

Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social

Instituto de Psicologia

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

**Hospedagem domiciliar na cidade do Rio de Janeiro:  
o espaço de encontro entre turistas e anfitriões.**



**Dissertação de Mestrado**

Orientadora: Ruth Machado Barbosa

Co-orientador: Davis Gruber Sansolo

Co-orientadora: Marta de Azevedo Irving

**Ana Bauberger Pimentel**

Rio de Janeiro, maio de 2007

Ana Bauberger Pimentel

**Hospedagem domiciliar na cidade do Rio de Janeiro:  
o espaço de encontro entre turistas e anfitriões.**

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social.

Orientadora: Ruth Machado Barbosa

Co-orientador: Davis Gruber Sansolo

Co-orientadora: Marta de Azevedo Irving

Rio de Janeiro, maio de 2007

A Fábio, por ter me encontrado.

## AGRADECIMENTOS

Às professoras Ruth Machado Barbosa e Marta Irving, pela atenciosa orientação;

Ao professor Davis Gruber Sansolo, por ter me acolhido de forma tão hospitaleira, e por ter me dado o presente da teoria da dádiva;

Ao professor Paul Lynch, por compartilhar comigo o fascínio pelo tema, e por ter gentilmente me enviado vários de seus artigos;

A professora Rosane Prado, por suas contribuições durante um instigante curso na UERJ;

Aos colegas de estudo e pesquisa, pela criação de um ambiente favorável a ricas trocas;

À Priscila Cabral, pela ajuda na transcrição das fitas;

Aos entrevistados na pesquisa, que me permitiram tantos encontros agradáveis;

Aos gestores e consultores de empresas e projetos de hospedagem domiciliar, pelo auxílio a essa pesquisa com valiosas informações, mas sobretudo pelo desenvolvimento da atividade no Brasil;

A Antonio Lombardo, que primeiro me apresentou ao *bed and breakfast*;

Aos amigos próximos e queridos, por me fazerem entender a importância dos vínculos;

Aos meus pais e minha avó, por todo o apoio, indispensável;

"Não vos esqueçais da hospitalidade, porque por ela alguns, não o sabendo, hospedaram anjos."

(Epístola aos Hebreus, 13:2)

"A vida é a arte do encontro, embora haja tanto desencontro pela vida."

(Vinícius de Moraes)

## RESUMO

Partindo do olhar da dádiva e hospitalidade, este trabalho aborda o encontro entre turistas e anfitriões no modo de hospedagem domiciliar, especialmente o de tipo *bed and breakfast* (ou cama e café) na cidade do Rio de Janeiro, e seu objetivo é examinar a relação de hospitalidade entre turistas e anfitriões que se estabelece por meio desse sistema. Por permitir uma experiência diferenciada no turismo, a existência de espaço de encontro, entendido aqui como relação interpessoal onde ocorra a hospitalidade e a dádiva, entre turistas e anfitriões mostra-se um fator de extrema relevância, principalmente quando visto sob o prisma da sustentabilidade. O estudo e análise dessa relação pode contribuir para seu maior conhecimento, sistematização e valorização. A pesquisa, ainda, inicia um trabalho de sistematização da atividade, incluindo um breve banco de dados de alguns casos no Brasil e um panorama das redes em atuação no Rio de Janeiro. A relação de hospitalidade entre hóspedes e anfitriões que ocorre nesse sistema de hospedagem, examinada nessa pesquisa, possui, assim, uma extrema importância na constituição de uma experiência integral do turismo, na perspectiva da sustentabilidade.

## ABSTRACT

In adopting the gift theory and hospitality approach, this work comprises the meeting between tourists and hosts in homestays accommodation, especially in bed and breakfasts, in the city of Rio de Janeiro. The purpose of this work is studying the hospitality relationship between tourists and hosts that occurs through this process. For providing a differentiated experience in the tourism activity, the existence of a space of meetings – understood here as an interpersonal relationship where hospitality and gift between tourists and hosts happens – this is an extreme relevant feature, mainly when sustainability is taken into account. The analysis of this relationship can enlarge the knowledge, systematization and value of this event. This investigation also begins the codification of this activity, including a brief database of some cases in Brazil and a scenario of the networks in performance in Rio de Janeiro city. The relationship of hospitality established between guests and hosts in this system of accommodation represents, thus, a great contribution for the organization of an entire tourism experience in the perspective of sustainability.

## SUMÁRIO

1. Introdução .....	
1.1. O encontro com o tema .....	
Contextualizando o turismo.....	
1.2.1 Alternativas de valorização do encontro e meios de hospedagem.....	
1.1.1. Turismo, alteridade e encontro.....	
1.2. Pesquisando turismo e hospedagem domiciliar .....	
2. Hospedagem Domiciliar.....	
2.1. <i>Bed and Breakfast</i> (cama e café) .....	
2.2. A hospedagem domiciliar no Brasil .....	
2.3. A hospedagem domiciliar no Rio de Janeiro .....	
3. Dádiva e Hospitalidade .....	
3.1. Marcel Mauss e o <i>Ensaio sobre a Dádiva</i> .....	
3.2. A dádiva na sociedade contemporânea .....	
3.3. Hospitalidade e dádiva .....	
4. Metodologia .....	
4.1. Em busca do campo de estudo .....	
4.2. "Prefiro assim: casa" - As entrevistas exploratórias .....	
4.3. Revisando a metodologia .....	
5. <i>Bed and Breakfasts</i> e relações de hospitalidade .....	
5.1. O encontro com os entrevistados .....	
5.1.1. Contexto de pesquisa - extratos do Diário de Campo	
5.2. Análise das entrevistas .....	
5.2.1. Interações e relações interpessoais .....	
5.2.2. Diferenciais na relação	
5.2.3. Lar e Acolhimento .....	
5.2.4. Restrições à privacidade .....	
5.2.5. Limites e Regras	
5.2.6. O encontro: dádiva e hospitalidade .....	
6. Considerações finais .....	
7. Referências .....	
Anexo 1 - Roteiro de entrevista - Anfitriões .....	
Anexo 2 - Roteiro de entrevista - Hóspedes .....	

Anexo 3 - Questionário de perfil da rede Cama e Café .....	
Anexo 4 - Carta de Compromisso	

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Características de meios de hospedagem sustentáveis .....	17
Quadro 2 - Casa privada Verso Hotel.....	19
Quadro 3 - Contatos culturais entre turistas e anfitriões.....	25
Quadro 4 - Hospedagem comercial e tipos de casas turísticas.....	35
Quadro 5 - Países "Top 10 CouchSurfing" .....	40
Quadro 6 - Informações do anfitrião.....	51
Quadro 7 - Perfil do público do Cama e Café.....	52
Quadro 8 - Perfil dos anfitriões entrevistados.....	80
Quadro 9 - Perfil dos hóspedes entrevistados.....	81

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho, inscrito no eixo de pesquisa *Comunidades, Desenvolvimento, Meio Ambiente e Inclusão Social* do Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (Instituto EICOS) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), pretende tratar de alguns conceitos, questões e práticas relativas ao sistema de hospedagem domiciliar no Brasil, mais especificamente, na cidade do Rio de Janeiro.

Partindo do olhar da psicossociologia, dádiva e hospitalidade, o estudo aborda o encontro entre turistas e anfitriões no modo de hospedagem domiciliar, especialmente o de tipo *bed and breakfast* (ou cama e café) nesta cidade. O objetivo deste trabalho é, portanto, o de examinar a relação de hospitalidade entre turistas e anfitriões que se estabelece por meio desse sistema.

A questão central que essa pesquisa pretende responder é: "Como acontece o encontro entre turistas e anfitriões nas hospedagens domiciliares de tipo *bed and breakfast* existentes na cidade do Rio de Janeiro?" O encontro aqui será entendido como relação interpessoal onde ocorra a hospitalidade e a dádiva.

Por permitir uma experiência diferenciada no turismo, a existência de um encontro entre turistas e anfitriões mostra-se um fator de extrema relevância, principalmente quando visto sob o prisma da sustentabilidade. A criação de um espaço para o encontro é um diferencial na implementação e gestão de produtos, projetos e empreendimentos, tanto em meios de hospedagem como em outros setores da atividade turística. O estudo e análise dessa relação, assim, pode contribuir para seu maior conhecimento, sistematização e valorização.

A existência de um sistema de hospedagem domiciliar de modo estruturado e formal é recente no Brasil. Sua prática vem, aos poucos, despertando a curiosidade e o interesse do público em geral, e dos profissionais da área em particular. Novas experiências de implementação desse sistema estão sendo constantemente criadas em todo território nacional.

No entanto, esse é um tema ainda pouco explorado pela literatura técnica e acadêmica, principalmente em âmbito nacional, mas também internacionalmente. Por sua novidade, esse não é um campo com definições claras e demarcadas. Ainda não há

consenso sobre definições e regulamentação, nem existe um panorama do estado da arte da atividade. Para esse trabalho, portanto, foi necessário um exaustivo trabalho de pesquisa para que, antes que qualquer análise pudesse ser realizada, a atividade fosse contextualizada no Brasil.

Deve-se ainda ressaltar que, por ser um campo bastante fluutuável e pouco estável, mudanças significativas ocorreram durante a duração da pesquisa, iniciada em março de 2005 e concluída em maio de 2007. Algumas mudanças tiveram conseqüências diretas na definição da metodologia, como mudanças de gestão e alterações constantes no número de participantes cadastrados nas redes pesquisadas. Além disso, o interesse da Prefeitura do Rio de Janeiro no sistema, por conta da exigência de novos leitos para atender a demanda causada pelo XV Jogos Panamericanos do Rio de Janeiro (PAN 2007), faz com que novos documentos sobre o sistema de hospedagem venham sendo constantemente construídos e divulgados.

Outras dificuldades também se mostraram presentes, como o fluxo ainda relativamente baixo de turistas nas redes pesquisadas e a sazonalidade intrínseca da atividade, atrasando a conclusão da fase de entrevistas dessa pesquisa, e a indisponibilidade de alguns gestores, possivelmente desconfiados com os propósitos e objetivos da pesquisa.

No entanto, esse trabalho é um retrato da atividade em um período determinado, e além de trazer discussões teóricas e de conceitualização, inicia um trabalho de sistematização da atividade, incluindo um breve banco de dados de alguns casos no Brasil e um panorama das redes em atuação no Rio de Janeiro. Além disso, a relação de hospitalidade entre hóspedes e anfitriões que ocorre nesse sistema de hospedagem, examinada nessa pesquisa, possui uma extrema importância na constituição de uma experiência integral do turismo, na perspectiva da sustentabilidade.

Acredita-se, assim, que o poder público deve estar atento às experiências de implementação desse tipo de meio de hospedagem no Brasil, dando suporte e apoio às iniciativas existentes, assim como estimulando o desenvolvimento de novos projetos. E para que essas ações sejam consistentes e eficazes, urge-se que pesquisas, estudos e análises a respeito sejam produzidas e divulgadas.

Pretende-se, portanto, dessa forma, contribuir para a construção de um referencial teórico que sirva de base às políticas estratégicas no setor. Espera-se, então,

ampliar o debate da prática, planejamento e gestão do sistema de hospedagem domiciliar no Brasil, suscitando novas questões e apontando novos caminhos.

### 1.1. O encontro com o tema

Antes de me enveredar pela discussão e pesquisa acadêmica, há necessidade de se relatar parte da história da minha relação com o tema e, portanto, da minha implicação nesta pesquisa. Em 2000, fui para Roma, na Itália, cursar um *Master* em Turismo e Hotelaria na *Scuola Internazionale di Scienze Turistiche*, como bolsista da Organização Mundial de Turismo - OMT. Na época, havia me formado há pouco tempo em História e a minha experiência profissional em turismo era quase nenhuma. Como eu não tinha fluência em italiano, decidi ir para a Itália três meses antes do início do curso para treinar o idioma.

2000 foi o ano do Jubileu<sup>1</sup> e a cidade não estava preparada para receber tantos visitantes (estima-se cerca de 40 milhões). Para enfrentar o problema da insuficiência de leitos em hotéis, o governo entrou em campanha pela expansão do sistema *de bed and breakfast* na capital e também nas outras cidades e províncias que seriam indiretamente atingidas. Segundo Masini (2001, p. 32), "(...) o *bed and breakfast* se difunde de maneira significativa no país apenas no último triênio, sob o estímulo da emergência do Jubileu 2000."<sup>2</sup> Foi a primeira vez que ouvi falar do tema de uma forma mais técnica e sistêmica.

Meus amigos italianos estavam particularmente envolvidos com a questão. Eles trabalhavam como consultores de desenvolvimento local e turismo e estavam elaborando um projeto de implementação de uma rede de *bed and breakfast* na sua região de origem, a Calábria, sul da Itália. Acabei me envolvendo com o projeto, fascinada pelas vantagens e possibilidades que esse sistema acenava ter, tanto para a

---

<sup>1</sup> Na tradição católica o Jubileu, também chamado "Ano Santo", é um grande evento religioso, que atrai peregrinos do mundo inteiro. É o ano da remissão dos pecados e das penas pelos pecados. O Jubileu do ano 2000 assume uma importância especial porque também se celebra os dois mil anos de nascimento de Cristo.

<sup>2</sup> Todos os textos em idioma estrangeiro, assim como os trechos de entrevistas em outros idiomas, serão traduzidos livremente e a transcrição original será incluída na forma de nota de rodapé.  
No original: "(...) il *bed and breakfast* si diffonde in maniera significativa nel paese sollo nell ultimo triennio, sotto la spinta dell emergenza del Giubileo 2000."

comunidade onde era implementado, como para os turistas<sup>3</sup>. Foi assim que participei da fundação e gestão da rede de *bed and breakfast Associazione Magna Grecia*<sup>4</sup>, ação integrante de um projeto de desenvolvimento local e distribuição de renda através do turismo na Calábria, com o apoio da União Européia<sup>5</sup>.

Após três anos na Europa, no início de 2003, decidi retornar ao Brasil. O que mais me motivava era a possibilidade de aplicar os conceitos e práticas aprendidos à realidade brasileira. Inicialmente pensava em formar uma rede de *bed and breakfast* no Rio de Janeiro partindo do zero, nos moldes da *Associazione Magna Grecia*. No entanto, por uma estranha sincronicidade, acabava de ter sido formada em Santa Teresa, Rio de Janeiro, a rede Cama e Café, primeira rede de *bed and breakfast* formal no Brasil. Tornei-me, então, Coordenadora de Relacionamentos, e um pouco após, Gerente de Turismo Sustentável da empresa, onde permaneci até julho de 2005.

## 1.2. Contextualizando o turismo

A atividade turística tem se apresentado com uma enorme importância nos últimos anos. Ela provoca a circulação de milhões de pessoas através de diferentes lugares. O turismo tem sido visto por muitos estudiosos e políticos como a salvação para economias mais frágeis e para a proteção e a manutenção do patrimônio natural e cultural.

Durante os anos de 1990, final do século XX, a World Travel and Tourism Council (WTTC) estimava que o setor turístico, categorizado por este órgão, como indústria, era a maior do mundo. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT)<sup>6</sup>, neste início de século, o turismo gera, direta ou indiretamente, 204 milhões de empregos, ou seja, mais de 10% da mão-de-obra disponível no mundo. Ele é responsável por cerca de 6% de todas as exportações mundiais, incluindo serviços e

---

<sup>3</sup> Não estabelecerei uma distinção entre viajantes e turistas. Penso que isso se justifica a partir de uma argumentação encontrada em Urbain (1997), que problematiza histórica e criticamente os dois termos. Basearei-me também na definição oficial de turismo pela Organização Mundial de Turismo -OMT ("Turismo compreende a atividade de pessoas viajando para e hospedando-se em locais que não os de residência usual por não mais do que um ano consecutivo, a lazer, negócios ou outras razões." - Tourism comprises the activities of persons traveling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes.) e considerarei, portanto, turista quem pratica o turismo.

<sup>4</sup> Vide: <http://www.magnagreciavacanze.it/>

<sup>5</sup> UNIÃO EUROPÉIA - POR Calabria 2000/2006 ASSE I - MISURA 1.10 - Ação b (Fundo FESR).

produtos. Quando considerado apenas serviços, a fatia do turismo sobe para 30%. O turismo praticado no mundo é, predominantemente, doméstico, sendo que 80% dos deslocamentos ocorre internamente nos países, e a via terrestre é a mais empregada.

Ainda segundo a OMT<sup>7</sup>, as chegadas internacionais estão previstas a alcançarem cerca de 1.6 bilhões até o ano de 2020. Dessas, 1.2 bilhões serão interregionais e 378 milhões serão de viajantes de grande distâncias. No Brasil, estimativas indicam que em 2004, o país recebeu mais de 4,5 milhões de turistas internacionais<sup>8</sup>.

Os fatores de motivação, que propiciam esse movimento pelo mundo, são inúmeros. Alguns são facilmente detectados; outros, por serem mais subjetivos, são difíceis de ser avaliados. Assim, parece não ser mais possível ver o turismo de forma genérica, embora, historicamente, este tenha sido visto por vários campos profissionais como um conjunto de atividades ou transações financeiras, graças aos índices de crescimento econômico. Esse parece ser um olhar, no mínimo, reducionista.

Como uma das atividades mais visíveis do capitalismo consumista, o turismo global reflete e acentua disparidades econômicas, e está marcado por um fundamental desequilíbrio de poder. O turismo (e a cultura do turismo) nasceu nos países desenvolvidos do norte (CAZES, 1996). O autor nos recorda que as nações com baixa renda recebem menos de 2% das receitas do turismo mundial. Entretanto, os países menos desenvolvidos continuam ostensivamente, como classificam Turner e Ash (1975), "periferias do prazer", marginalizados política e economicamente. Mesmo dentro dos países desenvolvidos podem ser identificadas áreas periféricas.

O legado do imperialismo, a concentração de poder nas estruturas turísticas, a tendência de assumir uma relação dominante-subordinado, junto à expectativa de crescimento dos países desenvolvidos, tudo aponta para uma fundamental desigualdade e um processo de hegemonia do primeiro mundo, o qual se reflete nas relações locais de turista-anfitrião (NASH, 1989).

MacCannell (1989) iguala atrativo turístico<sup>9</sup> a uma resposta à modernidade, o que causaria uma ânsia, inevitavelmente infrutífera, por uma experiência única da sociedade. Cohen (1972) sugere que turistas buscam um "centro espiritual" que não é percebido em seus locais de origem. A promessa do desconhecido, do extraordinário e

---

<sup>6</sup> <http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITE.pdf>

<sup>7</sup> <http://www.unwto.org/facts/eng/vision.htm>

<sup>8</sup> [http://www.ecobrasil.org.br/pagina.asp?pagina\\_id=16&lng=p](http://www.ecobrasil.org.br/pagina.asp?pagina_id=16&lng=p)

<sup>9</sup> No original: sightseeing.

do que não é comum na vida diária levaria o visitante a um destino. Todos estes conceitos implicam um relacionamento entre a cultura do turista e o significado do local que é visitado.

Para Moesch (2002),

A ideologia, pertinente aos turistas, são visões do local a ser visitado, provenientes de informações totalitárias (sub-informações e a formação de pseudo-informações, que dão uma imagem ideal/lendária da localidade). A encenação e a camuflagem contribuem para criar um universo em que milhares de pseudo-informações louvam a excelência do sistema turístico.

Para Urry (1990), uma característica central das atrações turísticas é a idéia que o olhar do turista deve fornecer o contraste com o usual. O autor explica:

os objetos potenciais do olhar turista devem ser diferentes em alguma maneira ou em outra. Devem ser fora de comum. As pessoas devem experimentar particularmente os prazeres distintos que envolvem sentidos diferentes ou estão em uma escala diferente daqueles encontrados tipicamente na vida diária.<sup>10</sup> (*idem*, p. 12)

Pode se afirmar que os turistas, mesmo quando estão expostos a estímulos iguais, experimentam a atração de maneiras diferentes, o que pode ser explicado pela grande quantidade à complexidade da percepção visual. Como Urry (1990, p.128) argumenta, "nós não vemos literalmente as coisas. Particularmente como turistas nós vemos os objetos que são constituídos como sinais."<sup>11</sup>

MacCannell (1989, p.158) sugere que o turista tenta reter a representação do local visitado através da fotografia ou da compra de um *souvenir*, pois como "a atração própria não pode ser compradas, [eles] compram e levam para casa uma propaganda"<sup>12</sup>. A experiência turística é vendida baseando se na expectativa e na antecipação, e pode parecer não ser mais necessário mais viajar para experienciar trocas culturais. Embalase cultura de modo que possa interessar um maior numero de pessoas ansiosas para consumir ambos as manifestações físicas e imateriais, inclusive bem longe do seu local cultural original. Urry (1990, p.3) afirma, de modo pertinente, que

<sup>10</sup> No original: "Potential objects of the tourist gaze must be different in some way or other. They must be out of the ordinary. People must experience particularly distinct pleasures which involve different senses or are on a different scale from those typically encountered in everyday life".

