

META-HOSPITALIDADE: UM ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS

VANUZA BASTOS RODRIGUES

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

DIEGO RIBEIRO SANTOS

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

ALAN APARECIDO GUIZI

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

ELIZABETH KYOKO WADA

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à orgão de fomento:

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001

META-HOSPITALIDADE: UM ESTUDO DE CASOS MÚLTIPLOS

Introdução

Para analisar os encontros entre as pessoas faz-se necessário ir mais além, nos domínios social e comercial, ambientes inóspitos e, às vezes, hostis. Com base nisso, ressalta-se a análise de Camargo (2015) que sinaliza a sociedade contemporânea com dificuldades em concretizar vínculos sociais duradouros, indo ao encontro dos estudos de Bauman (2007) sobre as transformações sociais no mundo da fase “sólida” para a fase “líquida”. Porém, a Hospitalidade segue como mediadora das relações entre as pessoas e, delas, com as organizações.

Problema de Pesquisa e Objetivo

identificar ações que podem ser aceitas como manifestação de meta-hospitalidade a partir da análise de dados empíricos integrantes de duas pesquisas distintas de tese de doutorado do programa de pós-graduação em Hospitalidade de uma mesma instituição de ensino superior.

Fundamentação Teórica

Lugosi (2008, p. 4) traz para a discussão, no âmbito da Hospitalidade, “os estados temporários de mutualidade que são diferentes das manifestações racionais de hospitalidade”, inserindo nos estudos das relações hospitaleiras o conceito de meta-hospitalidade. Isso para aprimorar as diferenças existentes nos encontros hospitaleiros que são observados nas experiências vivenciadas nos ambientes comerciais. Para o autor, a meta-hospitalidade não se prende somente nas relações de anfitrião-hóspede ou provedor-cliente e, sim, na inversão de papéis momentânea que pode ocorrer em determinadas situações

Metodologia

Trata-se, portanto, de um estudo de casos múltiplos (Yin, 2017) de cunho qualitativo, que para a análise dos dados, reconhecidos aqui como secundários, utilizou-se como técnica de tratamento de dados a Análise de Conteúdo, sob a perspectiva de Bardin (1977).

Análise dos Resultados

Identificou-se em ambas as teses analisadas ações que podem ser entendidas como ocorrências da meta-hospitalidade. Tanto na tese ‘A’ quanto na tese ‘B’ os relatos apresentaram experiências e lembranças envoltas não somente pela hospitabilidade e pelas emoções, destacando-se dentre aquelas retidas na memória dos entrevistados: a tristeza, a satisfação, o medo, a raiva, a ansiedade, a alegria, o estranhamento e a felicidade. Depreende-se, portanto, como meta-hospitalidade o acolhimento das emoções, sentimentos e afetos, as trocas emocionais e de papéis entre anfitriões e hóspedes.

Conclusão

Supõe-se que a meta-hospitalidade seja mais aparente e interessante em culturas onde as emoções sejam mais evidentes e externadas, por isso mesmo, instigante para investigação por pesquisadores brasileiros.

Referências Bibliográficas

Lugosi, P. (2008). Hospitality spaces, hospitable moments: Consumer encounters and affective experiences in commercial settings. *Journal of Foodservice*, 19(2), 139-149. Lugosi, P. (2009). The production of hospitable space: Commercial propositions and consumer co-creation in a bar operation. *Space and Culture*, 12(4), 396-411. Poulston, J. (2015). Expressive labour and the gift of hospitality. *Hospitality & Society*, 5(2), 145-165. Godovykh, M., & Tasci, A. D. (2022). Emotions,

feelings, and moods in tourism and hospitality research: Conceptual and methodological differences.
Tourism and Hosp