorriso e abraço- exemplos, hoje, da hospitalidade.

### **Considerações finais**

Nestes tempos “complexos e frágeis em que vivemos” (BAPTISTA, 2005, p.11) a hospitalidade aponta para um modelo de relação, a ser resgatado, no qual se compartilha

cuidados e conhecimentos, na qual se aguarda e atenta para o outro.

O estudo mostrou que há fortes associações entre os elementos pesquisados e que os grandes temas da hospitalidade, dada sua condição arquetípica, aparecem mesmo nos elementos mais prosaicos. Conteúdos presentes, latentes, nestes tempos de pressa e desatenção, apontam o vínculo indissolúvel entre a hospitalidade e a comunicação, porque relação de um com outro.

Por sua vez, a hospitalidade doméstica está na base do mito, lugar primeiro de sua realização. Boff, Montandon e outros autores utilizaram-se do mito para definir a hospitalidade, ao menos em seu sentido dito original. Em certo sentido, a “novidade” hospitalidade ainda requer sua documentação, com a volta às origens do mito. Por fim, coloca-se o desafio de se buscar as imagens e o simbólico de uma hospitalidade brasileira.

## Referências

BAPTISTA I. **Lugares de hospitalidade**. In DIAS, C. (ORG) Hospitalidade, reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

BAPTISTA, I. Para uma geografia de proximidade humana. **Revista Hospitalidade**. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 2, p.11-22, 2.sem. 2005.

BOFF, L. **Virtudes para um outro mundo possível**, vol I: Hospitalidade: direito e dever de todos. Petrópolis: Vozes, 2005.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1992.

BROTHERTON, B. Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**. Bradford, 1999, p. 165-173.

CHEVALIER, J. GHEERBRANT, A. **Dicionário de Símbolos**. Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

CIRLOT, J.E. **Dicionário de Símbolos**. São Paulo: Editora Moraes, 1984.

DARKE, J. GURNEY, C. Como alojar? Gênero, hospitalidade e performance. In LASHLEY, C. MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

DERRIDA, J. DUFOURMANTELLE, A. **Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar de hospitalidade**. Rio de Janeiro: Escuta, 2003.

DETHLEFSEN, T.; DAHLE, R. **A doença como caminho**. São Paulo, Cultrix, 1997.

FADIMAN, J.. FRAGER, R.. **Teorias da Personalidade**. São Paulo, Harper & Row do Brasil, 1979.

GIDRA, G. **Reconstruções metodológicas como contribuições para uma disciplina da hospitalidade**. Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) UAM, São Paulo, 2005.

HILLMAN, J. **Cidade e alma**. São Paulo, Nobel, 1993.

LASHLEY, C. MORRISON, A. (Orgs) **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

LEXIKON, H. **Dicionário de símbolos**. São Paulo, Cultrix, 2004.

MONTANDON, A. Hospitalidade: ontem e hoje. In DENCKER, Ada F.M. BUENO; M.S. (Orgs) **Hospitalidade**: Cenários e Oportunidades. São Paulo: Pioneira-Thomson, 2003.

MONTANDON, A. (dir.) **Mythes et Représentations de l'hospitalité**. Clermont Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal, 1999.

SELWYN, T. Uma antropologia da hospitalidade. In LASHLEY, C. MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

SCHÉRER, R. **Zeus hospitalier-éloge de l'hospitalité**. Paris, Armand Colin, 1993.

TELFER, E. A filosofia da "hospitabilidade". In LASHLEY, C. MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

VASCONCELOS, M. **A marca que você é**: criando marcas pela percepção do cliente. São Paulo: Arte & Ciência, 2003.