<sup>11</sup> No original: We do not literally see things. Particularly as tourists we see objects which are constituted as signs.

<sup>12</sup> No original: "the attraction itself cannot be purchased, [they]...buy and take home an advertisement".

os lugares são escolhidos para serem olhados porque há uma antecipação, especialmente através de sonhos e fantasias, de prazeres intensos, em uma escala diferente ou em envolvendo sentidos diferentes daqueles encontrados habitualmente. Tal antecipação é construída e sustentada em uma variedade das práticas não turísticas, tais como filmes, tevê, literatura, revistas e vídeos, que constroem e reforçam esse olhar.<sup>13</sup>

Assim, a mídia turística pode de alguma maneira realçar o prazer da viagem, ao menos no estágio pré-viagem, da imaginação e fantasia. Entretanto, há também um perigo que tal saturação da mídia possa diminuir a experiência, removendo o impacto visual inicial da vista. Os turistas podem, dessa forma, ser privados do momento emocional mais intenso da viagem.

A marcha do capital internacional, investimentos transnacionais e tecnologia da informação e controle está desenvolvendo produtos turísticos "mcdonaldslizados" (RITZER E LISKA, 2000), e o chamado padrão global de negócios em turismo é inevitavelmente acompanhado por tentativas de imitar e assimilar padrões de comportamento social, linguagem, vestuário e culinária uniformes. Para estes autores, o quanto mais as diferenças culturais são utilizadas para atender as demandas dos turistas, maior o potencial para conflitos.

Reconhecendo as motivações de negócios e a ideologia capitalista, é útil considerar a realidade da comodificação cultural e comercialização. Comodificação é entendida como o processo no qual o modo de vida, tradições e o complexo simbolismo que dá base a eles são transformados em produtos vendáveis (Cohen, 1972). Para este autor, mesmo as culturas e pessoas mais inacessíveis estão sendo comoditizadas.

Em parte esse processo é explicado em vários graus em referencia ao pós-industrialismo, pós-fordismo, pós-modernismo. Em essência, a cultura torna-se de uso do consumismo e, como conseqüência, seus significados mais profundos, funções sociais e autenticidade tornam se superficiais. (MACCANNELL, 1989)

Sociedades são muitas vezes preparadas e mostradas com objetivos comerciais. Rituais religiosos, ritos étnicos e festivais são reduzidos e modificados para ir de acordo

---

<sup>13</sup> No original: "Places are chosen to be gazed upon because there is anticipation, especially through daydreaming and fantasy, of intense pleasures, either on a different scale or involving different senses from those customarily encountered. Such anticipation is constructed and sustained through a variety of non-tourist practices, such as film, TV, literature, magazines, records and videos, which construct and reinforce that gaze".

com as expectativas dos turistas, resultando no que MacCannell (*op. cit.*) chamou de "etnicidade reconstruída".

Uma das motivações preliminares do turismo moderno, segundo MacCannell (*idem*), é a busca por uma experiência autêntica. Isto, esse autor argumenta, é em parte o resultado da instabilidade e da inautenticidade da modernidade, que é caracterizada pela alienação, pela perda do sentido e pelo anseio do passado nostálgico. Este autor sugere também que a prática e motivações do turismo têm muito em comum com a experiência religiosa e conduta ritual.

A necessidade de experimentar um ambiente autêntico é o que Urry (1990) caracteriza como 'o olhar do turista'. O olhar do turista, argumenta, é estabelecido através da premissa da diferença, "construído em relação ao seu oposto" (*op cit*, p. 2). Entretanto, o olhar do turista, como nos lembra esse autor, é em si contingente das circunstâncias históricas e sociais.

A modernidade produz homogeneização, instabilidade e inautenticidade, e isso gera em algumas pessoas uma ânsia pelo oposto a isso. Os turistas procuram encontros autênticos com o outro - quanto maior a diferença, mais satisfatória é a experiência turística. (VAN DER BERGUE, 1994, p. 8)

Segundo MacCannel (1989), enquanto muitos turistas buscam o *depaysement* e exotismo cultural, outros estão buscando um lugar mais parecido o possível com seu lugar de origem, e com isso segurança e familiaridade. Hotéis de cadeias padronizados e *resorts* como o Club Med proporcionam exatamente isso, e não uma fuga da modernidade.

O grande paradoxo é que a maioria dos turistas procura autenticidade (MACCANNEL, 1989; COHEN, 1988) e a presença dos turistas destrói a autenticidade. Portanto, muitos turistas se incomodam com outros turistas e rejeitam a denominação, preferindo denominar-se viajantes, exploradores, aventureiros, peregrinos, etc. (VAN DER BERGUE, 1994; URBAIN, 1997). Ainda assim, turistas procuram a companhia de outros turistas, apesar da contradição de que quanto mais turístico um lugar, menos autêntico. Turistas ao mesmo tempo se repelem e se atraem.

### **1.2.1. Alternativas de valorização do encontro e meios de hospedagem**

Frente as questões que turismo o turismo na contemporaneidade suscita, algumas alternativas na perspectiva de valorização do encontro e da experiência integral se desenham. Segundo Moscardo (1996), duas grandes correntes estão ganhando força no século XXI - a primeira chama a atenção à maiores responsabilidades frente as pessoas e lugares anfitriões no turismo, e a segunda à maiores responsabilidades frente aos turistas. A primeira vem da preocupação sobre os impactos negativos que o turismo pode provocar, e geralmente provoca, no ambiente e na comunidade anfitriã, e leva a uma busca pelo turismo sustentável. A segunda corrente vem de mudanças nas demandas de marketing, o que resulta em aumentos das viagens independentes e, para os turistas, em um foco crescente em educação e desenvolvimento pessoal.

Assim, segundo Moscardo (1996), o desafio para a indústria turística é desenvolver produtos que são considerados divertidos e de valor para ambos hóspedes e anfitriões. Na perspectiva da sustentabilidade, Moscardo (1996) apresenta uma lista com as características principais de meios de hospedagem, conforme o Quadro 1.

Quadro 1

<b>CARACTERÍSTICAS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM SUSTENTÁVEIS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pequena escala;</li> <li>▪ Proprietários são moradores locais;</li> <li>▪ Garantem oportunidade de emprego à comunidade local;</li> <li>▪ Garantem outras oportunidades econômicas para a comunidade local;</li> <li>▪ Estão espalhados pela região ao invés de localizados somente ao lado das principais atrações turísticas;</li> <li>▪ Apresentam características, através do design ou das atividades oferecidas, que reflitam a região;</li> <li>▪ Estimulam a proteção do patrimônio da região através do uso de construções já existentes e criando oportunidades interpretativas e/ou educacionais aos hóspedes, encorajando-os a fazer atividades sustentáveis minimizando os impactos biofísicos;</li> <li>▪ Não impactam negativamente em outras indústrias ou atividades;</li> <li>▪ Oferecem uma experiência de qualidade para os hóspedes;</li> <li>▪ Devem ser economicamente viáveis (negócios de sucesso).</li> </ul>

(MOSCADO 1996)

Apesar de ser de certa forma pouco tangível e verificável, a lista pode dar uma pista das características que se deve procurar em meios de hospedagem ao tentar avaliar a sua sustentabilidade. Tratando-se do meio de hospedagem *bed and breakfast*, algumas características levantadas na lista são contempladas. Por exemplo, os *bed and breakfast* são necessariamente de pequena escala, os proprietários são necessariamente moradores locais, portanto, oportunidades de empregos estão sendo geradas, estão espalhadas pela região, etc.

Segundo o Ministério do Turismo (2006), o *bed and breakfast* apresenta-se integrado ao conceito de turismo sustentável de acordo com os aspectos abaixo:

- Impacto ambiental reduzido: em sua maioria, a fórmula não prevê a construção de novas estruturas. A hospedagem se realiza nas casas dos habitantes locais, limitando a proposta somente à capacidade de recepção do lugar;
- Integração da renda: o dinheiro que deriva do movimento turístico vai diretamente às famílias e às comunidades locais, favorecendo a circulação de moeda em localidades de difícil acesso;
- Integração: a estrutura em rede também estimula a troca de experiências e conhecimentos entre os habitantes de uma comunidade, favorecendo a integração de serviços das práticas profissionais: transporte, tours turísticos, artesanato, produção de produtos típicos, etc;
- Intercâmbio cultural: o b&b cria espaços de encontro entre os turistas e os habitantes locais, dando vida a um puro e espontâneo intercâmbio cultural, estimulado pela convivência direta e cotidiana entre hospede e empreendedor. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006)

Uma vez que o negócio utiliza cômodos já existentes na residência, a sua implementação tende a ser viabilizada rapidamente, inclusive utilizando a mão-de-obra dos moradores. A percepção do Ministério do Turismo (2006) é que sua operação viabiliza o turismo sustentável ao evitar, ou pelo menos retardar, o surgimento de grandes empreendimentos de hospedagem, sobretudo em áreas rurais e cercanias de unidades de conservação.

Já características como a criação de oportunidades interpretativas e /ou educacionais, e a oferta de experiência de qualidade para o turista dependem mais de estrutura para estrutura, mas de modo geral, parecem estar mais presentes em *bed and breakfasts* do que em outros meios de hospedagem tradicionais, como hotéis.

Sobre essa diferença, Lynch (2000) estabeleceu um quadro comparativo (quadro 2), levantando aspectos como a natureza da atividade, sua justificativa e privacidade encontrada pelos turistas.

Quadro 2

<b>Casa Privada Verso Hotel</b>	
<b>Casa Privada</b>	<b>Hotel</b>
Sincrônica	Assincrônica
Economia da dádiva	Atividade calculável
Redundâncias massivas	Eficiência
Justificativa em sua continuidade	Justificativa em metas comerciais
Oposto a organização comercial	Oposto a residência privada
Privacidade limitada	Privacidade comprada

(Lynch, 2000. Adaptado de Douglas, 1991)

Apesar de não haver pesquisa acadêmica ou técnica a respeito, com dados e resultados comprovados, entre empreendedores da área, técnicos e consultores, acredita-se que o sistema de hospedagem domiciliar, em comparação com outras formas de hospedagem, apresenta vantagens.

Entre elas o fato de que este não excede a capacidade de carga local, pois não exige novas construções; a renda é distribuída entre a comunidade; o modo associativo é estimulado; há um resgate dos modos tradicionais de moradia, alimentação, costumes, etc, o que se torna uma atração a mais para o turista; há um aumento da auto-estima da população local, a conservação urbana é estimulada (através de reformas nas fachadas, jardins, etc); cria-se uma nova opção de renda para quem está fora do mercado de trabalho; não há uma exigência que esta seja a única ocupação, ou ocupação principal, dos moradores, ou seja, quem administra esse meio de hospedagem pode manter sua ocupação tradicional e não fica dependente exclusivamente do turismo; não cria concentração de muitos turistas em um só local pois se atende apenas pequenos grupos; não exige grandes investimentos iniciais; é uma fórmula menos formal e vinculadora para turistas mais independentes; oferece uma recepção personalizada em uma atmosfera informal e descontraída e geralmente têm preços mais baixos e acessíveis.

Uma característica, no entanto, chama particularmente a atenção: a criação de um espaço privilegiado de promoção do encontro de qualidade entre hóspedes e

anfitriões. O *bed and breakfast* parece favorecer o intercâmbio cultural entre os turistas e os habitantes locais, estimulado pela convivência direta e cotidiana entre quem hospeda e quem é hospedado. A recepção do turista em uma estrutura domiciliar pode facilitar a troca de informações através de conversas, mas também, de um modo mais sutil, a observação do modo de vida de cada um.

Para Masini (2001, p. 42),

a maior parte das famílias hospedeiras se prodigia com simpática disponibilidade a fazer conhecer ao turista os atrativos do território, seja aqueles mais estritamente culturais-ambientais, seja aqueles menos conhecidos, mais "étnicos", menos turísticos, mais "íntimos".<sup>14</sup>

Ainda segundo o mesmo autor,

O particular tipo de turista interessado no *b&b* quer viver de maneira ativa o local no qual se encontra, respirar a cultura como uma interface autêntica, como apenas uma família que vive ali pode garantir. Nessa lógica, o *b&b* constitui uma modalidade de organização do sistema receptivo que, melhor do que qualquer outra, permite capturar esta demanda. O *b&b* permite uma forte identificação com a natureza local; permite, ou melhor, obriga a sentir-se em um lugar específico, não em um *alugar*, como com frequência acontece nos hotéis (especialmente naqueles de grandes dimensões, subjugados à forte homologação da cadeia a qual pertencem).<sup>15</sup>

Lynch (2004, p. 162) reforça essa idéia quando demonstra que

estudos, como os realizados por Stringer (1981) e Pearce (1990), identificaram *insights* acerca das realidades da vida familiar como uma atração chave para os hóspedes, particularmente para aqueles originários do estrangeiro. Assim, a acomodação domiciliar pode servir como um ícone cultural.

O turismo realizado do ponto de vista cultural, é realizado na escala humana e significa aprendizagem, encontro de pessoas. Age como estimulante da vitalidade, como fator educativo, como realização do direito ao lazer e como crescimento pessoal.

---

<sup>14</sup> No original: "La maggior parte delle famiglie ospitanti si prodigia con simpatica disponibilità per far conoscere al turista le attrattive del territorio, sia quelle più strettamente culturali-ambientali sia quelle meno note, più "etiche", meno turistiche, più "intime"."

<sup>15</sup> No original: "Il particolare tipo di turista interessato al *b&b* vuole vivere in maniera attiva il luogo in cui si reca, respirarne la cultura con un'interfaccia autentica, come solo una famiglia che vi abita gli può garantire. In questa logica, il *b&b* costituisce una modalità di organizzazione del sistema ricettivo che meglio di ogni altra permette di catturare questa domanda. Il *b&b* permette una forte identificazione con la natura locale; permette di, anzi costringe a, sentirsi in un luogo specifico, non in un *alugo*, come spesso accade negli alberghi (specialmente in quelli di grandi dimensioni, sottoposti alla forte omologazione della catena alla quale appartengono)."

Turismo pode ser diálogo entre culturas diversas, e a riqueza das culturas está em suas especificidades, nas diferenças. A sustentabilidade no turismo implica no estímulo à curiosidade e sensibilidade profundamente antropológicas: descobrir e apreciar as diferenças humanas e ambientais, e permitir que as próximas gerações também possam apreciar essas diferenças.

### 1.2.2. Turismo, alteridade e encontro

Quando alguém sai de sua casa, da sua rotina, vai conhecer novos lugares mas faz também um esforço intelectual e emocional para sair de si mesmo, conhecer o "outro". O conceito de "outro" será entendido da forma pela qual foi descrito por Todorov (1993, p. 3):

Posso conceber os outros como uma abstração, como uma instancia da configuração psíquica de todo o indivíduo, como o Outro, outro ou outrem em relação a mim. Ou então como um grupo social concreto ao qual nós não pertencemos. (...) Escolhi esta problemática do outro exterior, de modo um pouco arbitrário, e porque não podemos falar de tudo ao mesmo tempo, para começar uma pesquisa que nunca poderá ser concluída.

Para este autor, a relação com o outro se dá em três dimensões, em três planos, que podem ter relações e afinidades entre si. A primeira dimensão é o julgamento de valor: o outro é bom ou mau, gosto dele ou não gosto. Em um segundo momento vem a ação de aproximação ou de afastamento: adoto os valores do outro, me identifico, ou então assimilo o outro, impondo-lhe minha própria imagem (entre a submissão ao outro e a submissão do outro há ainda um terceiro termo, que é a neutralidade ou indiferença). Por último, há o plano epistemológico, ou seja, conheço ou ignoro a identidade do outro: aqui não há nenhum absoluto, mas uma gradação infinita entre os estados de conhecimento inferiores e superiores. (TODOROV, 1993)

Para Ianni (apud SERRANO, 2001, p. 37),

todas as formas de sociedade, compreendendo tribos e clãs, nações e nacionalidades, colônias e impérios, trabalham e retrabalham a viagem, seja como modo de descobrir o "outro", seja como modo de descobrir o "eu".

A viagem, portanto, pode ser vista como uma atividade não apenas de lazer ou de ruptura com o cotidiano, mas também como uma experiência de conhecimento do outro e da natureza e, ao mesmo tempo, como forma de auto conhecimento.

Para Vitule (2003, p.21),

viajar tem sempre um duplo significado: o deslocamento no espaço, ou seja, mudança de espaço físico, e um movimento interior, que tem como objetivo conhecer o "outro". (...) A viagem pode ser pensada como uma aventura: a aventura da descoberta do desconhecido, do diferente.

Ainda segunda essa autora, "pensar a viagem da perspectiva da diferença nos parece ser um caminho apropriado para tratar a questão da cultura. Viajar significa abrir-se para o mundo, conhecer novos lugares, pessoas e modos de vida." (*idem*)

Se, "viajar significa entrar em contato com a riqueza e a multiplicidade de formas de organização da vida social." (*ibidem*, p. 22), a viagem põe o viajante em contato mais próximo com a diversidade cultural.

O movimento da viagem põe o viajante em contato com realidades culturais próximas ou distantes, de seu modo de vida. (...) A comunicação entre povos e nações articula as diferentes culturas, as diversas formas de produção da vida social". (*ibidem*, p. 26)

A viagem, portanto, estreita o contato entre o "eu" e o "outro".

Quem viaja sai das imediações de seu contexto e experimenta a diversidade da vida social. Segundo Vitule (*ibidem*, p.24),

A viagem põe o viajante em contato mais direto com a diversidade: outras geografias, outras populações, outros costumes. A viagem, no concreto e no imaginário, traz para o universo do viajante o inusitado, o estranho, o diferente. É necessário que se reconheça a diversidade para que se compreenda a sociedade.

Os processos de interação - ações de uns relacionados às ações de outro - são processos considerados básicos da vida em sociedade. Indivíduos e coletividades relacionam-se em vários lugares e instituições, de diversas maneiras, a partir do princípio da reciprocidade. "É pela interação social que o indivíduo compreende a si mesmo e aos outros. É o processo de interação que constrói o sujeito, a sociedade e a cultura." (*ibidem*, p. 31) A cada cultura corresponde uma forma de estar no mundo. É a partir dessa forma que indivíduos e coletividades pensam o "outro", como estranho, diferente, estrangeiro.

A questão multicultural é o dilema entre o reconhecimento do particular e do universal, entre as pretensões de igualdade e da diferença. Para Hall (2003, p. 86), "Ele exige que pensemos para além das fronteiras tradicionais dos discursos políticos

existentes e suas 'soluções' prontas". O autor sugere que nos concentremos seriamente não na reiteração de argumentos estereis entre os críticos liberais e comunitários, mas em algo novo e formas novas de combinar a diferença e a identidade, trazendo para o mesmo terreno aquelas incomensurabilidades formais dos vocabulários políticos - a liberdade e a igualdade *junto com* a diferença, "o bem" e "o correto".

Ainda segundo Hall (*op. cit.*, p. 74), o hibridismo "trata-se e de um processo de tradução cultural, agonístico uma vez que nunca se completa, mas que permanece em sua indecibilidade.". Ele não é simplesmente apropriação ou adaptação; é um processo através do qual se demanda das culturas uma revisão de seus próprios sistemas de referencia, normas e valores, pelo distanciamento de suas regras habituais ou "inerentes" de transformação. "Ambivalência e antagonismo acompanham cada ato de tradução cultural, pois o negociar com a "diferencia do outro" revela uma insuficiência cultural radical de nossos próprios sistemas de significado e significação." (Bhabha, 1997, apud Hall, 2003, pp. 74/75)

O encontro dos turistas entre si, com os nativos e com os profissionais do turismo, são tipos particulares de encontros interculturais. O encontro não parece acontecer por acaso, despercebido - ele é mesmo uma das razões e objetivos principais da viagem. Em pesquisa feita com mochileiros na Chapada Diamantina em 1996, Labate (2001) observa que nos discursos de alguns entrevistados transparece o desejo de conhecer a si mesmo e também ao outro.

Esse encontro, no entanto, não é sempre fácil. Há uma grande dificuldade, por parte dos indivíduos e grupos sociais, para pensar o diferente, o outro. Pois "(...) lidar com diferenças não é tarefa fácil" (VITULE, 2003, p. 40). Apesar das dificuldades, sua importância é indiscutível. Nos diz Hall (2003, p. 33), "a diferença, sabemos, é essencial ao significado, e o significado é essencial à cultura."

Diferenças culturais têm valor em termos econômicos no turismo. Turismo doméstico, turismo de massa ou *tours* especializados, a premissa base é que ao turista se está oferecendo algo diferente. Bauman (1997, p.29) comenta que "turismo é uma busca consciente e sistemática da experiência da diferença e da novidade." No nível mais fundamental, esse "elemento" pode ser físico, como o que Cohen (1988) se refere como *placeness* ou distinção geográfica.

Mas se as diferenças físicas são importantes, é o aspecto mais intangível das diferenças culturais que dá as motivações centrais do turismo. Alguns turistas procuram

contato com diferentes modos de vida, identificados como uma grande variedade de signos culturais, incluindo comportamento social, língua, vestuário, música, artes e culinária. No turismo, as diferenças culturais são promovidas de forma a dar ênfase a essas diferenças.

Ainda que, para Ryan (2002), turismo é acima de tudo a busca da diferença, esse autor ressalta que relativamente poucos turistas procuram imersão total em uma cultura diferente e poucas comunidades anfitriãs não procuram adaptar-se totalmente às necessidades dos turistas. Turistas buscam rápidos vislumbres seguros de diferenças culturais, e isso pode vir ou não junto a uma vontade de entender a cultura do outro.

Reduzir o turismo internacional a padrões econômicos e fluxos de caixa, custo e benefícios, negligencia o seu formidável papel como vetor de trocas culturais. (UNESCO, 1997). Seguindo a descrição de Hannerz (1990, p. 238) do mundo como rede de relações sociais em qual há um "fluxo de sentidos, assim como de pessoas e mercadorias", é fácil ver a magnitude do turismo mundial. Seu aparente alcance geográfico global e sem fronteiras cria oportunidades significativas para encontros culturais, o que pode nos levar a uma posição otimista. O turismo está imbuído com o potencial de juntar pessoas e culturas em um estado de entendimento e *comunitas*.

A noção de que turismo tem a habilidade de gerar harmonia cultural é em grande parte uma atitude residual derivada das tradições românticas de viagem no século XVIII e XXIV. Craik (1997, p.119), tratando das perspectivas históricas do turismo, chama a atenção para que "a viagem servia como um meio para facilitar relações nacionais e internacionais, fazendo contatos, aprendendo línguas estrangeiras e participando de debates com outros".

Essa visão aparece na missão da Organização Mundial de Turismo<sup>16</sup>: "desenvolver o turismo como meio significativo de proporcionar paz e entendimento internacional, desenvolvimento econômico e trocas internacionais". Deixando de lado questões como impactos ambientais negativos, justiça social e equidade de recursos, o papel do turismo como promotor de troca e desenvolvimento econômico é difícil de contestar.

O turismo emergiu como um importante caminho para o enriquecimento cultural. Como MacCannell argumentou (1989, p. 01), o turismo em si pode ser visto

---

<sup>16</sup> <http://www.world-tourism.org>

como uma experiência cultural: "uma moldura ideológica de historia, natureza e tradição. Uma moldura que tem o poder de redesenhar cultura e natureza de acordo com suas próprias necessidades."

O desejo de fazer contato com outras culturas, em todas as suas formas, e a busca de experiências, portanto, está no coração do fenômeno do turismo. O capital cultural, na sua forma de patrimônio físico, artes e artesanato, assim como nas dimensões de modo de vida e tradição, está cada vez mais reconhecido como significativo no fenômeno turístico. Mas o processo pelo qual turistas experienciam a cultura, e a forma que a cultura é utilizada pela atividade turística e comunidades anfitriãs, são muitas vezes marcadas por conflitos. Mesmo se consideramos como turistas somente os hedonísticos *sun seekers*<sup>17</sup>, seguros na sua "bolha ambiental" (COHEN, 1972), não podemos impedir consideração de conflitos que podem ocorrer entre culturas em nível interpessoal e estrutural.

O argumento de que o turismo pode ser um veículo para a paz mundial (UNESCO, 1997) também pode ser usado para apoiar uma posição bem menos otimista de que o turismo é um agente de conflitos culturais, inflamado pelo desejo de viajar para lugares cada vez mais exóticos e distantes.

Reisinger (1994) explora o encontro entre turistas e anfitriões no contexto da hipótese de contrato social, que é pesadamente descritivo relacionado às mudanças de atitude a relações resultantes de contatos entre grupos étnicos diferentes. Não surpreendentemente, no contexto turístico, assim como em um contexto mais geral, as mudanças resultantes desses encontros foram identificadas como positivas assim como negativas, como pode ser visto no quadro abaixo.

**Quadro 3 - Contatos culturais entre turistas e anfitriões** (adaptado de Reisinger, 1994)

<b>Efeitos positivos:</b>	<b>Efeitos negativos:</b>
Desenvolvimento de atitudes positivas a respeito dos outros	Desenvolvimento de atitudes negativas com os outros.
Aprendizado sobre outras culturas e costumes	Tensão, hostilidade, desconfiança e desentendimento
Redução de estereótipos e percepções negativas	Isolamento, segregação e separação
Desenvolvimento de amizades	Dificuldades de formação de

<sup>17</sup> Literalmente: "buscadores de sol".

	amizades
Desenvolvimento de orgulho, apreciação, entendimento, respeito e tolerância a outras culturas	Sentimento de inferioridade e superioridade
Aumento de auto-estima	Problemas de comunicação
Satisfação psicológica e interação	Etnocentrismo
	Choque cultural
	Insatisfação com interação mútua

Entretanto, na balança, para este autor, parece que os efeitos negativos superam os positivos, em número e profundidade. O que parece reafirmar o olhar de Krippendorf (2003) de que exista uma distinção importante: enquanto o hóspede está em seu momento de lazer, o anfitrião está em seu momento de trabalho. A existência de diferentes objetivos de alguma forma explica o conflito.

Nash (1989) considera cinco elementos ao analisar o âmbito de interação sob a denominação 'transações turísticas':

1. caráter impessoal ao não dividir se as qualidades básicas da sociedade anfitriã;
2. tendência à generalização;
3. caráter interessado, sem dar caminho a considerações de tipo afetivas;
4. tendência ao agrupamento ante um ambiente estranho por parte dos estrangeiros;
5. relação marcada pela assimetria de estados: trabalho-ócio.

Gessner e Schade (1990, p.258) vêem nos encontros interculturais

uma situação já complexa e exacerbada por ambigüidades, falta de atenção e ou desentendimentos dos padrões de comportamento cultural, de língua ou de dimensão relacional como privacidade e estatus.

Seguindo esse raciocínio, podemos notar uma hierarquia de desencontros culturais que estão proximamente correlacionados aos diferentes tipos de turistas e destinos (NASH, 1989).

Há uma imensa gama de variáveis que se configuram como graus de distância entre turistas e comunidade anfitriã: sistemas de valores, classe social, atitudes e padrões de comportamento, todos pontos de conflitos potenciais. Expectativas nos dois lados

podem diminuir a possibilidade ou acelerar a colisão destas variáveis. Gessner e Shade (1990, p. 258) observam que "as tensões interculturais e desentendimentos ocorrem se qualquer dos participantes da comunicação intercultural implicitamente ou explicitamente age na violação das expectativas dos outros."

Turistas em um destino representam um largo panorama de culturas. A comunidade anfitriã pode, ou não, reconhecer diferenças sutis e/ou marcantes em seus visitantes. A diversidade cultural dos visitantes pode apresentar uma série de problemas à comunidade anfitriã, que deve saber lidar com diferentes necessidades sociais.

Para Nettekoven (1979), os principais pontos de contato estão entre turistas e profissionais da indústria turística, como funcionários dos hotéis e restaurantes e guias turísticos. Esses encontros são caracterizados como relativamente breves períodos de contato e uma forma de agir das duas partes conforme os respectivos papéis no lazer e no trabalho, e implicitamente, um momento de poder por parte do turista. A possibilidade da comunidade anfitriã relacionar-se com os turistas seria, portanto, relativamente limitada.

Para Van Der Bergue (1994), o turismo é um sistema de relações sociais, e a experiência turística pode ser vista como a interseção da vida extraordinária do turista com a vida normal e cotidiana do anfitrião. Para esse autor, o turismo é sempre, de algum sentido, uma forma de relação étnica, pois põe em contato pessoas antes estranhas, e que invariavelmente pertencem a diferentes culturas e subculturas.

O autor, que trata de turismo étnico<sup>18</sup>, afirma que "o nativo não é apenas um anfitrião, mas torna-se, quase literalmente, o espetáculo."<sup>19</sup> (*op. cit.*, p. 9). O anfitrião, no entanto, permaneceria autêntico apenas se não modificar conscientemente seu modo de se comportar com o fim de tornar-se mais atrativo para os turistas.

O turismo causa desenvolvimento econômico, transformação das relações de poder, transformação das relações de gênero, aceleração do processo de aculturação e assimilação, assim como também pode levar ao renascimento de culturas nativas, recriação de etnicidade e invenção de novas tradições. Não existe, portanto, um "impacto zero" (*op. cit.*, p. 16).

A reação do anfitrião local ao turismo pode ser variada e não uniforme, mesmo dentro de uma pequena comunidade, incluindo negação e tentativa de evitar o turismo e

---

<sup>18</sup> Mas acredito que a análise possa ser estendida a qualquer tipo de turismo.

os turistas assim como excitação e produção e comercialização de produtos especialmente para turistas.

Ainda para este autor, as características principais da interação turista-anfitrião são:

1. Interações assimétricas em duas dimensões. Os turistas geralmente têm mais estatus que os anfitriões, porque podem gastar mais. Há também uma assimetria de conhecimento - o anfitrião conhece a língua, os costumes, os preços e os lugares, enquanto o turista é bem mais ignorante em todos esses aspectos. Segundo o autor, "interações igualitárias ente turistas e anfitriões são raras". (p. 18)
2. Interações efêmeras que provavelmente não se repetirão novamente. Portanto são especialmente abertas à desconfiança, mentiras e quebra de contratos.
3. Interações segmentadas e instrumentais, pois têm propósitos específicos, limitados e imediatos. Não se espera conseqüências a longo prazo - "quando elas transformam-se em amizades, é considerado excepcional e atípico". ( p. 19)<sup>20</sup>
4. Interações especialmente vulneráveis a desentendimentos e problemas de comunicação. Há uma barreira lingüística e cultural.
5. Assim como outras interações entre diferentes classes, etnias ou grupos raciais, as interações acontecem dentro da moldura do estereótipo e de caricaturas.

Apesar dessas características que parecem conduzir essas interações a um perpétuo estado de conflito, elas são consideradas lucrativas e até divertidas, pois a expectativa mútua é baixa.

cada um tenta controlar o comportamento do outro, e procura ou evita situações ou locais onde os custos da interação seriam mais altos do que os benefícios. Para os dois lados, a interação é um risco calculado, conscientemente manipulado para maximizar a satisfação.<sup>21</sup> (Van Der Bergue, 1994, p. 20),

O autor assume que, na maioria das vezes, os benefícios da interação são maiores que os custos. O turismo pode ser, e freqüentemente é, um estímulo para criatividade cultural e inovação. Para Van Der Bergue (*op. cit.*, p. 17), o "turismo não é

---

<sup>19</sup> No original: "the native is not only a host, but becomes quite literally, the spectacle".

<sup>20</sup> No original: when they blossom into friendship, this is considered exceptional and atypical.

<sup>21</sup> No original: each tries to control the behavior of the other, and to seek or avoid situations or locations where the costs of interaction would overweight the benefits. On both sizes, interaction is a calculated risk, consiously manipulated to maximize satisfaction.

tão ruim quanto muitas pessoas imaginam, mas é muito mais interessante e complexo do que julgamentos simples e categóricos podem capturar.”<sup>22</sup>

### 1.3. Pesquisando turismo e hospedagem domiciliar

Apesar de sua reconhecida importância, o turismo como campo de conhecimento continua sujeito a indefinições conceituais e discussões epistemológicas. Como afirma Cooper et al. (2001, p. 37), “[...] não há sequer um acordo real sobre a definição de Turismo.” O WTTC, por exemplo, diz que o turismo é a maior indústria do mundo, mas essa declaração está sujeita a questionamentos, simplesmente porque não há consenso do que faz parte do setor turístico.

Pela sua dinamicidade, complexidade e interatividade, o turismo sofre pela ausência de informações precisas, tanto do ponto de vista da sua amplitude no que tange à coleta de informações, como na capacidade de se observar resultados intangíveis e subjetivos. Krippendorf (2003, p. 183) muito acuradamente lembra que

a pesquisa sobre o lazer e o turismo é chamada a divulgar o saber e a colaborar com todos os outros órgãos para elaborar meios de informações a serem adaptados aos diversos grupos-alvos.

A busca crescente pelo lazer, o contato com culturas diferentes, a procura por aventura ou o (re)encontro com o ambiente natural, distanciado do sabor urbano, estão entre as causas que forçam a criação de novos segmentos e tipo de turismo (LABATE, 2001). Justificam um estudo cada vez mais interdisciplinar desse fenômeno e a necessidade da contribuição de vários campos do conhecimento, como a psicossociologia.

Busca-se tratar o turismo como uma área do conhecimento que, já na sua gênese, é interdisciplinar. Evidencia-se, portanto, que é necessária a participação das diversas áreas do conhecimento, para a sua compreensão. Com relação à interdisciplinaridade no turismo, Moesch (2000, p. 11) observa que

o saber turístico é reduzido às informações e sistemáticas operacionais sobre o seu setor produtivo, [...], não existe

---

<sup>22</sup> No original: Tourism is not as bad as many people suppose, but much more complex and interesting than simple, categorical judgments can capture.

clareza epistemológica para a construção de teorias turísticas [...], a concepção interdisciplinar vem ao encontro enquanto método investigativo.

Abordar os fenômenos turísticos, a partir de diferentes interfaces, ou seja, lidar com um processo de compreensão interdisciplinar, parece ser o caminho da busca de novas contribuições. Portanto, nesse trabalho, buscou-se o olhar da psicossociologia.

Para Nasciutti (1996), a psicossociologia tem em seu objeto de estudo a complexidade, acompanhando a complexidade do ser humano. Para esta autora,

as bases da psicossociologia são as relações que o indivíduo mantém com o social, os determinismo sociais e psíquicos que atuam nessas relações, o modo como estas se estruturam e os efeitos da interação desses determinantes sobre o indivíduo" e o campo é o " dos grupos, das instituições, dos conjuntos concretos (conforme Enriquez) nos quais o indivíduo se encontra e que mediatiza sua vida pessoal e a coletividade. (*idem*, p.55)

Para Maisonneuve (1977), a psicossociologia é uma ciência-charneira, o que evoca a imagem de uma junção funcional, e "sua emergência e seu crescente desenvolvimento provem da incapacidade de a sociologia, ou a psicologia, sozinhas, explicarem a integralidade das condutas humanas concretas." (*idem*, p. 02)

Para Nasciutti (1996, pp.52-54),

as relações interpessoais não são apenas regidas pelo simbólico social, mas obedecem às exigências pulsionais individuais. Há, portanto, a necessidade de levar em conta as estruturas psíquicas e as estruturas sociais se pretendemos compreender como se constitui o social e como este atua sobre seus membros.

Segundo Maisonneuve (1977), somos levados a fazer intervir fatores psíquicos gerais e certas variáveis individuais, pois, para este autor, as relações entre os homens são parcialmente condicionadas por estruturas ecológicas e sociais independentes de sua personalidade, costumes, ou modelos coletivos. Para Nasciutti (1996), o social, ou seja, tudo aquilo que é da ordem do coletivo, se apresenta como constituído e constituinte de vínculos entre os indivíduos, organizador das representações que dão sentido à vida comum, lugar de mediação do que é da ordem do imaginário individual e do imaginário coletivo e que se inscreve no real.

O domínio próprio da psicossociologia aparece, pois, essencialmente, como o da interação: Interação dos processos sociais e psíquicos ao nível das condutas concretas; interação das pessoas e dos grupos no quadro

da vida cotidiana; junção, também, entre o *aproche* objetivo e o do sentido vivido, no nível do, ou dos agentes em situação. (MAISONNEUVE, 1977, p. 05)

Nasciutti (1996, p.56) nos alerta para as dificuldades mas também para a importância desse tipo de pesquisa,

trabalho fragmentário e difícil, as vezes espinhoso e doloroso, modesto, mas que auxilia a cada um a se definir com relação a si próprio e ao outro, compreender seu lugar, suas possibilidades, seus limites, seus vínculos, entrever mudanças, refletir, se afirmar, buscar o lugar do seu desejo, no respeito do desejo do outro.

Pois segundo Maisonneuve (1977, p. 05),

esse tecido variado e movediço dos laços interpessoais não dependeu, durante muito tempo, senão de tratamento ensaístico ou literário. Constitui, de fato, com os grupos restritos nos quais se desenvolve, campo privilegiado para a psicossociologia, pois supõe constantemente interferência dos fatores de personalidade e dos fatores de ordem institucional.

Se, portanto, a pesquisa das interações humanas na psicossociologia é relevante, o é também o estudo destas relações no campo do turismo, campo interdisciplinar *per se*, mas que apenas recentemente tornou-se objeto de interesse e estudo das ciências humanas, principalmente em seus aspectos não-econômicos.

Nesta linha, Rodrigues (1992, p. 72) afirma que, “[...] face sua complexidade, o turismo deve ser abordado em âmbito interdisciplinar, particularmente pelo conjunto das ciências sociais.” Com tais apreciações, acredita-se ser a interdisciplinaridade um dos caminhos para a compreensão do fenômeno turístico, principalmente na construção de alternativas de valorização da experiência integral no turismo.

Segundo Irving (1999, p. 61),

a construção de estratégias de Turismo Sustentável de Base Comunitária tem se constituído num desafio significativo de universidades, instituições governamentais, instituições não governamentais e demais setores da sociedade, uma vez que os modelos tradicionais de desenvolvimento turístico têm sido freqüentemente associados à descaracterização da cultura local, exclusão social e econômica das populações residentes e geração de impactos negativos com relação à base de recursos naturais.

Se pesquisar o campo do turismo mostra-se um desafio por sua complexidade polissemia, ainda mais desafiador é analisar experiências ainda pouco estudadas e sistematizadas, como no caso do modo de hospedagem domiciliar.

A existência de experiências de *bed and breakfast* e demais modos de hospedagem domiciliar no Brasil, principalmente de forma mais estruturada e organizada, ainda é recente. Há pouca literatura nacional especializada, tanto acadêmica como técnica. Internacionalmente, a situação também não é muito diferente. Alguns pesquisadores se dedicam ao tema, e alguns (poucos) artigos foram publicados em revistas científicas mas ainda não há uma forte atenção das instituições de ensino e pesquisa nem livros sobre o assunto publicados.

Em seu site *Resource Guide to Homestay Accommodation*<sup>23</sup>, Paul Lynch afirma que "não existe algo como uma literatura sobre hospedagem domiciliar no presente. Entretanto, a descrição de um setor de hospedagem domiciliar não é ainda popularmente reconhecida"<sup>24</sup>.

Lynch (2004, p. 165), que chegou a publicar um artigo sobre essa lacuna<sup>25</sup>, chama a atenção para que:

É necessário fazer uma pesquisa futura nessa área, que foi surpreendentemente negligenciada. (...) Além disso, é preciso um maior entendimento sobre os modos pelos quais as pessoas vivem no mesmo lugar, sobre a importância do cenário na dinâmica entre hospedeiro e hospede em estabelecimentos de hospitalidade, como por exemplo, no que se refere ao controle social, autenticidade e integração com o hospedeiro.

Para Lashley (2004), a exploração dos domínios social e privado da hospitalidade tem sido limitada, assim como a hospitalidade em estabelecimentos comerciais pequenos, que combinam os domínios privado, social e comercial.

De maneira complementar, acredita-se que, a análise acadêmica pode contribuir diretamente para a sustentabilidade e o sucesso do sistema no Brasil, servindo como ferramenta essencial no monitoramento dos resultados e da eficiência das ações no setor.

Segundo Ruschman (2002. p. 36),

O turismo é uma atividade dinâmica e os impactos e suas conseqüências mudam contentemente. Como conseqüência das modificações dos objetivos, tanto dos turistas como das comunidades receptoras das flutuações nos processos relacionados com a economia, o meio

<sup>23</sup> <http://www.hlst.heacademy.ac.uk/resources/homestay.html>

<sup>24</sup> No original: "There is no such thing as a homestay sector literature at present. Indeed the description homestay sector is not popularly recognised yet."

<sup>25</sup> Lynch, P A (1996) The Cinderella of Hospitality Management Research: Studying Bed and Breakfasts, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(5), 38-40.

ambiente e com as mudanças tecnológicas, o seu monitoramento periódico torna-se uma necessidade imprescindível.

Espera-se, assim, ampliar o debate da prática, planejamento e gestão da hospedagem domiciliar e, principalmente, do sistema de *bed and breakfast* no Brasil, suscitando novas questões e apontando novos caminhos.

## 2. HOSPEDAGEM DOMICILIAR

Na hospedagem domiciliar, especialmente na do tipo *bed and breakfast*, turistas e comunidade hospitaleira encontram-se em um espaço comum, se conhecem e criam, até mesmo, laços de amizade. Mas afinal, do que se trata hospedagem domiciliar? A hospedagem domiciliar é uma estrutura residencial na qual moradores recebem turistas a pagamento. Para Lynch (2004, p. 146),

a hospitalidade comercial em uma casa particular se refere a uma variedade de acomodações, desde alojamento particulares com café da manhã até casas para hóspedes, desde pequenos hotéis até casas urbanas, desde casas campestres em que o hospede providencia sua própria alimentação (*self catering cottages*) até famílias hospedeiras. Esses tipos de operação têm em comum o fato de que a instalação física é a residência principal para os hospedeiros.

Este tipo de hospedagem pode assumir quatro diferentes modalidades: 1. Casas construídas e mantidas prioritariamente para aluguel de temporada. Neste caso elas só são ocupadas ocasionalmente pelos proprietários, que tanto podem habitar na mesma cidade, quanto serem de fora e usarem a casa eventualmente, principalmente durante feriados ou férias. 2. Casas habitadas que são alugadas para temporada - os moradores deixam temporariamente suas casas para deixar espaço para receber os turistas. 3. Casas onde os moradores disponibilizam um cômodo para os turistas, mas não se preocupam em oferecer serviços, como limpeza e arrumação e café da manhã. 4. Casas onde os moradores disponibilizam um cômodo da casa e se encarregam dos serviços.

A prefeitura do Rio de Janeiro define hospedagem domiciliar como

uma modalidade especial de serviço de hospedagem, em que o hóspede utiliza um quarto na residência do hospedeiro ou anfitrião, compartilhando alguns espaços da residência. Para o hóspede, é uma maneira de se aproximar mais dos hábitos e da cultura local, usufruindo um serviço de qualidade a preços acessíveis.<sup>26</sup>

Não há nessa definição distinção entre diferentes tipos de hospedagem domiciliar, no entanto, ao ressaltar o compartilhamento de espaço, ela já exclui o caso de apartamentos vazios alugados temporariamente.

<sup>26</sup> <http://www.rio.rj.gov.br/hospedagemdomiciliar>

Lynch (2004, p. 152) distingue três tipos principais de hospedagem domiciliar: 1. A hospedagem comercializada dentro de casa particular - incluído aí o *bed and breakfast*; 2. Hospedagem comercializada onde o dono reside e a unidade também é o lar da família, mas em que o espaço público para o visitante é separado do espaço familiar e 3. A acomodação tipo *self-catering*, na qual os donos não vivem no local.

Lynch and MacWhannell (2000, Apud Lynch 2000) sintetizam a literatura sobre casas privadas e definem três tipos de "casas comerciais", de acordo com características como o local onde vive a família, se há espaço compartilhado na casa, o grau de interação entre o visitante e as atividades da família anfitriã, e se "lar" é um conceito produzido.

Essa categorização, sintetizada por Lynch (2000) no quadro abaixo, chama a atenção para a predominância de hospedagem comercial e operações turísticas utilizando o conceito de lar.

Quadro 4

<b>Hospedagem Comercial e Tipos de Casas Turísticas</b>	
Categorias de casas comerciais	Exemplos de tipos de casas comerciais
Casas comerciais tradicionais	<i>Bed and breakfasts</i> <i>Homestays</i> * Agriturismo <i>Guesthouses</i> * Famílias anfitriãs Propriedades ' <i>Monarch of the Glen</i> ' <sup>27</sup> Refúgios religiosos
Propriedades com estrutura para cozinhar ( <i>Self-catering</i> )	Pequenos hotéis familiares Refúgios para escritores
Casas Comerciais em realidade virtual	Hotéis boutique Hotéis de campo <i>Timeshares</i> * Hotéis <i>Townhouse</i> <sup>28</sup>
<i>Casas Backdrop</i> <sup>29</sup>	Casas usadas como atração turística

\* Não há equivalente ao termo em português.

<sup>27</sup> Telenovela inglesa que batizou antigos casarões escoceses.

<sup>28</sup> Cadeia escocesa de hotéis de charme e luxo. Vide: <http://www.townhousecompany.com>

	Casas usadas como cenário de filmes
--	-------------------------------------

A relação entre outros meios de hospedagem (domiciliares ou não), ou seja, o grau de associativismo, também pode variar, ainda que a organização em forma de rede pareça ser a mais eficiente e também a mais popular. "Diferentemente das outras formas de receptividade, entretanto, esta atividade tipicamente empreendedora não se concretiza a nível do operador único, mas de rede."<sup>30</sup> (MASINI, 2001, p. 42)

### 2.1. *Bed and breakfast* (cama e café)

Quando os moradores não se ausentam durante a estadia do hóspede, prestam a estes serviços e oferecem o café da manhã, trata-se do que é classicamente conhecido como *bed and breakfast* (*b&b*) ou *home stay*. No Brasil, ainda não há um termo cunhado devido a novidade do sistema, ora se mantendo os termos em inglês, ora fazendo uso da tradução literal, "cama e café"<sup>31</sup>. Esse tipo de hospedagem, localizado na cidade do Rio de Janeiro, será o objeto dessa pesquisa.

Segundo Smith & Smith (2002), as hospedagens domiciliares denominados *bed and breakfast* (ou *b&b*) correspondem a residências privadas habitadas onde o hóspede tem uma cama para passar a noite e um café da manhã. Junto com a "cama", um banheiro é oferecido, podendo ser ou não também compartilhado com os moradores.

De acordo com esse autor, o termo *bed and breakfast*, nasceu nas ilhas britânicas e é popular em toda Europa há muitos anos. Segundo Pimentel (2003)<sup>32</sup>, os proprietários de ricas mansões, empobrecidos, começaram a cobrar uma taxa aos seus hóspedes, como um modo de ampliar sua renda. Mais ou menos há 40 anos atrás, alguns habitantes tinham o costume de exibir, fora das portas das suas residências, as famosas

<sup>29</sup> Ciclorama - cortina pendurada no fundo de um palco.

<sup>30</sup> No original: "A differenza delle altre forme di ricchezza, tuttavia, questa attività tipicamente imprenditoriale non si concretizza a livello di singolo operatore ma di network."

<sup>31</sup> A rede Cama e Café, que será mais adiante apresentada, entrou com um processo de registro de marcas para ter exclusividade sobre o termo. No entanto, por se tratar de tradução de uma denominação utilizada internacionalmente, não há garantias que o direito de uso venha a ser concedido.

<sup>32</sup> As informações nesse artigo, não acadêmico, foram colhidas de forma aleatória, de fontes diversas como sites, artigos, folhetos e, principalmente, palestras e conversas ouvidas de especialistas na área. Não são, portanto, cientificamente comprovadas. Vale ressaltar que o Ministério do Turismo (2006) reproduz integralmente o texto acima, não acrescentando outras informações provenientes de outras fontes.

placas com a escrita "*bed & breakfast*". Deste modo, viajantes e turistas da ilha sabiam que nestas casas havia uma boa cama e um café da manhã abundante. A princípio popular na Irlanda, esta fórmula começou a ser usada também na Escócia, Inglaterra e Gales. Aos poucos, outros países da Europa e do mundo começaram a adotar a mesma idéia, reinventando o modo de hospedar turistas.

Segundo Smith (*op. cit.*), nos Estados Unidos, durante a grande depressão, muitas pessoas abriram suas casas para acrescentar uma renda extra à família. Nessa época, o termo usado para atividade era "*boarding house*". Após um período de declínio da atividade, ela renasceu, e recentemente, houve um crescimento exponencial no interesse dos americanos para esse tipo de hospedagem. Atualmente há, nos Estados Unidos, mais de 20.000 b&bs.

Aos poucos, a prática foi se ampliando e tomando a forma de um verdadeiro serviço turístico internacional. Ou seja, além de cama e café da manhã, o turista encontra um sistema de recepção, apoio e informações turísticas sobre a área. Entretanto, nesse tipo de estabelecimento, o negócio de hóspedes pagantes é secundário ao uso como residência privada.

O proprietário e sua família, que vivem no local, o administram, algumas vezes com a ajuda de associações, cooperativas ou agências que organizam as reservas e a política de marketing. O café da manhã é normalmente a única refeição servida, mas em alguns casos o anfitrião pode oferecer também outras opções, a serem feitas junto com a família ou isoladamente. A estrutura física das casas varia muito de acordo com as tradições de cada local, mas apresentam, normalmente, de um a três quartos destinados (não sempre exclusivamente) à atividade.

A dupla função da residência - moradia e hospedagem de turistas - aproxima o proprietário e sua família dos hóspedes, inclusive expondo naturalmente aspectos do dia-a-dia, como tarefas domésticas, preferências pessoais, cultura, lazer e relacionamentos. Para Stankus<sup>33</sup> (1987, apud Smith & Smith, 2002), o tempo que o proprietário gasta com os hóspedes é reconhecidamente um dos principais motivos que atraem o turista para o b&b, sendo a maior diferença para as outras formas de acomodação. Para o autor, cada b&b tem sua própria personalidade.

---

<sup>33</sup> Stankus, J. *How to open and operate a bed and breakfast home*. Chester, Connecticut: The Globe Pequot Press, 1987

Em relação à imagem do b&b para os potenciais hóspedes, com reflexos diretos nos preços cobrados, Smith & Smith (2002) posicionam-se dizendo que atualmente esse meio não é visto como uma opção barata de hospedagem, e sim como uma alternativa aos tradicionais meios de hospedagem onde a arrumação e itens de decoração, entre outras coisas, não variam com as regiões.

## **2.2. A hospedagem domiciliar no Brasil**

No Brasil, a prática do *bed & breakfast*, assim como de outras formas de hospedagem domiciliar, ocorre já há alguns anos, embora de modo informal e desarticulado. Existem ofertas deste tipo de hospedagem no Rio de Janeiro e em diversos estados brasileiros, além de episodicamente por ocasião de grandes eventos regionais, como o Boi Bumbá em Paritins, *October Fest* em Blumenau e o Fórum Social Mundial em Porto Alegre. Estas experiências adaptaram a fórmula b&b à realidade brasileira.

A situação legal e organizativa pode variar. As hospedagens domiciliares podem ser formais - com CNPJ e registro no Ministério do Turismo; semi-formais - quando há uma instituição "guarda-chuva" dando apoio, como o Sebrae, Associação de Moradores, Secretaria de Turismo Municipal ou Estadual, etc; ou completamente informal.

Há casos de associativismo inexistente e associativismo em construção - tanto com ajuda e/ou estímulo de outros (Sebrae, Secretaria de Turismo, ONGs) ou de forma espontânea - além de casos de associativismo já estabelecido.

Não há ainda regulamentação jurídica ou definição oficial desenvolvida pelo governo federal que possa balizar uma conceituação. Esta vem sendo formada principalmente através das empresas existentes e iniciativas municipais isoladas, através de contatos dos empresários com técnicos e profissionais da área e poder público e da divulgação a mais longo alcance pela mídia.

Recentemente, a Prefeitura do Rio de Janeiro, sob a coordenação da Secretaria Municipal de Turismo, implementou um projeto com o objetivo de informar e estimular a população carioca a implementar esse tipo de hospedagem, tendo em vista o fluxo de turistas esperado em virtude dos XV Jogos Panamericanos do Rio de Janeiro (Pan 2007), em julho de 2007.

O poder público começa aos poucos a prestar atenção a esse modo de hospedagem, mas ainda não há um posicionamento claro nesse sentido, se revestindo na formulação de políticas, principalmente a nível nacional. Em 2006, o Ministério do Turismo encomendou um estudo técnico analítico (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006) sobre o tema, mas este é bastante incompleto. E não se tem notícias de projetos ou políticas implementadas.

Em maio de 2007, foi disponibilizada no *site* de Hospedagem Domiciliar<sup>34</sup> da Prefeitura do Rio de Janeiro uma pesquisa de mercado com anfitriões da rede Cama e Café, usuários de hospedagem domiciliar, não usuários de hospedagem domiciliar mas que pensam em utilizá-la e não usuários de hospedagem domiciliar e que não pensam em utilizá-la. A pesquisa, resultado de uma parceria entre a através da Secretaria Especial de Turismo do Rio de Janeiro (SETUR) e o Ministério do Turismo, foi realizada pelo Instituto GPP. Nota-se que a pesquisa com os anfitriões se restringiu aos afiliados à rede Cama e Café, não incluindo anfitriões das outras duas redes do município.

Ainda não existe um inventário detalhado do estado da arte da atividade no Brasil. Muitas vezes não divulgação suficiente da iniciativa. Em outros casos, há um projeto de desenvolvimento em andamento, mas sem ainda muito sucesso, o que se reflete na não existência de informações claras e públicas a respeito. Há pouca articulação entre as redes existentes (menos ainda entre as iniciativas isoladas) e percebe-se a ausência de apoio do poder público, principalmente federal.

Para ajudar na construção desse panorama e a melhor compreensão sobre o tema, serão apresentados brevemente alguns casos espalhados pelo Brasil, o que pode auxiliar na contextualização da atividade no Rio de Janeiro, foco principal dessa pesquisa. Nesse seleção, priorizamos os casos de hospedagem domiciliar em rede. As informações foram, em todos os casos, tiradas dos sites dos projetos, de textos escritos pelos seus gestores e/ou consultores responsáveis e de informações passadas diretamente por email e ou telefone por estes. Casos isolados de hospedagem domiciliar não serão mencionados.

---

<sup>34</sup> <http://www.rio.rj.gov.br/hospedagemdomiciliar>

## ▪ *Couch Surfing*

*Couch Surfing* é uma organização internacional sem fins lucrativos, que, segundo o *site* do projeto<sup>35</sup>, tem como missão "criar uma rede internacional de pessoas e lugares, criando trocas educacionais, aumentando a consciência coletiva, espalhando tolerância e facilitando o entendimento cultural". Apesar de ser bem diferente das redes de hospedagens tratadas nessa pesquisa, pois não se caracteriza como hospedagem comercial, o grande número de usuários no Brasil faz com que deva ser citada aqui.

O projeto funciona através de um site, onde os interessados se inscrevem e criam um perfil, incluindo nome, localidade, email para contato, fotos e outras informações pessoais, interesses e histórico de viagens. O usuário pode escolher tornar visível seu endereço e telefone, ou repassá-los apenas aos interessados em visitá-lo. A partir daí, ganham acesso total ao banco de dados e podem conhecer outros participantes que tenham um sofá livre para acomodar um viajante. Quem vira membro do *Couch Surfing* não é obrigado a fornecer uma vaga em casa.

Atualmente (em março de 2007) com 179,789 membros, espalhados em 213 países e 21,642 cidades, o site foi lançado em janeiro de 2003 e é operado por voluntários. A maioria de associados é de norte americanos, mas o Brasil figura na lista dos "10 mais" (é o 10º colocado, com 1,9% de participação) com 3357 membros, sendo 301 na cidade do Rio de Janeiro.<sup>36</sup>

Quadro 5

<b>Países "Top 10 CouchSurfing"</b>		
Estados Unidos	45605	25.4%
Canada	14427	8.0%
Alemanha	11896	6.6%
Reino Unido	10145	5.6%
França	10127	5.6%
Itália	7352	4.1%
Austrália	6361	3.5%
Holanda	3743	2.1%
Portugal	3376	1.9%
Brasil	3357	1.9%

(Fonte: <http://www.couchsurfing.com>)

Segundo seu *site*, *Couch Surfing*

<sup>35</sup> <http://www.couchsurfing.com>

<sup>36</sup> Dado coletado dia 13 de março de 2007.

não é apenas encontrar hospedagem gratuita no mundo inteiro - é participar na criação de um mundo melhor. Nós tentamos fazer um mundo melhor abrindo nossos lares, nossos corações e nossas vidas. Nós abrimos nossas mentes e damos boas vindas ao conhecimento que as trocas culturais nos trazem. Criamos conexões profundas que cruzam os oceanos, os continentes e as culturas. Couch Surfing deseja mudar não só o modo de viajarmos, mas como nos relacionamos com o mundo!

Outros programas atuam de modo similar, ainda que apresentem um número menor de associados, como [www.globalfreeloaders.com](http://www.globalfreeloaders.com), [www.globalfreeloaders.com](http://www.globalfreeloaders.com) e [secure.hospitalityclub.org](http://secure.hospitalityclub.org), este último com 42 associados na cidade do Rio de Janeiro.

- **O caso de Parintins**

A Ilha Tupinambarana, em Parintins, oferece opções para uma estadia familiar, com direito a café da manhã e dicas para transitar na ilha. Segundo o site do projeto<sup>37</sup>, "mais do que cama e café da manhã, quem se hospeda na casa de um anfitrião em Parintins, ganha calor humano e boas histórias."

O Projeto Cama e Café foi implantado em Parintins no ano de 1997, beneficiando 36 proprietários de residências, com a construção padrão de duas suítes para atender a demanda de visitantes por ocasião da realização do Festival Folclórico realizado nos dias 28, 29 e 30 de junho. Atualmente, o projeto já conta com a associação de 42 residências, segundo o site da Secretaria Estadual de Turismo do Amazonas.

Ainda segundo o mesmo site, o objetivo do projeto é

proporcionar aos turistas e visitantes, hospedagem e serviços de qualidade, procurando desenvolver o espírito criativo no atendimento e empreendedor na atividade, buscando o bem estar sócio-econômico.

Em 2001, foi criada a “Associação dos Proprietários do Projeto Cama e Café da Manhã - ACAMPIN”, com um quadro social de 35 associados. Atualmente, a Associação conta com o quadro de 36 associados.

A Secretaria Estadual de Turismo do Amazonas não respondeu aos emails solicitando mais informações sobre o projeto.

---

<sup>37</sup> [http://www.amazonastur.am.gov.br/programas\\_02.php?cod=1724](http://www.amazonastur.am.gov.br/programas_02.php?cod=1724)

- **O caso de Fernando de Noronha**

Em Fernando de Noronha (PE), há um sistema de pousadas familiares em muitos pontos similar ao b&b, portanto, vale a pena levantar suas características principais e definição. Segundo Lima (2006),

Além das suas singularidades naturais e culturais, Fernando de Noronha possui uma característica peculiar, que são as **pousadas domiciliares** [grifo da autora], único meio de hospedagem encontrado na Ilha.

As pousadas domiciliares, em sua grande maioria residências convertidas em meios de hospedagem, de caráter familiar e rústico, são locais onde é possível estabelecer uma boa interação entre visitantes e população local, sendo a hospitalidade um forte aspecto presente.

A definição do termo pousada domiciliar foi construída de modo participativo durante uma oficina em 2004, sendo conceitualizado como:

Meio de hospedagem com atendimento familiar, normalmente limitado apenas ao necessário à hospedagem do turista e servindo também de moradia para a família dos proprietários do estabelecimento. Na sua grande maioria de aspectos arquitetônicos, instalações e equipamentos originalmente construídos para residência (Participantes da Oficina, apud LIMA, 2006).

Atualmente existem 103 Pousadas Domiciliares em Fernando de Noronha, contando com um total de 575 unidades habitacionais, 1.470 leitos e 440 funcionários. De acordo com a última classificação realizada, há 57 Pousadas Domiciliares com 01 golfinho, 09 com 02 golfinhos e 04 com 03 golfinhos.

- **O caso de Santa Catarina - Acolhida na Colônia**

Em Santa Catarina, uma associação de turismo rural, ou agroturismo, também tem se dedicado a receber hóspedes em residências particulares. Apesar do foco do projeto ser na produção orgânica e no associativismo, a maneira como se realiza a hospedagem pode nos ajudar a pensar nas múltiplas formas que a hospedagem domiciliar pode ter.

Segundo Guzzatti (2006), a Associação Acolhida na Colônia originou-se a partir do modelo *Accueil Paysan*, surgido no Sul da França nos anos 80, na região de Grenoble. Hoje a entidade francesa está presente em mais de 15 países da Europa, África, Ásia e América Latina. No Brasil foi fundada em 1999 por agricultores familiares dos municípios de Rancho Queimado; Anitápolis; Santa Rosa de Lima; Rio Fortuna e Gravatal, Estado de Santa Catarina.

A partir de 1999, a entidade tem se dedicado a organizar circuitos de agroturismo nos municípios de sua abrangência, preparando seus associados para a prestação de serviços de hospedagem; alimentação; venda de produtos; lazer; etc. O pano de fundo para esta iniciativa é a necessidade de geração de trabalho e renda para as famílias, especialmente para mulheres e jovens. (Guzzatti, 2006)

- **Pouso e Prosa**

Em Minas, a prefeitura de Itabira está implementando um projeto similar, chamado "Pouso e Prosa". O objetivo do projeto, segundo o site da prefeitura<sup>38</sup>, é o de "preparar residências, que possam receber de forma estruturada os turistas, em locais de pouca oferta de hospedagem."

O projeto consta de visitas às casas, palestras, assessoria e disponibilidade de um consultor. Os moradores recebem a visita de uma arquiteta, para análise e adequações do imóvel. Serão permitidos dez hóspedes por casa, e o investimento deverá ser do próprio interessado.

Ainda segundo o mesmo *site*,

A idéia é suprir a falta de leitos na região de Senhora do Carmo e Ipoema, qualificando e prestando assessoria aos moradores e produtores rurais que se habilitarem para receber os visitantes da Estrada Real e outros. O desenvolvimento desse programa possibilitará a geração de renda. Artesãos, produtores rurais e moradores das localidades serão os grandes beneficiados.

Os gestores do projeto não responderam aos emails solicitando mais informações sobre o projeto.

---

<sup>38</sup> <http://www.itabira.mg.gov.br/sistemas/noticia/ler.aspx?codnot=173>

- **Cama, café e rede**

No Rio Grande do Norte, na região sertaneja do Seridó (mais especificamente nos sete municípios de Acari, Cerro Corá, Currais Novos, Caicó, Parelhas, Jardim do Seridó e Carnaúba dos Dantas), o Sebrae- RN foi o idealizador e principal agente de um projeto, que ganhou o divertido nome de "Cama, café e rede", de estabelecimento de uma rede de casas que oferecem hospedagem domiciliar. Segundo o site do Sebrae RN<sup>39</sup>,

O projeto Cama, Café e Rede nasceu da necessidade de ampliação da oferta de opções de hospedagem na região do Seridó. Neste projeto, apresentamos uma rede de hospedagem domiciliar, usualmente conhecida como *Bed and Breakfast*, em que os futuros visitantes poderão optar por hospedarem-se nas casas de família, localizadas nos municípios envolvidos.

O Cama, Café e Rede tem como objetivo principal proporcionar alternativas às opções de hospedagem ora existentes e oportunizar, através desta forma de acolhimento, uma significativa interação entre demanda turística e população local.

Esta iniciativa inovadora busca complementar as opções de hospedagem pré-existentes nas localidades, toma como premissa básica a conhecida hospitalidade do povo seridoense e tem como função social a inserção da população local no processo de desenvolvimento de uma atividade turística sustentável.

Segundo a coordenadora do projeto, Daniela Tinoco, do Sebrae RN, no início, em 2005, 40 casas aderiram ao projeto. Entretanto, eles ainda não tiveram resultados concretos, pois emperraram em uma questão essencial - o desenvolvimento e manutenção de uma central de reservas. Não se conseguiu montar uma estrutura que atendesse satisfatoriamente aos sete municípios. "Tentamos algumas alternativas que não deram certo, além de ser uma questão muito nova o fato das pessoas deixarem de estar em hotéis para se hospedar nas casas. Ainda não temos turistas com esse perfil." (TINOCO, D.)<sup>40</sup>

- **Hospedagem Domiciliar no Ceará**

---

<sup>39</sup> <http://www.roteiroserido.com.br/turismo/camacafeerede/>

Em Viçosa, Guaramiranga, Taíba, Prainha do Canto Verde, Tauá e Tejuçuoca foi implementado um programa denominado "Hospedagem Domiciliar", patrocinado pelo SEBRAE/CE e executado pela empresa de consultoria Planotur. Foram visitadas, cadastradas e qualificadas 26 *residências* para operarem no sistema de Hospedagem Domiciliar durante o III Festival de Música na Ibiapaba, realizado em julho de 2006. Segundo o site da Planotur<sup>41</sup>,

Este programa vem atender à necessidade de hospedagem durante o festival, uma vez que os meios de hospedagem existentes na cidade não comportam o grande número de visitantes (organizadores, professores, músicos, estudantes, amantes da boa música e curiosos) no período, que se reúnem para aprimorar seus conhecimentos e dotes artísticos.

O programa consiste em qualificar residências que disponibilizam espaços para receber estes hóspedes que passarão o período na convivência dos seus moradores.

Este tipo de hospedagem tem como características, além da geração de renda direta para a população, a transformação de clientes desconhecidos em "habitues" e proprietários em amigos de seus clientes. Prova disso é que a maioria das residências que participaram do programa em anos anteriores já estavam com seus cômodos reservados por aqueles que vieram no passado.

Segundo o site do Instituto Polis<sup>42</sup>, em Tejuçuoca-CE (15 mil hab.), há três anos foi implantado um programa de hospedagens domiciliares. Desde a primeira edição da festa Tejubode, que busca valorizar o bode no sertão, o município tem recebido mais de 40 mil visitantes por ano. Com a ausência de pousadas e hotéis na região, e preocupada com a preservação do patrimônio público, a Secretaria de Turismo do município passou a investir em hospedagens domiciliares.

Todos os anos, dois meses antes da festa, as pessoas interessadas cadastram seus imóveis na prefeitura. Após a vistoria das condições, a Secretaria emite um parecer sobre as adaptações e reformas necessárias para que o domicílio se enquadre no programa. Todos os domicílios adequados fazem parte de um banco de dados disponível na Secretaria para os turistas. Em uma parceria com o Sebrae-CE, os moradores aprendem culinária típica, dicas para recepção, limpeza da casa, etc.

Segundo o site do Instituto,

---

<sup>40</sup> Comunicação via email pessoal.

<sup>41</sup> [www.planotur.com.br](http://www.planotur.com.br)

<sup>42</sup> [www.polis.org.br](http://www.polis.org.br)

Um programa de hospedagens domiciliares permite, com a participação da população, estabelecer políticas para o desenvolvimento local a partir de lacunas e problemas constatados no cotidiano da atividade turística e buscar soluções para resolvê-los. Esse programa resulta em aumento de renda para a população local. Ao invés de repassar os dispêndios dos turistas para alguns poucos beneficiários, torna esta receita um patrimônio da sociedade local, aumentando a circulação monetária no comércio, multiplicando os recursos municipais, promovendo o desenvolvimento econômico local e permitindo melhoria da qualidade de vida da população.

Para os visitantes, hospedar-se em domicílios significa maior contato com a cultura local e com a população do município. Em vez de conhecer apenas locais turísticos, o visitante tem a oportunidade de entrar em contato com as pessoas da localidade e seu modo de vida, além de ter acesso a maiores informações. Esse tipo de hospedagem possibilita também que o turista tenha um acompanhamento mais próximo e personalizado e obtenha informações sobre o local, tendo um atendimento mais humanizado e voltado para suas necessidades e perfil.

Um sistema de hospedagens domiciliares amplia o acesso ao turismo, por ser mais econômico do que a hotelaria convencional, sem que, para isso, o turista tenha que abrir mão de bom atendimento e bons serviços.

O programa de hospedagem domiciliar permite e garante a manutenção do bem-estar da população: por meio das informações transmitidas pelos cidadãos e do acompanhamento dado, a prefeitura pode providenciar maiores, mais eficientes e mais ágeis serviços à comunidade. Quanto à segurança pública, esse programa possibilita também maior controle sobre os visitantes, dificultando atos de vandalismo e degradação do patrimônio público

A Planotur, o Instituto Polis e o Sebrae CE não responderam aos emails solicitando mais informações sobre os projetos.

- **Cama e Café no Espírito Santo**

O Projeto Cama e Café originou-se em 1998, por uma iniciativa do Governo do Estado do Espírito Santo, através da Secretaria Extraordinária de Turismo, em parceria com o Sebrae Espírito Santo. O projeto tem o objetivo de promover hospedagem alternativa em casas de família e em propriedades rurais, nos municípios que não possuem sistema de hospedagem formal.

Os municípios pioneiros do projeto foram Dores do Rio Preto, Mimoso do Sul e Divino São Lourenço. Nos municípios de Santa Teresa, Santa Leopoldina e Santa Maria de Jetibá, 37 pessoas passaram pela capacitação e nove estabelecimentos receberam as placas de identificação do projeto. Em Iúna, Ibitirama e Dores do Rio Preto, setenta pessoas passaram pela capacitação e 19 residências e propriedades rurais receberam a placa.

Vinte e oito casas e propriedades rurais da Rota dos Imigrantes e do Caparaó, no Espírito Santo, já receberam o certificado do programa ‘Cama & Café’. Para alcançarem a certificação, as famílias participantes passam por um treinamento e recebem a vistoria da Sedetur. O projeto é composto por oito fases:

- Cadastramento das Famílias – mobilização da comunidade e cadastramento das famílias interessadas;
- Visita as Casas e Propriedades – verificação das condições físicas das casas/propriedades inscritas;
- Treinamento – curso de 16 horas com noções básicas de arrumação de camas, técnicas de higiene doméstica, preparação de café da manhã e disposição da mesa de café, qualidade no atendimento e técnicas para exposição e demonstração do produtos rurais;
- Adaptações e Aquisições de mobiliários – viabilização de linhas de crédito para a melhoria da propriedade;
- Vistoria das casas/propriedades – segunda etapa;
- Sinalização – instalação de placas de identificação e acesso da propriedade Cama e Café com a logomarca do Projeto;
- Central de Reservas - constituição em parceria com a prefeitura local;
- Promoção e divulgação – inserção das propriedades do Projeto no material promocional, estruturação de roteiro turístico, formatação e comercialização de pacotes turísticos e viabilização de desse roteiro/produto.

Segundo o *site* Interjornal<sup>43</sup>, "além de estimular a geração de renda, o ‘Cama & Café’ contribui para o desenvolvimento do agronegócio e do turismo sustentável da

---

<sup>43</sup> <http://asn.interjornal.com.br/noticia.kmf?noticia=5801645&canal=212>

região." Para Mariana Rodrigues<sup>44</sup>, assessora técnica da Gerência de Estudos e Negócios Turísticos da Secretaria de Estado do Turismo (SETUR/ES), os principais benefícios do projeto são:

- Potencializa o desenvolvimento de diversos segmentos turístico - ecoturismo, do turismo rural e turismo de aventura;
- Proporciona a geração de renda para as famílias rurais;
- Diversificação da oferta turística;
- Melhoria da auto-estima das famílias envolvidas;
- Conhecimento e comercialização dos produtos rurais.

Atualmente, o projeto Cama e Café está sendo revisado com objetivo de criar regras/normas específicas do Cama e Café no Espírito Santo. Foi realizada uma oficina com os atores e proprietários inseridos no projeto, visando coletar subsídios para a proposta de regulamentação.

#### • **O caso de Alagoas**

Segundo o site Alagoas 24 horas<sup>45</sup>, o município de Água Branca, no sertão alagoano, ganhou uma novidade no segmento de turismo. Os moradores da cidade estão aderindo a um dos mais tradicionais sistemas de hospedagem da Europa, conhecido aqui como 'Cama e Café'.

A novidade chegou ao município por meio de um projeto implantado pelo Sebrae em Alagoas. A princípio a ação serviu como uma alternativa para receber os visitantes que participaram do 'II Festival de Inverno', realizado no município. Vinte famílias já aderiram ao projeto e cerca de 100 novos leitos foram disponibilizados no município. O maior objetivo do projeto é possibilitar que os visitantes fiquem hospedados na própria cidade e o recurso circule no local.

Para acompanhar e estruturar a implantação deste projeto, o Sebrae ofereceu capacitações para 70 pessoas sobre alimentos seguros, higiene pessoal, ambiental e local de trabalho, atendimento ao cliente e noções sobre meios de hospedagem em pequenos empreendimentos hoteleiros.

---

<sup>44</sup> Em comunicação pessoal via email.

<sup>45</sup> <http://www.alagoas24horas.com.br/>

Segundo o site Alagoas 24 horas,

O 'Cama e Café' é uma forma de receptividade extra-hoteleira, onde os moradores da cidade disponibilizam quartos e café da manhã para os turistas. A vantagem desse projeto para o desenvolvimento do turismo local é que, diferente do que acontece em grandes empreendimentos hoteleiros, o dinheiro gasto pelos turistas em sua hospedagem fica direto e integralmente nas mãos da comunidade.

Um aspecto interessante do 'Cama e Café' é a relação entre turistas e comunidade hospitaleira em um espaço comum, neste caso, residencial, onde ambos têm a oportunidade de se conhecer, trocar informações sobre o destino turístico por meio de conversas e até mesmo criar laços de amizade.

No entanto, segundo Fátima Torres, coordenadora da área de turismo do Sebrae AL, a experiência em Alagoas restringiu-se a cidades pequenas e por ocasião de algum evento - "uma coisa pontual, portanto."<sup>46</sup> Ainda segundo Torres, eles pretendem incrementar esse tipo de hospedagem de forma mais sistemática em algumas cidades de roteiros turísticos e com deficiência de leitos, mas ainda não concretizaram nada.

### 2.3. A hospedagem domiciliar no Rio de Janeiro

A seguir, serão apresentadas e brevemente analisadas as três redes formais em operação na cidade do Rio de Janeiro, além de algumas outras experiências significativas da atividade. Todos os entrevistados dessa pesquisa são anfitriões afiliados às duas primeiras redes, Cama e Café e Bed and Breakfast Brasil, e seus respectivos hóspedes.

- **Cama e Café**

Em 2003 foi formada a primeira rede formal de *bed and breakfast* no Brasil, a rede Cama e Café, em Santa Teresa, no Rio de Janeiro. Segundo o site da empresa<sup>47</sup>, a idéia de uma rede de *bed and breakfast* surgiu da experiência pessoal dos sócios em

---

<sup>46</sup> Em comunicação pessoal por e-mail.

<sup>47</sup> [www.camaecafe.com.br](http://www.camaecafe.com.br)

viagens e de hospedagem na casa de amigos provenientes de todas as partes do mundo.<sup>48</sup>

A rede carioca de b&b começou em escala limitada, com quatro casas oferecendo estadia, e foi testada pela primeira vez no carnaval do ano 2003. Os jornalistas convidados tiveram boa impressão e algumas matérias sobre a iniciativa foram publicadas. Em julho de 2003 já existiam 28 casas inscritas, oferecendo 56 quartos. Em abril de 2007, segundo chamada na página inicial do site, a rede conta com mais de 50 casas a disposição no bairro de Santa Teresa.

No entanto, ao abrir a listagem completa das casas, aparecem apenas 18. Já no email enviado como resposta a um pedido anônimo de reserva, 23 casas foram oferecidas como opção de hospedagem, a maioria delas diferentes das que constam no site. Este último está certamente bastante desatualizado, pois nele constam inclusive alguns anfitriões contactados durante a pesquisa e que se declararam não pertencentes à rede.

Uma característica bastante interessante da rede é o fato do site<sup>49</sup> apresentar uma descrição das características das casas, assim como de seus proprietários (indicando, entre outras coisas, profissão, idade, *hobbies* e gostos pessoais), fazendo com que o turista escolha não só o tipo de casa que pretende se hospedar mas também o anfitrião que irá recebê-lo.

Ao selecionar uma casa no *site*, abre-se uma janela com informações sobre a casa, o anfitrião, a disponibilidade e a tarifa (ainda que esses dois últimos itens não parecem estar ativos ou funcionando corretamente), conforme o quadro abaixo.

---

<sup>48</sup> Uma anfitriã entrevistada nessa pesquisa, no entanto, tem uma outra versão para a gestão da idéia:

Nessa casa aqui tem mais de dez anos. A minha estória de receber hóspedes tem um pouco a ver com a origem do Cama e Café em Santa Teresa... Uma amiga, que tem uma ONG nos Estados Unidos, organiza um programa de uma universidade americana que faz um programa de alunos semestre acompanhado de professores viajando por mega cidades no mundo. No Brasil, eles passaram pelo Rio de Janeiro.

E ela me pediu pra organizar home stay aqui em Santa Teresa. Foi a primeira vez que eu recebi a pagamento. Ai eu arranjei 30 casas aqui em Santa Teresa para os estudantes e professores. Quando o João Vergara estava pensando em fazer uma agência de turismo, ele foi conversar com essa moça, ela foi daquelas que recebeu esse grupo, e ela deu a idéia pro João: "Ah, por que não faz um *bed and breakfast*?". Ela que deu a idéia pro João, mas acho que a partir dessa estória, que foi a primeira vez que ela tinha recebido. Acho que tinha muito a ver com...

Quadro 6

**CASA EM DETALHE**

🏠 🏠 Casa da Ana Maria - Santa Teresa/ 1

Construída em 1908, em estilo colonial, a casa da Ana é ampla e muito confortável e mantém o clima autêntico de uma moradia burguesa do fim do século XIX, com um grande quintal com chão de terra e árvores frutíferas. Está localizada em uma área tranqüila, próximo a bares e restaurantes, em torno de uma linda praçinha.

QUARTOS E TARIFAS    DISPONIBILIDADE    A CASA    ANFITRIÃO

**ANFITRIÃO**

▶ Nome:	Ana Maria Clark
▶ Como gosta de ser chamado?:	Ana
▶ Idiomas	Portugues - Nativo Ingles - Avançado
▶ Pratica Religião	Praticante
▶ Escolaridade	Pós-graduado
▶ Áreas de interesse	Artes Cinema Culinária Filosofia Economia Dança Esoterismo Literatura Política Psicologia Religião Teatro Viagens
▶ Preferência Musical	Bossa Nova Blues Clássico Chorinho Reggae Samba

Além disso, o hóspede, no momento da reserva, também recebe um questionário incluindo, além dos dados práticos para reserva, perguntas pessoais. Preferências gastronômica, musical e sexual fazem parte da ficha do cliente, para que tudo esteja de acordo com seu gosto. Outras perguntas: "É fumante?", "Tem alergia a animais?", "Tem problemas locomotores?".

O objetivo desse sistema é, através de um cruzamento de perfis, oferecer o casamento mais próximo entre hóspedes e anfitriões, e com isso, possibilitar uma experiência mais agradável para ambos. O cruzamento de perfil aumentaria, assim, as chances de que se estabelecesse um encontro e uma relação de hospitalidade. No entanto, como resposta ao email anônimo enviado pedindo informações sobre reserva, veio uma relação das casas divididas por categorias (a saber: econômica, turística e superior) com fotos, mas sem descrições e sequer houve menção ao questionário de perfil. Apenas após serem questionados sobre o mesmo, este foi enviado.<sup>50</sup>

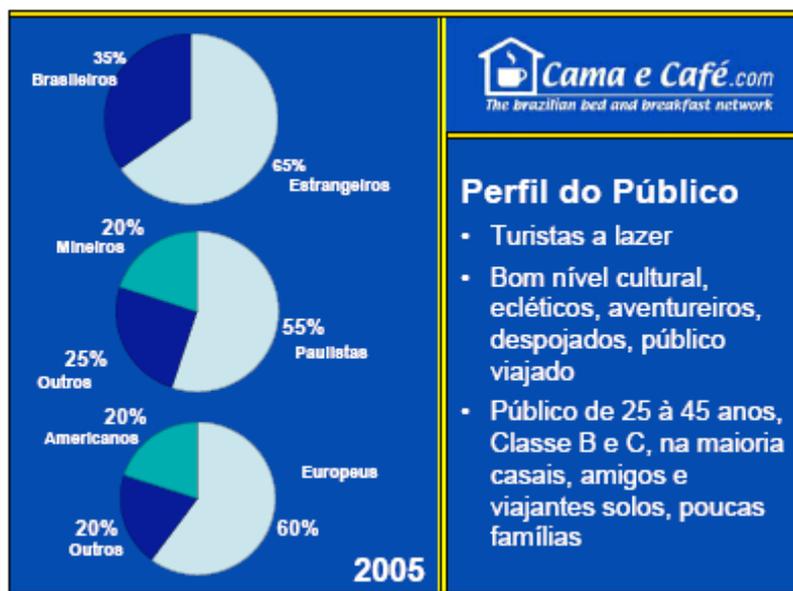
Segundo os gestores da rede, em palestra proferida no I Seminário Internacional de Hospedagem Domiciliar, organizado pela Riotur no Rio de Janeiro em 2006, o perfil

<sup>49</sup> www.camaecafe.com.br

<sup>50</sup> Vide anexo 3.

do público é de turistas estrangeiros a lazer, com bom nível cultural e de 25 a 45 anos, conforme o quadro abaixo.

Quadro 7



Em 2006, a rede também passou a operar em Olinda, Pernambuco, com dez casas em operação. Não foi encontrado, no entanto, *site* específico ou referência da atividade em Pernambuco no *site* carioca da rede, ou mais informação sobre a experiência na internet.

#### • **Bed and Breakfast Brasil**

Em 2004, forma-se uma segunda rede em formato similar, a rede Bed and Breakfast Brasil, com sede no Rio de Janeiro e casas em diversos estados do Brasil. A rede Bed and Breakfast Brasil (B&B Brasil) é composta por um núcleo central de coordenação geral, com sede no Rio de Janeiro, e possui uma sede de representação em Roma, na Itália.

O lema da empresa é "*Brasil: férias entre amigos*", e segundo a divulgação no site,

com B&B Brasil, é possível conhecer a diversidade cultural e a beleza do Brasil, gozando sempre do máximo conforto e da atenção personalizada que somente a hospitalidade *em casa de amigos* [grifo do autor] pode oferecer.

Segundo seu site, a rede está presente, em abril de 2007, com 94 meios de hospedagem divididos entre os estados de Alagoas, Amazonas, Bahia, Ceará, Pernambuco, Rio Grande do Norte, Rio de Janeiro, Santa Catarina e São Paulo. No estado do Rio de Janeiro, são 43 casas disponíveis, sendo uma em Búzios, seis em Angra, uma em Parati e 35 na cidade do Rio de Janeiro. Dessas 35, em 19 os proprietários vivem no mesmo espaço onde recebem seus hóspedes, caracterizando-se como *bed and breakfast*, e 14 são casas de temporada, onde os proprietários não residem no imóvel. O site parece estar bastante atualizado, e praticamente cada mês apresenta números e informações distintas.

Os turistas que se hospedam na rede, segundo palestra proferida por Loris Capogrossi, gestor da rede, no I Seminário Internacional de Hospedagem Domiciliar, são em maioria casais, em 65% dos casos. 15% são famílias e 5% grupos de amigos ou pessoas viajando sozinhas. Há uma distribuição equilibrada entre jovens (35%) e adultos (44%). Já a presença de idosos é rara. A estadia média é de três a cinco noites, e a grande maioria escolhe a rede Bed and Breakfast Brasil pelo clima familiar, pelo preço e pela possibilidade de um contato privilegiado com o local.

Já o perfil dos anfitriões é de pessoas com bom nível cultural, com muitos afiliados artistas e profissionais liberais e de nível de instrução superior. Cerca de 80% são mulheres, mais de 60% já viajaram para o exterior e 50% falam uma ou mais línguas estrangeiras, entre elas inglês, francês, italiano, espanhol e alemão. Em resposta a pergunta "Por que decidiu abrir um b&b?" feita pelos gestores da rede, a maioria dos anfitriões (46%) respondeu que foi para melhorar o balanço familiar. Cerca de 25% vêm no b&b uma forma viável de começar uma atividade empresarial e 18% declararam aderir à atividade para conhecer novas pessoas.

Assim como na rede Cama e Café, a rede Bed and Breakfast Brasil apresenta um perfil dos anfitriões junto à descrição da casa. É possível também fazer uma busca não só por região geográfica mas por áreas temáticas, como "adventure", "cidade-arte", "diving", "eco turismo", "festividade", "floresta", "nightlife", "pesca", "praia", "surf" e "shopping". Não há um setor específico para a descrição do anfitrião mas características pessoais como profissão, gostos e animais de estimação aparecem nos textos, como nos dois abaixo:

Cobertura localizada no agradável Bairro Peixoto, em Copacabana, à poucas quadras da praia. O proprietário, publicitário e escritor, dono de uma simpática cadela

chamada Rebeca, oferece duas suítes desta sua residência. [...]

e

Apartamento localizado a duas quadras da famosa praia de Copacabana, onde a proprietária, uma artista plástica, oferece um espaçoso quarto de casal, com ar condicionado e uma bela vista da praia ou um quarto com cama de solteiro, escrivaninha e ar condicionado. [...]

Apesar de não fazer perguntas do gênero também aos seus hóspedes, a rede acredita<sup>51</sup> na importância da "descrição humanizada" para propiciar a melhor experiência e aumentar as chances de um encontro.

- **Favela Receptiva**

O objetivo da Favela Receptiva<sup>52</sup>, localizada nas comunidades de Vila Canoas e Vila da Pedra Bonita, é fomentar o intercâmbio sócio-cultural e a preservação da mata atlântica, além de conectar voluntários aos diversos projetos comunitários das ONGs locais e das comunidades próximas. Portanto, além da hospedagem domiciliar em residências de favelas, oferece passeios pela cidade do Rio de Janeiro e pelas trilhas do entorno com guias locais e voluntariado.

Segundo os gerentes do projeto,

A hospedagem domiciliar beneficia diretamente as famílias dos proprietários e anfitriões, que recebem de forma direta a maior parte das diárias pagas pelos turistas. Com o dinheiro da hospedagem, os envolvidos com o projeto melhoram seu orçamento e aumentam a qualidade de suas vidas. Jovens da comunidade atualmente são beneficiados com o projeto monitores de trilha, totalmente patrocinado pelo favela receptiva, onde os alunos aprimoram o inglês, aprendem o espanhol básico e tem aulas de preservação ambiental, alicerce para o desenvolvimento turístico sustentável das comunidades. Novas oportunidades de trabalho surgem no comércio local, no artesanato e na rede de hospedagem propriamente, beneficiando os moradores de forma direta. Artesãos e ONGs também ganham bastante com o aumento do fluxo turístico na comunidade.<sup>53</sup>

---

<sup>51</sup> Segundo comunicação pessoal.

<sup>52</sup> [www.favelareceptiva.com](http://www.favelareceptiva.com)

<sup>53</sup> Release institucional do projeto.

Em 2005, no primeiro carnaval em que Vila Canoas e Vila da Pedra Bonita receberam hóspedes, o projeto contou com apenas 4 residências e 3 anfitriões, hospedando 10 turistas por dia. Em 2006, no mesmo período, a taxa de ocupação foi de 30 turistas diários, o que representou um crescimento superior a 100%, de um ano para outro.

Segundo Eneida Santos, gerente do projeto, foi observado o aumento de vendas das pensões, do artesanato e do comércio local. As comunidades começaram a se estruturar para o melhor acolhimento dos visitantes. O bloco de carnaval local, "A Furiosa", que estava desativado, voltou a desfilar pela Estrada da Canoa, próximo às comunidades.

Além dos jovens que tem seu patrimônio intelectual repleto de novos conhecimentos gerados pelo intercâmbio cultural originário do convívio direto com os estrangeiros e brasileiros de outras regiões do país, também observamos o surgimento de novas oportunidades de trabalho e a geração de emprego.<sup>54</sup>

Atualmente, Vila Canoas recebe uma média de 40 visitantes, distribuídos ao longo do dia através do *favela tour*. Esses visitantes contribuem de forma direta para a Parati, ONG local que desenvolve projetos de acompanhamento escolar e promove atividades para as crianças.

Desde 2005, o empreendimento conta com o apoio da incubadora afro-brasileira patrocinada pela Petrobrás. Por isso, a rede de hospedagem domiciliar pode contar com o auxílio de consultores experientes de diversas áreas, como finanças, marketing, direito, assistência social, contabilidade e etc. Recentemente passou a integrar também os projetos incubados no Gênesis, da Pontifícia Universidade Católica - PUC-Rio.

Captando e acolhendo o turista nacional e internacional, o Favela Receptiva contribui diretamente para o desenvolvimento de diversas oficinas que acontecem hoje em Vila Canoas, como a cooperativa de costureiras, o jornal Fala Canoa, o artesanato e a culinária. O objetivo maior é a capacitação dos profissionais da comunidade, que através da contribuição dos turistas que visitam Vila Canoas e a Vila da Pedra Bonita, ajudam as ONGs a dar continuidade aos diversos projetos voltados às crianças, aos adultos e à terceira idade.<sup>55</sup>

A cada dia novos proprietários aderem ao projeto. Em 2006, haviam 10 casas no projeto, hospedando 30 hóspedes nos períodos de alta temporada e, iniciando 2007, já

---

<sup>54</sup> Release institucional do projeto.

há 20 casas, hospedando 57 hóspedes no período de alta temporada. E 11 casas, hospedando 24 turistas nos períodos de baixa temporada.

- **Outros exemplos**

Além disso, há no Rio de Janeiro algumas ofertas de hospedagem domiciliar não organizadas em rede e não formais. Buscando na internet através do *site Google*, e também através de sites específicos de busca e reserva de hospedagem, como [www.bedandbreakfast.com](http://www.bedandbreakfast.com), [www.travellerspoint.com](http://www.travellerspoint.com), [www.lanierbb.com](http://www.lanierbb.com), [www.inn26.com](http://www.inn26.com), [www.hostelsclub.com](http://www.hostelsclub.com) e [www.travel-library.com](http://www.travel-library.com) entre outros, é possível encontrar diversos estabelecimentos que se auto intitulam *bed and breakfast*, entre eles hospedagens domiciliares mas também albergues e pequenos hotéis.

Muitas escolas de línguas que oferecem aulas de português para estrangeiros têm a sua própria rede. Escolas como Bridgetfl<sup>56</sup>, Languages Abroad<sup>57</sup>, A2Z Languages<sup>58</sup>, Bridge Brazil<sup>59</sup> e Ibeu<sup>60</sup> oferecem essa opção de hospedagem a seus alunos. Tanto a A2Z Languages quanto a Bridge Brazil recomendam a hospedagem em casas de família em seus sites:

Não há dúvida que a melhor forma de aprender e melhorar seu português é vivendo com uma família anfitriã local. Você terá a oportunidade de praticar e melhorar o seu português e aprender mais sobre a cultura e o modo de vida brasileiros. (A2Z Languages)

Nós recomendamos fortemente nossos estudantes a ficarem com uma família local durante seus cursos. É uma excelente maneira de praticar seu português e de aprender mais sobre a cultura, pessoas e culinária do país. (Bridge Brazil)

O Ibeu - Instituto Brasil Estados Unidos - funciona há 25 anos, tem 100 famílias cadastradas e já hospedou mais de 800 alunos, provenientes de um convênio com a Universidade da Florida. A Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro - PUC - Rio<sup>61</sup>, também organiza uma rede própria para hospedar seus alunos internacionais.

---

<sup>55</sup> Release institucional do projeto.

<sup>56</sup> [www.bridgetefl.com/brazil.html](http://www.bridgetefl.com/brazil.html)

<sup>57</sup> [www.languagesabroad.com](http://www.languagesabroad.com)

<sup>58</sup> [www.a2zlanguages.com](http://www.a2zlanguages.com)

<sup>59</sup> [www.bridgebrazil.com/accommodation.htm](http://www.bridgebrazil.com/accommodation.htm)

<sup>60</sup> [www.ibeu.org.br](http://www.ibeu.org.br)

<sup>61</sup> [www.puc-rio.br/ensinopesq/ccci/housing.html](http://www.puc-rio.br/ensinopesq/ccci/housing.html)

Vale a pena, ainda, ressaltar o caso de "O Veleiro", pois segundo o site do empreendimento<sup>62</sup>, eles são os "pioneiros" da atividade no Rio de Janeiro. Estando em funcionamento há 8 anos, são provavelmente contemporâneos de outras iniciativas, mas é possível que tenham sido os primeiros há lançarem um *website*. Localizado em Botafogo (o endereço preciso é segredo só divulgado aos hóspedes com reserva confirmada), é uma casa de três andares com oferta de vários quartos.

Apesar da grande oferta de quartos (nove, ao todo), seus proprietários são categóricos ao se definirem como *bed and breakfast*:

Para aqueles não familiarizados ou inseguros sobre o conceito de Bed and Breakfast, deixe-nos explicar: nós *não* [grifo do autor] somos um hotel, albergue ou pousada. Nós oferecemos alguns quartos em nossa residência privada com a hospitalidade que você esperaria encontrar quando visita amigos em outros locais. Nós queremos fazer você se sentir em casa, com os mesmos confortos que você pode encontrar na sua própria casa. (In: [www.oveleiro.com](http://www.oveleiro.com))

E ainda:

Um ambiente de homestay com um *toque pessoal* [grifo do autor] para fazer você se sentir como se estivesse realmente *na sua casa longe de casa!* [grifo do autor] Com uma rica dose de hospitalidade brasileira e cheio de dicas para onde ir, o que fazer e como fazer tudo isso de maneira segura na sua estadia aqui! (In: [www.brazilbedandbreakfast.com](http://www.brazilbedandbreakfast.com))

Os gestores de O Veleiro responderam ao email solicitando o agendamento de uma visita ao empreendimento, mas alegaram que não teriam como receber devido à "falta de tempo e reformas acontecendo na casa". Apesar de solicitado, não enviaram mais informações sobre o projeto.

---

<sup>62</sup> [www.oveleiro.com](http://www.oveleiro.com) e [www.brazilbedandbreakfast.com](http://www.brazilbedandbreakfast.com)

### 3. DÁDIVA E HOSPITALIDADE

Será feita, em seguida, uma articulação entre as questões atuais relacionadas à hospitalidade domiciliar comercial e as premissas implícitas nos conceitos de encontro e hospitalidade, tais como reciprocidade, gratuidade e espontaneidade. Para compreender melhor o conceito de hospitalidade, será utilizado o referencial teórico antropológico da teoria da dádiva, consagrada nos estudos de Marcel Mauss, que inspira algumas vertentes de estudos contemporâneos da hospitalidade.

#### 3.1. Marcel Mauss e o *Ensaio sobre a Dádiva*

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

A obra de Mauss tem inspirado a reflexão de diversos cientistas sociais contemporâneos, das mais diversas inclinações teóricas. Segundo Lanna (2000), a inspiração de Mauss é aceita por sociólogos (de G. Gurvitch a P. Bourdieu, passando pelo grupo do *Collège de Sociologie*), escritores ou filósofos (R. Callois, G. Bataille), historiadores (F. Braudel e a escola dos *Annales*) ou mestres da Antropologia inglesa (A. R. Radcliffe-Brown, E. E. Evans-Pritchard, R. Firth).

Atualmente, há um considerável universo de pesquisadores trabalhando acerca da dádiva, considerada um fenômeno importante ou princípio de base de um modelo sociológico, ou até mesmo um novo paradigma. No Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi-Morumbi, em São Paulo, são desenvolvidas pesquisas sob a referência de Mauss para tratar a hospitalidade.

Na França, existe um grupo em torno da *Revue du MAUSS* (Mouvement Anti-Utilitariste des Sciences Sociales), dirigido por Alain Caillé.<sup>63</sup> No Brasil há também um grupo articulado ao grupo MAUSS no programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, liderado pelo professor Paulo Henrique Martins.

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

Mauss afirma que esse é um "fenômeno social total" (MAUSS, 2003, p. 187), já que as regras do sistema de dádivas manifestam-se simultaneamente na moral, na literatura, no direito, na religião, na economia, na política, na organização do parentesco e na estética de uma sociedade qualquer. Além do aspecto econômico envolvido em uma troca, ela implica sempre também outros aspectos, políticos e, principalmente, pessoais.

Além disso, não são apenas bens e riquezas que são trocadas, ou seja, bens econômicos no sentido estrito, mas sobretudo

amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos, e nos quais a circulação de riquezas não é senão um dos termos de um contrato bem mais geral e bem mais permanente. (*op cit*, p. 191)

Note-se que as trocas não são só materiais: a circulação pode implicar prestações de valores espirituais, assim como maior ou menor alienabilidade do que é trocado. (LANNA, 2000)

Um aspecto fundamental também discutido por Mauss (2003) é o fato de as trocas serem simultaneamente voluntárias e obrigatórias, interessadas e desinteressadas, úteis e simbólicas. Coexistem, portanto uma liberdade e uma obrigação de dar e receber, assim como uma liberdade e uma obrigação de retribuir.

---

<sup>63</sup> Vide o site <http://www.revuedumauss.com>

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

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

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

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

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

Lanna (2000) afirma que a antropologia de Mauss é uma sociologia do símbolo, da comunicação; "é ainda nesse sentido ontológico que toda troca pressupõe, em maior ou menor grau, certa alienabilidade". Ao dar, dá-se sempre algo de si e, ao aceitar, o recebedor aceita algo do doador. Ele deixa, ainda que momentaneamente, de ser um outro; a dádiva aproxima-os, torna-os semelhantes. (LANNA, 2000) Nas palavras de Mauss (2003, p. 212):

Trata-se, no fundo, de mistura. Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca.

A dádiva, portanto, serve

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

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

### **3.2. A Dádiva na Sociedade Contemporânea**

Segundo Pereira (2000), tudo indica que a teoria da dádiva é uma aparelhagem adequada à apreensão dos mecanismos subjacentes às trocas simbólicas nas sociedades contemporâneas. Para Godbout (1999, p. 20), ela é "tão moderna e contemporânea quanto característica das sociedades primitivas." O mesmo autor afirma, ainda, que "o indivíduo moderno está constantemente envolvido em relações de dádiva" (*op. cit.*, p. 113) e menciona as principais características da dádiva moderna como a presença de

estranhos no sistema (dáviva a desconhecidos); a liberdade; a gratuidade ("Se não existe dádiva gratuita, existe pelo menos gratuidade na dádiva." p. 118); o caráter espontâneo; a dívida (ainda que totalmente diferente em sentido da dívida mercantil) e, finalmente, o retorno, que acontece de vários modos.

Para Godelier (2001), em nossa sociedade, a dádiva se tornou uma operação antes de mais nada, subjetiva, pessoal, individual. "Ele [o dom]<sup>64</sup> é a expressão e o instrumento de relações pessoais situadas além do mercado e do Estado." (*op. cit.*, p. 314) Este é um fenômeno essencial na sociedade contemporânea. Basta pensar no que circula entre amigos, entre vizinhos, entre parentes, sob a forma de presentes, de hospitalidade e de serviços. Mas Godbout (1998, 1999) lembra que, na sociedade contemporânea, ela circula também entre desconhecidos: doações de sangue, de órgãos, filantropia, doações humanitárias, benevolência etc.

Esse autor afirma ainda que a dádiva se "infiltra" nos interstícios dos sistemas do mercado e do Estado. Posição diferente de Godelier (2001), que acredita que o sistema de dádiva se opõe fortemente a esses sistemas. "Assim, em nossa cultura, o dom continua a derivar de uma ética e de uma lógica que não são as do mercado e do lucro, e antes se opõem, resistem a ela." (*op. cit.*, p. 314). Goudbout (1999, p. 188) diz, no entanto, que

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

Para Lanna (2000), se, em determinados contextos, há conflito entre as lógicas da dádiva e da mercadoria, em outros pode haver complementaridade. Assim, "há instâncias onde cada uma dessas idéias opostas se verificam, a mercadoria ora pressupondo ora destruindo a dádiva." (*op. cit.*, p. 23). No caso da hospitalidade, principalmente ao se pensar no âmbito da hospitalidade tradicional, ou seja, de uma rede de serviços que oferece alimento, bebidas e hospedagem a pagamento, essa complementaridade fica bem visível.

### 3.3. Hospitalidade e Dádiva

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

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

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

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

No extremo oposto a esta concepção, pode-se conceitualizar a hospitalidade partindo-se apenas de sua dimensão comercial. O Congresso da Indústria da Hospitalidade<sup>65</sup> a definiu, em 1996, como "a provisão de comidas e/ou bebidas e/ou

---

<sup>64</sup> "Dom" e "Dádiva" são duas traduções diversas para a mesma palavra. No original, em francês, *don*.

<sup>65</sup> *Joint Hospitality Congress*, no original.

hospedagem longe de casa."<sup>66</sup> e o Conselho de Educação Superior<sup>67</sup> britânico como "a provisão de comidas e/ou bebidas e/ou hospedagem em um contexto de serviço"<sup>68</sup>. (apud LASHLEY, 2004)

Há ainda quem a defina como uma qualidade, um valor ou uma atitude, usando mais freqüentemente o termo adjetivado - o ser hospitaleiro.<sup>69</sup> Pires (2001) a interpreta, sem um esforço de revisão crítica, praticamente como sinônimo da cordialidade descrita por Sérgio Buarque de Holanda, expressa como um desejo de intimidade do indivíduo reduzido à parcela social.

Integrando este olhar à perspectiva comercial, a hospitalidade pode ser ainda definida como um conjunto de técnicas de bom atendimento na atividade turística, que podem ser ensinadas, formatadas e reproduzidas.

Segundo Lynch (2004), em 1998, pesquisadores britânicos começaram a debater o conceito de hospitalidade, o que teve como consequência o livro *Em Busca da Hospitalidade*, que oferece diversas perspectivas sobre a hospitalidade. Segundo esse autor, há duas perspectivas amplas de estudos sobre hospitalidade: uma perspectiva administrativa e gerencial, e a perspectiva das ciências sociais. Enquanto a dimensão funcional é o paradigma dominante, o texto de Lashley e Morrison (2004), de maneira geral, representa a perspectiva científica social. A consequência é que o estudo da hospitalidade *per se* torna-se importante, e não simplesmente o estudo da hospitalidade por razões administrativas e gerenciais.

Para Lashley (2004), a hospitalidade pode ser analisada com base em três domínios: social, privado e comercial. Esses domínios são definidos como:

- Social - considera o ambiente social no qual acontece a hospitalidade assim como os impactos das forças sociais na produção e consumo de comida, bebida e acomodação;
- Privado - considera a gama de assuntos associados tanto com a provisão de comida, bebida em residências como com o impacto na relação entre hóspedes e anfitriões;

---

<sup>66</sup> No original: "The provision of food and/or drink and/or accommodation away from home".

<sup>67</sup> No original: Higher Education Funding Council.

<sup>68</sup> No original: "The provision of food and/or drink and/or accommodation in a service context".

<sup>69</sup> O então presidente do Instituto de Hospitalidade, Sérgio Foguel, durante palestra proferida no 2º Encontro Anual do Movimento Brasil de Turismo e Cultura (Rio de Janeiro, dezembro de 2005), a definiu

- Comercial - considera a provisão de hospitalidade como uma atividade econômica e inclui os setores da atividade privado e público.

Para este autor, no entanto, em todos os domínios hospitalidade é fundamentalmente troca.

Em todas as perspectivas a hospitalidade é interpretada como uma forma de relação humana baseada na ação recíproca entre visitantes e anfitriões. Portanto, ela está associada à relação social, aos vínculos, em suma, à dádiva. Segundo Decker (2004, p. 189),

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

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

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

Isso não significa, no entanto, que hospitalidade como dádiva não possa ocorrer em espaços e atividades de caráter comercial. Se for verdade que na hospitalidade comercial, a reciprocidade é primariamente baseada em troca monetária (LASHLEY, 2004), não há impedimento que a relação entre hóspede e anfitrião extrapole aquela proposta pelo contrato. Nas palavras de Camargo (2004, p. 46),

na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato, sendo que esse "após" deve ser entendido como "para além do" ou "tudo o que se faz além do..." contrato.

Para Godbout (1999, p.200), "a dádiva contém sempre um além, um suplemento, um algo a mais que a gratuidade tenta denominar. É o valor do vínculo."

---

como a "cultura brasileira da hospitalidade a maneira de receber, a alegria, a cordialidade, o colorido, aconchego que encanta tanto os brasileiros que vão a outras regiões bem como os estrangeiros."

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

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

É justamente esse espaço praticamente protegido de possíveis vínculos que traz a sensação moderna de liberdade. Basta pensar nos grandes hotéis, impessoais, onde não há signos que permitam o reconhecimento nem mesmo da cidade ou país onde está localizado, e nos quais se cria um ambiente "neutro" que permite que se assumam os papéis que são escolhidos, protegidos pela máscara de um ser desconhecido. Guerrier (1997, apud LASHLEY, 2004) argumenta inclusive que a ausência de hospitalidade e a anônimidade dos grandes hotéis é parte de sua atração.

Para Godbout (1999, p. 188)

a cultura moderna, ao invés de se preocupar principalmente com aquilo que nos vincula uns aos outros, visa, em primeiro lugar, a libertar-nos dos outros, emancipar-nos dos vínculos sociais concebidos como formas de obrigação inaceitáveis.

Esse autor (*op. cit.*), no entanto, acredita que "a dádiva também pretende sujeitar os outros sistemas à sua lei, que consiste em liberar a troca e fazer surgir algo imprevisto, fora das regras." É nesse sentido que Dencker (2004, p. 189) afirma que

as relações de mercado não existem isoladamente, coexistem com outras formas de relação de troca, uma vez que faz parte da condição humana interagir com o outro, trocar emoções, compartilhar sonhos, esperanças,

tristezas, aflições, reconhecer e ser reconhecido pelo outro.

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

Um ambiente onde há pouco espaço para trocas interpessoais, onde não há espaço para encontros, causa, em geral, a sensação de hostilidade. Contrariamente, um ambiente hospitaleiro e acolhedor favorece encontros, formação de vínculos entre desconhecidos ou reforço de vínculos entre conhecidos. Para Jovchelovitch (1998, p. 80),

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

A vida humana depende da ação dos indivíduos e de sua interação. O ser humano é um ser portador de necessidades que só se realizam através dos relacionamentos entre os humanos (BUBER, 2004). O reconhecimento de um outro ser como humano implica na capacidade de percepção das suas necessidades de recursos materiais, bens simbólicos e da presença de outro ser humano. Para Boff (2005, p. 169), "dialogar é entrar em reciprocidade e intercambiar. Todo ser humano é um ser dialogal porque sua existência é sempre coexistência e interdependência. Por isso precisamos uns aos outros para sermos humanos."

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

Provavelmente foi pensando em locais assim que, em 1984, o sociólogo Krippendorf (2003, p. 83), um dos primeiros autores a discutir os impactos negativos do turismo e postular a necessidade de se estudar, planejar e realizar o que mais tarde viria a ser chamado de "turismo sustentável", afirmou que "chegaria até a dizer que as relações entre turistas e os autóctones são de tal porte que as oportunidades de se estabelecer contatos humanos verdadeiros são mais fracas do que nunca."

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

Na rede comercial da hospitalidade, alguns locais oferecem maior espaço para encontros e estabelecimento de vínculos. Normalmente são estabelecimentos menores e com ligações profundas com a comunidade onde estão localizados, muitas vezes com administração familiar. A hospedagem domiciliar, particularmente o *bed and breakfast*, parece ser um desses espaços privilegiados de encontro.

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

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

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

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

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

#### 4. METODOLOGIA

"A caminhada do conhecimento consiste em fazer um ir e vir incessante entre as certezas e as incertezas, entre o elementar e o global, entre o separável e o inseparável."

(Edgar Morin)

A metodologia desenvolveu-se fundamentada com base na abordagem qualitativa, que segundo Minayo (1996, p.24),

é aquela que não se preocupa em quantificar, mas sim em compreender e explicar a dinâmica das relações sociais que, por sua vez, são depositárias de crenças, valores, atitudes e hábitos. Trabalha com a vivência, com a experiência, com a cotidianidade e também com a compreensão das estruturas e instituições como resultados da ação humana objetivada.

A operacionalização da pesquisa empírica efetuou-se por meio da adoção de um conjunto de técnicas de coletas de informações. Utilizou-se como método para obtenção de dados entrevistas individuais semi-estruturadas acompanhadas de um diário de campo.

A opção pela entrevista semi-estruturada foi feita por essa oferecer as perspectivas possíveis para que o informante tenha liberdade para responder, de modo espontâneo. Segundo Dauster (1999), pode-se considerar a entrevista semi-estruturada como uma "entrevista por pautas", por ser flexível e apresentar certo grau de estruturação, guiada por relação de pontos de interesse que o entrevistador explora ao longo de seu curso. Além disso, essa técnica apresenta grande poder de retro-alimentação, o que possibilita seja estimulado o seu desenvolvimento e a abordagem de assuntos e nuances não previstos inicialmente, permitindo, também, participação efetiva do entrevistado na definição do conteúdo da pesquisa.

Para Flick (2002, p. 107),

a vantagem desse método é que o uso consciente de um guia de entrevista aumenta a comparabilidade dos dados, e sua estruturação é intensificada como resultado das questões do guia.

O roteiro para as entrevistas tem conteúdo baseado no referencial teórico e nas sondagens de campo, visando a livre expressão das experiências do sujeito, a partir de perguntas formuladas de modo a facilitar suas descrições.<sup>70</sup>

Em uma entrevista semi-estruturada, o roteiro básico da pesquisa se mantém, mas, há espaço para sua ampliação, na medida que fatos novos, antes não pensados, aparecerem, sendo acumulados e utilizados no curso das novas entrevistas. Como diz Minayo (1996), "o trabalho qualitativo coloca interrogações que vão sendo discutidas durante o processo de trabalho de campo".

Em uma pesquisa que tem como objeto o encontro, não há como se escapar de pensar o próprio momento da entrevista como tal. Afinal, se essas situações de contato exigem atenção redobrada por parte do pesquisador, pois ele corre o risco de ver a entrevista escapar-lhe completamente das mãos e perder-se dos objetivos da pesquisa, esta também pode ser construída como um "encontro social", cujas características, entre outras, seriam a empatia, a intuição e a imaginação. Ocorre nela uma penetração mútua de percepções, sentimentos, emoções, enfim, uma troca de experiências mútuas, que não necessariamente deve comprometer a qualidade do trabalho. De fato, todas as entrevistas são formas especiais de conversação e, neste sentido, interativas.

A definição de critérios segundo os quais foram selecionados os sujeitos que compõem o universo de investigação é primordial, pois interfere diretamente na qualidade das informações a partir das quais será possível construir a análise e chegar à compreensão mais ampla do problema delineado.

Dois grupos de sujeitos foram entrevistados na pesquisa: moradores que recebem em suas casas - os anfitriões, e seus hóspedes - os turistas. Para facilitar o trabalho de análise, algumas perguntas foram formuladas de modo similar para os dois grupos. Perguntas diferentes, específicas das condições de hóspede ou anfitrião, também foram formuladas.

Os turistas entrevistados foram sempre hóspedes dos anfitriões já entrevistados. As entrevistas ocorreram em português, inglês e italiano. Nenhum hóspede precisou ser descartado como entrevistado por dificuldades de comunicação.

Todos os entrevistados foram informados do propósito da pesquisa e participaram de forma voluntária, com a garantia de que seus nomes seriam mantidos

---

<sup>70</sup> Vide Anexos I e II.

em sigilo. As entrevistas, em sua maioria, foram conduzidas na residência onde ocorre a hospedagem. Além de oferecer um ambiente tranquilo e privado, esta está intrinsecamente ligado ao tema da entrevista.

O diário de campo e, principalmente, as entrevistas, compõem os dispositivos de investigação que vão se abrindo e "construindo" o campo de investigação. Os acontecimentos e os conhecimentos que surgem neste campo vão sendo utilizados e incorporados nos passos seguintes.

Para essa pesquisa dois roteiros foram formulados, um para o grupo de entrevistados dos anfitriões, outra para o grupo de hóspedes. Estes foram testados e validados em duas entrevistas exploratórias, realizada em fevereiro e março de 2006, e depois revisados e modificados, atingindo o formato final.<sup>71</sup>

O estudo exploratório teve por finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias, e desta maneira formular questões mais precisas ou direcionar melhor estudos posteriores. As entrevistas exploratórias serviram para a familiarização com o campo, ajudando assim a construção dos instrumentos de pesquisa e testando a sua adequação.

#### **4.1. Em busca do campo de estudo**

Inicialmente o local escolhido para a pesquisa de campo tinha sido a Ilha Grande. Essa primeira escolha foi baseada na discussão sobre a possibilidade de se estabelecer uma rede de *bed and breakfast* na Ilha, ocorrida durante a segunda fase do projeto *Turismo Inclusivo* desenvolvido pela COPPE/UFRJ, com o apoio do BNDES, em 2004.

No entanto, após uma viagem exploratória à Vila de Abraão, em novembro de 2005 e a discussão com especialistas, lideranças locais e pessoas envolvidas com a atividade turística apresentarem e analisarem diversos aspectos locais, percebeu-se a não adequação do local aos propósitos da pesquisa.

---

<sup>71</sup> Vide ANEXOS 1 e 2.

A rede Cama e Café, com sede no Rio de Janeiro, oferecia um campo de estudo mais interessante e viável, mas a implicação de pesquisadora previamente envolvida profissionalmente na rede trazia também grande apreensão.

Paralelamente, uma nova rede de *bed and breakfast* havia se formado no Brasil, incluindo casas no Rio de Janeiro, abrindo o campo de pesquisa à possibilidade de uma outra rede. Após contato inicial com os gestores da empresa, obteve-se destes a aprovação e estímulo para realizar a pesquisa no âmbito da rede Bed and Breakfast Brasil (B&B Brasil).

Cinco casas foram indicadas pelos gestores da rede como sendo realmente *bed and breakfast*, ou seja, onde os proprietários também habitam no mesmo local onde recebem os hóspedes. Com o campo então aparentemente determinado, decidi partir para as primeiras entrevistas - a um anfitrião e a um hóspede -, que serviriam como teste e guia para o prosseguimento da pesquisa. F<sup>72</sup>, proprietário de uma casa em Santa Teresa, além de administrar o seu *bed and breakfast*, era sócio e gestor da rede nacional, além de responsável pelas reservas nacionalmente. Foi, por isso, escolhido para ser o primeiro entrevistado. A segunda entrevista teste foi, seguindo a lógica das entrevistas casadas, com uma hóspede sua.

#### **4.2. "Prefiro assim: casa" - As entrevistas exploratórias**

No dia 06 de fevereiro de 2006 foi feita a primeira entrevista dessa pesquisa. A experiência foi muito interessante, a conversa fluiu de modo tranquilo e o roteiro pré-estabelecido mostrou-se parcialmente adequado. Algumas perguntas extras foram incluídas, em virtude da dupla posição do entrevistado, que é simultaneamente anfitrião e gestor da rede. Infelizmente, devido a má qualidade da gravação, foi impossível fazer a transcrição da entrevista e assim aproveitá-la melhor.

O anfitrião e sua mulher recebem em sua casa há seis anos e desde 2004 integram a rede *Bed and Breakfast Brasil*. Eles têm seis quartos disponíveis aos hóspedes, apesar de apenas divulgarem três, pois de acordo com eles, este é o limite máximo previsto na legislação brasileira.

---

<sup>72</sup> Todos os nomes de entrevistados nessa dissertação apareceram sob a forma de letras.

Após a entrevista, fui conhecer a casa e fui apresentada a alguns hóspedes, que estavam relaxando na piscina. Notei que as grandes "portas-janelas" dos 3 quartos dos hóspedes, que dão para a piscina, estavam completamente abertas, o que denota uma não preocupação quanto a privacidade e segurança.

Um casal de hóspedes da Sérvia, que tinha sido indicado por um austríaco morador de Santa Teresa e amigo do anfitrião, sugeriu que este ligasse para esse amigo para se encontrarem a noite. O anfitrião prontamente sugeriu preparar um jantar para todos em sua casa, e um clima de organização de festa se instaurou.

O ambiente refletiu as palavras do anfitrião, que disse não se sentir trabalhando, mas recebendo amigos em casa. Para ele, além do valor econômico, o b&b oferece a oportunidade de conhecer novas pessoas e estabelecer novos vínculos. Esses, no entanto, parecem bastante temporários, pois ele admite não manter os contatos por muito tempo na maioria dos casos.

A segunda entrevista foi feita no dia 10 de março com uma hóspede italiana deste anfitrião, que disse que a melhor coisa de se hospedar em um b&b é conhecer pessoas e ver o modo de vida da população local.

Aos 29 anos, diretora de vídeos e dançarina de flamenco, ela veio ao Brasil de férias, por um mês ao principio, mas acabou ficando mais tempo e já está aqui há três meses e ainda não sabe até quando fica. Está aproveitando esse período também para preparar um novo projeto para um documentário. Ela está há seis dias hospedada na casa desse anfitrião, mas já esteve um mês em outro b&b em Santa Teresa e depois na casa de amigos. Esteve também por alguns dias em outras localidades no estado do Rio. Sobre a escolha de um b&b ao invés de um hotel, ela deixa bem claro logo de início:

"Prefiro assim: casa."<sup>73</sup>

Quanto a menor privacidade, ela não considera um problema, ao contrário, em sua fala isso parece até mesmo uma vantagem.

Bem, obviamente, tem menos privacidade que em um hotel, mas, na realidade, na minha opinião, a privacidade, se você quer estar no teu quarto, você tem, mas ao mesmo tempo, se você está no resto da casa, obviamente deve conviver com outras pessoas. Mas, eu gosto porque eu gosto de conhecer outras pessoas, me interessa.<sup>74</sup>

<sup>73</sup> No original: "Prefiro cosi: casa".

<sup>74</sup> No original: "Beh, ovviamente, c'è meno privacy che in un albergo, però, in realta, secondo me, la privacy, se vuoi stare nella tua stanza, ce l'hai, pero allo stesso tempo, se stai nel resto della casa,

A questão financeira também aparece, sendo o b&b muitas vezes uma opção mais econômica que um hotel, mas de forma secundária. Quando perguntada quais as vantagens de se hospedar em uma casa, a primeira vantagem a ser enumerada é a possibilidade de se envolver na vida dos anfitriões.

E... você se envolve na vida das pessoas, se envolve nas coisas que acontecem, eu gosto disso.<sup>75</sup>

Mas logo após ela acrescenta:

E também você gasta menos, isso é uma outra vantagem.<sup>76</sup>

Curioso é notar que quando ela afirma que se sente entre amigos, ela diz se sentir uma "hóspede", ressaltando o lugar da hospitalidade na construção das relações interpessoais.

Sabe, aqui a situação que temos tantos amigos em comum, porque ele é amigo de um meu amigo, assim se cria um grupo de pessoas que se freqüentam, se vêem, etc, é muito, assim, amigável, é como estar hóspede mas em um bed and breakfast.<sup>77</sup>

No entanto, ela reconhece que a hospitalidade comercial é distinta do receber amigos, e tem suas próprias regras. Principalmente quando a experiência é negativa, como no caso do b&b em que esteve hospedada antes, quando essa distinção se fazia mais clara.

No entanto você é também um cliente, não? E portanto devem te tratar como tal, não? E portanto... quer dizer, lá era muito... assim, não tinha aquele respeito que na minha opinião é fundamental se você faz um bed and breakfast. Pode ser amigo quanto quer mas existem regras a serem respeitadas, não? No entanto lá era uma situação um pouco caótica...<sup>78</sup>

O mais interessante dessa experiência foi que a entrevista em si foi uma espécie de encontro. O ambiente relaxado onde foi feita, na varanda da piscina, com vista panorâmica para o bairro de Santa Teresa, além do dia - sexta-feira- e horário da

---

ovviamente devi convivere com altre persone. Però, a me piace perche me piacciono conoscere altre persone, me interessa."

<sup>75</sup> No original: "E... sei coinvolto nella vita delle persone, sei coinvolto nel quello che succede, a me quello mi piace."

<sup>76</sup> No original: "E poi spende meno, quello é altro vantaggio."

<sup>77</sup> No original: "Sai, qua é la situazione che abbiamo tanti amici in comune, perche comunque lui é amico di un mio amico, cosi si creano un grupo di persone che se frenquentano, se vedono, etc, é molto, cosi, amichevole, é come stare ospite pero in un bed and breakfast."

<sup>78</sup> No original: "Comunque tu sei anche un cliente, no? e quindi devono trattarte come tale, no? e quindi... cioé, li era molto... cosi non c'era quello rispetto che secondo me é fondamentale si fai un bed and

entrevista - oito da noite, também provavelmente contribui para criar a sensação de uma conversa entre amigos.

Apesar de meu papel claro de pesquisadora, e de não estar hospedada, apenas de passagem por algumas poucas horas, pude sentir o clima favorável a contatos e encontros de forma intensa.

O próximo passo foi fazer contato com as cinco casas indicadas. Através do telefone eu agendaria uma breve visita às casas e aos anfitriões. Além do anfitrião já entrevistado, consegui marcar com outras três anfitriãs. A quinta anfitriã indicada pelos gestores, no entanto, deixou claro no contato telefônico que nunca tinha recebido hóspedes, não mantinha contato atualmente com a rede e não estava disposta a ajudar muito.

Na visita à primeira anfitriã também descobri que ela nunca tinha recebido hóspedes, e por causa de um problema no banheiro, não tinha perspectivas de recebê-los tão cedo. As visitas às casas da segunda e terceira anfitriãs foram interessantes e elas se mostraram como futuras entrevistadas adequadas aos objetivos dessa pesquisa.

No entanto, o anfitrião entrevistado, apesar de ter sido objeto da entrevista exploratória, deveria ser descartado por ser também sócio e gestor da rede, contrariando o princípio de homogeneidade na pesquisa. Além disso, o fato dele ter seis quartos a disposição põe em dúvida a caracterização do espaço como *bed and breakfast*.

Estava portanto diante de um dilema, pois duas casas não seriam suficientes para o desenvolvimento da pesquisa.

### **4.3. Revisando a metodologia**

Decidi então enfrentar meus medos e incluir na pesquisa a rede Cama e Café. Me ajudou na decisão o texto "Observando o familiar", de Gilberto Velho (1978). O autor, faz observações interessantes sobre o processo de descoberta, apontando que “o que vemos e encontramos pode ser familiar, mas não é necessariamente conhecido e o

---

breakfast. Puoi essere amico quanto vuoi ma ci sono delle regole a rispettare, no? Invece li era una situazione un po caotica...”

que não vemos e encontramos pode ser exótico, mas até certo ponto conhecido” (1978, p.39). O grau de familiaridade com o objeto de estudo pode se constituir em um empecilho, se for considerado igual a conhecimento: uma reflexão sistemática e crítica sobre o que já se julga como conhecido leva a um re-conhecimento do objeto.

O autor salienta que o que permite ao antropólogo desenvolver pesquisa no meio urbano é o fato dele conseguir - devido à sua própria formação intelectual - transitar por diversos mundos e, ao mesmo tempo, não ser englobado por nenhum. Esse multipertencimento do pesquisador é o que faz com que ele obtenha um "estranhamento crítico diante do próximo" (*op. cit.*, p. 18).

Com esta mudança, além de ter a disposição um número suficiente de possíveis entrevistados, estaria abrangendo as duas redes formais de *bed and breakfast* existentes no Rio de Janeiro, dando maior abrangência e representatividade à dissertação.

Como a quantidade de quartos é um dos fatores levantados na caracterização de um *bed and breakfast* segundo algumas definições, e também por acreditar que um ambiente menor é mais marcado pelo clima doméstico e familiar, escolhi trabalhar com casas que dispõe de apenas um quarto para receber os hóspedes.

Contactei então os gestores da rede Cama e Café, informando sobre os objetivos e metodologia proposta da pesquisa. Eles aceitaram e se dispuseram a me ajudar, e me informaram que havia na rede onze casas nessa situação. Destas, duas foram classificadas como "superior plus", uma como "superior" e as oito restantes como "econômicas". Essa onze, somadas às duas da rede Bed and Breakfast Brasil, resultariam nas treze casas que formavam o grupo inicial considerado universo dessa pesquisa.

Para iniciar os contatos, pedi aos gestores da rede Cama e Café a lista com os nomes e telefones dos onze anfitriões indicados. Como estavam no meio dos preparativos para um importante evento<sup>79</sup> no bairro de Santa Teresa, onde as casas estão localizadas, pediram para que eu entrasse em contato novamente em um mês. Passado o prazo pedido, entrei novamente em contato, tanto via telefone, como por email, enviando em anexo os roteiros das entrevistas. Por algum tempo insisti sem conseguir obter resposta. Finalmente, consegui falar por telefone com um dos gestores, que então me informou que haviam reconsiderado o pedido de ajuda na pesquisa, alegando que os

---

<sup>79</sup> "Arte de Portas Abertas". Para mais informações, ver o site: [www.chavemestra.com.br](http://www.chavemestra.com.br)

anfitriões já estavam "assoberbados" de entrevistas, e temiam chateá-los. Além disso, haviam visto no roteiro de entrevista enviado algo relativo a "ganhos"...

Mais uma vez me vi perdida, e um tanto desanimada, em meu campo de pesquisa. Mas como eu ainda tinha uma antiga relação de anfitriões da rede (da primeira metade de 2005), com endereços e telefones, decidi continuar a pesquisa mesmo sem o apoio oficial, partindo para os anfitriões que eu conseguisse contactar diretamente através de meus contatos pessoais. Consultei o site para tentar atualizar a lista, mas percebi que este não tinha se modificado desde a minha saída da empresa, constando inclusive casas que já não pertenciam mais a rede desde essa época.

Então começaram os telefonemas. Foram vários. Com a lista na mão, com cerca de 30 nomes, fui ligando de um em um. Muitos já não recebiam, outros tinham se mudado. Alguns não conseguia nunca encontrar em casa, deixava recado com parentes e em secretárias eletrônicas. Ao fim, consegui contactar sete anfitriões da minha lista, que recebem regularmente e têm apenas um quarto a disposição dos hóspedes. Desses sete, dois haviam se desligado da rede mas ainda recebiam independentemente. Decidi incluí-los na pesquisa, e assim obter um resultando ainda mais amplo do estado da arte da hospedagem domiciliar no Rio de Janeiro. Consegui o contato também de outros três anfitriões (que não constavam na lista e nem no site), através de indicações de amigos e dos próprios anfitriões.

Esses nove anfitriões não estavam com hóspedes nem tinham reserva no momento do meu primeiro contato, pois estávamos na baixa temporada, mas ficaram de me avisar caso tivessem alguma previsão. De tempos em tempos, eu ligava para cada um deles, para lembrá-los da pesquisa.

Paralelamente, retomei o contato com os gestores da rede Bed and Breakfast Brasil. Meu contato inicial havia se afastado da rede, e outro gestor assumido a função. Ele se mostrou bastante prestativo e acolheu bem a idéia da pesquisa. Dos nomes passados anteriormente, disse só conhecer realmente os dois que eu tinha determinado como possíveis entrevistados, e me pediu para consultar no site quem eu gostaria de fazer contato.

O site da empresa havia sido reformulado, e parece atualizado. Segundo esse, oito casas se enquadrariam no perfil estabelecido para a pesquisa, o que foi passado ao gestor da rede por email. Este me respondeu prontamente, mas me passou apenas outros três contatos, além dos dois que eu já tinha.

Ao final, foram mapeados um total de 14 casas a serem pesquisadas e já com comunicação estabelecida. Entrevistando os 14 anfitriões e um hóspede de cada casa, poderia contar com 28 entrevistas. Por opção metodológica, no entanto, defini que só entrevistaria o anfitrião quando ele estivesse recebendo um hóspede, criando assim entrevistas casadas.

Até o final do ano de 2006, eu estava com apenas 6 entrevistas (três de anfitriões e três de hóspedes) realizadas. O motivo era a baixa temporada. A maioria das pessoas contactadas diziam ter reservas certas apenas para o período do carnaval. Algumas me disseram receber em média duas vezes ao ano, outras recebem mais vezes, mas basicamente entre os meses de dezembro e março.

Em apenas um caso, um hóspede se recusou a dar entrevista. Apesar dele não ter justificado a recusa, vale lembrar que entrevistar turistas de férias pode ser uma tarefa difícil, devido à costumeira falta de tempo de quem visita por poucos dias uma cidade que não conhece, além da dificuldade de se marcar horário e criar compromissos justamente no momento em que mais se quer ver livre desse tipo de responsabilidade.

Em fevereiro de 2007, concluí dezesseis entrevistas (oito de anfitriões e oito de hóspedes), cinco de associados a rede Cama e Café, e três de associados a rede Bed and Breakfast Brasil. Segundo Dauster (1999), no que diz respeito ao número de pessoas entrevistadas, o procedimento que se tem mostrado mais adequado é o de ir realizando entrevistas (a prática tem indicado uma média de 20, mas isso varia em razão do objeto e do universo de investigação), até que o material obtido permita uma análise mais ou menos densa das relações estabelecidas naquele meio e a compreensão de "significados, sistemas simbólicos e de classificação, códigos, práticas, valores, atitudes, idéias e sentimentos" (*op. cit.*, p. 2).

A fase seguinte da pesquisa foi a sistematização do material. Para a análise foram estabelecidos temas e classificados trechos das entrevistas, cruzando informações aparentemente desconexas, interpretando respostas, notas e textos integrais que seriam codificados em "caixas simbólicas". O trabalho foi exaustivo principalmente por tratar-se de dois grandes grupos de análise - anfitriões e hóspedes.

Após a leitura das entrevistas transcritas, algumas palavras, temas e conceitos apareceram de modo recorrente. Nove foram inicialmente selecionadas e investigadas

nos textos: lar, amizade, contatos/interação, desdobramentos, aprendizagem/informações, privacidade, diferença com hotéis, cultura e autenticidade. Foram também ressaltados os pontos negativos mencionados. Além disso, algumas expressões típicas e extremamente reveladoras da relação de dádiva foram selecionadas na análise. Com isso, partiu-se para um reagrupamento, relacionando-o ao referencial teórico utilizado.

Ao final, chegou-se a cinco principais temas de análise, dentro do contexto da dádiva e da hospitalidade, reconhecidas no processo por se tratarem de temas recorrentes no material teórico levantado, sendo que três de valoração positiva e dois de valoração negativa. No primeiro grupo incluem-se: sensação de lar e acolhimento, percebida por anfitriões e hóspedes; interações e relações pessoais, que podem ser subdivididas nos sub-temas amizade, desdobramentos, aprendizado e informações; e diferenciais desse modo de hospedagem. As temáticas de valoração negativa foram divididas em questões relativas à privacidade e a limites impostos pela atividade.

Vencida a etapa de sistematização do material coletado, coube proceder a um mergulho analítico profundo, de modo a produzir interpretações e explicações que procuraram dar conta, em alguma medida, do problema e das questões que motivaram a investigação. Aqui, como em todas as etapas de pesquisa, foi preciso olhar e sensibilidade armados pela teoria, operando com conceitos do referencial teórico como se fossem um fio de Ariadne, que orienta a entrada no labirinto e a saída dele, constituído pelos documentos gerados no trabalho de campo.

## 5. *BED AND BREAKFASTS* E RELAÇÕES DE HOSPITALIDADE

### 5.1. Meu encontro com os entrevistados

Foram entrevistadas dezesseis pessoas, sendo oito anfitriões e oito hóspedes. As entrevistas foram todas realizadas em casas que funcionam como *bed and breakfast* na cidade do Rio de Janeiro. Cinco anfitriões entrevistados pertencem a rede Cama e Café, e portanto residem no bairro de Santa Teresa. Os outros três, pertencentes a rede Bed and Breakfast Brasil, residem nos bairros de Ipanema, Leblon e Urca.

Levando em conta o universo dos 16 entrevistados, foi possível desenhar um perfil geral de hóspedes e anfitriões. Este perfil deverá ser levado em conta no momento da análise das entrevistas, pois é possível que esse grupo de pessoas desenvolva relações de hospitalidade do modo percebido, mas pessoas com outros perfis poderiam pensar e se comportar de modo diferente.

Todos os anfitriões entrevistados têm nível superior, sendo que dois têm também pós-graduação. Todos são brasileiros natos, e aqueles que não nasceram no Rio de Janeiro estão na cidade há muitos anos, tendo vindo quando pequenos para a cidade. Sete trabalham na área artística (artistas, produtores e administradores culturais) e um é jornalista. A faixa de renda varia entre 1.500 a 3.000 e 3000 a 5000. Cinco recebem hóspedes a pagamento há três anos ou menos, ou seja, desde que se afiliaram a uma das redes, os outros três recebem há muitos anos (cerca de 10).

**Quadro 8 - Perfil dos Anfitriões**

NACIONALIDADE	NATURALIDADE	ESCOLARIDADE	FAIXA ETÁRIA	RENDA
Bras.	RJ	Superior	51	3000-5000
Bras.	RJ	Pós graduação	35-50	3000
Bras.	RJ	Superior	54	3000-5000
Bras.	RJ	Superior	42	3000-5000
Bras.	MG	Pós graduação	35-50	1500-3000
Bras.	Curitiba	Superior	35-50	1500-3000
Bras.	RJ	Pós graduação	50	3000-5000
Bras.	RJ	Superior	52	1500-3000

Os hóspedes entrevistados são majoritariamente estrangeiros, apenas um é brasileiro. Esse dado segue as estatísticas das redes, em qual o número de hóspedes

estrangeiros supera o de brasileiros. Dos estrangeiros, quatro entrevistados são provenientes dos Estados Unidos e três de países europeus. Todos têm nível superior completo ou incompleto - três ainda estão cursando a universidade. Dois entrevistados têm pós-graduação. A maioria viaja sozinha, está pela primeira vez no Rio de Janeiro e o tempo de permanência é, em média, bastante alto, em comparação à permanência média nos meios de hospedagem tradicionais no Rio de Janeiro (cinco dias, segundo o Rio Convention & Visitors Bureau<sup>80</sup>). A faixa de renda varia bastante, entre as faixas de 1.550 a 3.000, de 3000 a 5000 e mais de 5.000.

**Quadro 9 - Perfil dos Hóspedes**

NACIONALIDADE	ESCOLARIDADE	FAIXA ETÁRIA	RENDA	COMPANHIA	VEZ NO RIO	TEMPO NO BRASIL
EUA	Estudante sup.	30	1500-3000	com amigo	3 <sup>a</sup>	10 dias
EUA, NY	Superior	27	5000	sozinho	1 <sup>a</sup>	1 mês
Alemanha	Estudante sup.	26	1500-3000	com namorado	1 <sup>a</sup>	6 semanas
Brasil, PE	Pós Graduação	33	3000-5000	sozinha	8 <sup>a</sup>	4 dias
USA	Estudante sup.	20	1500-3000	com outros estudantes	1 <sup>a</sup>	3 semanas
USA, California	Superior	55	5000	sozinho	1 <sup>a</sup>	8 semanas
Austria	Pós Graduação	31	4000	sozinho	2	5 meses
Inglaterra, Londres	Superior	+ de 50	+ de 5000	sozinho	1 <sup>a</sup>	17 dias

O nível educacional e cultural é muito similar nos dois grupos pesquisados, e até mesmo a faixa de renda, ainda que haja uma defasagem cambial do Brasil frente a países americanos e europeus, é bastante parecida.

### 5.1.1. Contexto de pesquisa - extratos do Diário de Campo

A seguir, algumas notas tiradas do diário de campo, que podem ajudar na reconstrução do ambiente de pesquisa e na caracterização dos entrevistados.

A primeira entrevista aconteceu em agosto de 2006, em Santa Teresa. O entrevistado, anfitrião da rede Cama e Café, já era meu conhecido da época em que eu tinha trabalhado na rede. Ele é artista, um pouco caladão, tímido, mas muito simpático.

<sup>80</sup> [www.rioconventionbureau.com.br](http://www.rioconventionbureau.com.br)

O apartamento de dois quartos é muito bem decorado e arejado, com uma aparência de casa, como muitos no bairro.

Apesar de já termos conversado muitas vezes em outras ocasiões, a entrevista foi um contato diferente - era claro que uma relação diferente se estabelecia, e a minha ausência no dia a dia da rede há cerca de dois anos e a presença do gravador entre nós deixava tudo bastante claro! Além disso, foi uma espécie de encontro meu com minha atuação como pesquisadora. Ou seja, percebi que em uma dissertação sobre "encontros", eu não poderia escapar de encontros com novas pessoas, reencontros com conhecidos e, principalmente, de encontros comigo mesma.

A entrevista seguinte foi no mesmo dia e local, com o hóspede desse entrevistado. Ele é estudante e está viajando com um amigo pintor, que está preparando um mural na área externa do prédio em que está hospedado. A pintura dura já há alguns dias, e parece ter se tornado o eixo central da viagem dos dois amigos.

A terceira entrevista também foi com uma pessoa já conhecida, associada da rede Cama e Café. O apartamento em um beco escondido em uma das ladeiras de acesso a Santa Teresa é pequeno e bastante simples, com posters de eventos culturais e literários espalhados pelas paredes, denotando claramente a personalidade do proprietário, que atua na área artística. No quarto de hóspedes, guias do Rio de Janeiro e outras cidades brasileiras em uma prateleira dão a dica de que se trata de um local que hospeda turistas. Dois gatinhos circulam pelo ambiente, e um deles se aconchegou no meu colo durante a entrevista. No fim da entrevista, o anfitrião me mostrou seu "livro de hóspedes", um caderno onde os hóspedes escrevem agradecimentos e opiniões e deixam seus contatos.

A próxima entrevista deu-se com o respectivo hóspede, no dia seguinte. O turista em questão havia concordado em participar da pesquisa mas não pode estar presente nesse dia, portanto retornei no dia seguinte, havendo combinado tudo diretamente com o hóspede por telefone celular - emprestado pelo anfitrião a todos os hóspedes que solicitam!

Assim que cheguei, toquei a campainha, e quem desceu para abrir o portão foi o próprio hóspede, dando a impressão de total intimidade com o lugar, realmente parecendo uma pessoa da casa. O anfitrião ainda estava em casa, arrumando-se apressadamente. Me ofereceu um café, se despediu do hóspede lembrando as

instruções do como chegar a um local que ele havia recomendado e saiu para o trabalho, nos deixando a sós para a entrevista.

As duas próximas entrevistas também foram em Santa Teresa, na casa de uma artista plástica do bairro. O casarão de dois andares e ares coloniais é uma daquelas construções que te fazem esquecer por alguns minutos que Santa Teresa está localizada bem no centro de uma cidade grande. No portão, não havia campainha - deve-se bater palmas, o que faz o cachorro da casa latir, e com ele outros tantos da vizinhança. Da janela, a anfitriã sorri e me convida a entrar: "A porta está aberta!". Estamos mesmo no Rio?...

A entrada da casa (não a principal, mas a mais utilizada) é através de um atelier de cerâmica, local onde a entrevista é feita. É de manhã e os hóspedes ainda estão dormindo. A anfitriã responde as perguntas enquanto prepara o barro. Ela fala pouco, parece um pouco cansada da atividade. Apesar de no decorrer da entrevista não ter levantado muitos pontos negativos, antes de começarmos oficialmente, com o gravador desligado, ela me segreda que está pensando em se desligar a rede. "Dá muito trabalho, e não paga assim tão bem..."

No momento que encerro a entrevista os hóspedes, um casal europeu, já acordaram e estão tomando o café da manhã. Eles não se incomodam de fazer a entrevista ao mesmo tempo que comem. Eu pergunto qual dos dois gostaria de ser entrevistado, a entrevistada se candidata, mas seu namorado permanece na sala ouvindo e, através de expressões faciais, concordando com ela em diversos momentos.

Estamos em outubro, e finalmente consigo marcar outra entrevista. A entrevistada está a trabalho, veio ao Rio participar de um congresso. Como ela está mais sem tempo, marcamos no local do evento, um casarão de Santa Teresa que funciona como centro cultural. Essa é a primeira (e será a única) entrevista que acontece fora da casa onde se está hospedado.

Uma semana depois consigo marcar com a anfitriã correspondente. Apesar dela participar da rede Cama e Café, não havíamos trabalhado juntas e eu apenas a conhecia de vista. Fizemos a entrevista na varanda de um enorme casarão, rodeadas por gatinhos (vivos e em forma de escultura de todos os tamanhos, espalhados pela casa) e tartarugas. Ela é jornalista, pós-graduada e fortemente atuante no bairro em projetos de desenvolvimento sustentável, o que acaba aparecendo em seu discurso durante a entrevista. A anfitriã também tem um caderno de registros, presente de uma de suas

hóspedes, com várias declarações e agradecimentos, além de fotos e contatos de seus hóspedes passados. Como ela já recebe há muito anos, o livro está bem cheio! Na saída, ela deixa comigo seu cartão de visitas, especialmente feito para divulgar sua atividade no bed and breakfast. Noto que não há nele nenhuma referência à rede a qual ela pertence.

Estamos em janeiro, e finalmente consigo retomar a pesquisa! Espero poder aproveitar a alta temporada de turismo no Rio, já que nos meses anteriores tive muita dificuldade de conseguir encontrar hóspedes para serem entrevistados... Agora até o carnaval, que esse ano cai em meados de fevereiro, espero conseguir concluir a fase de entrevistas da pesquisa.

Essa é a primeira entrevista com uma anfitriã da rede B&BBrasil. Em março de 2006 eu já tinha tido contato com ela, estive na bela casa na Urca e conversamos informalmente. No entanto, desde aquele período até então, não havia conseguido combinar nada, em todos meus telefonemas e tentativas, pois nunca havia hóspedes ou reservas antecipadas. A casa (enorme, de dois andares, com cinco quartos e cinco salas!) foi construída pela avó da entrevistada, que, aos 98 anos, ainda vive no local; é a residência das quatro gerações da família, além de duas empregadas e os hóspedes eventuais. No caminho para a casa, pensei em como Urca e Santa Teresa têm tantas coisas em comum. Além de serem ambos raros bairros cariocas com predominância de casas, há em ambos um clima de cidade pequena, cidade do interior. Uma atmosfera bucólica, charmosa, ou, entrando no clima da pesquisa, hospitaleira...

Na mesma noite, entrevistei a hóspede, uma estudante universitária americana, que está no Rio participando de um programa internacional da Universidade da Pennsylvania. Esse programa, além de estar diretamente ligado a criação da rede Cama e Café, como explicado por uma entrevistada anterior, parece ser a principal "fonte de hóspedes" de muitas famílias anfitriãs na cidade. A partir dessa entrevista, me dou conta da existência de inúmeras redes de hospedagem domiciliar organizadas por universidades e escolas de língua no Rio.

A próxima entrevista, com uma anfitriã da rede BBBrasil, é em Ipanema, bairro bem diferente dos outros dois últimos. No entanto, a atmosfera da casa, ou melhor, apartamento (estamos no nono andar!), não é assim tão diferente. A anfitriã está fazendo doutorado em antropologia e arte, e o apartamento é cercado de obras de artes. A

decoreção, de alguma forma, lembra algumas casas visitadas. Digamos que até agora todos os anfitriões tenham um jeito "alternativo-descolado" de ser...

O hóspede foi entrevistado na mesma manhã. Americano, natural da Califórnia, ele também é um estudante (mas nesse caso de português) e sua hospedagem foi organizada pela escola de línguas.

Estamos em fevereiro, e meu tempo para concluir a pesquisa está terminando. Nesse ponto, já me dei conta que terei que trabalhar com um número menor de entrevistas do que previsto, pois o fluxo de turistas no sistema *bed and breakfast*, mesmo durante a temporada de alta estação, não é dos maiores... Ainda assim, retomo o contato com todos os anfitriões na esperança de aproveitar o período pré-carnaval para agendar o máximo de entrevistas possíveis.

Consigo marcar com outra associada da rede BBBrasil, que mora no Leblon. O apartamento, em um prédio antigo e baixinho, é uma graça! A entrevista acaba se estendendo mais do que as outras, pois o papo flui e outros assuntos, aparentemente desconexos, como uma peça de teatro em cartaz e decoreção de casas, acabam entrando no meio. Isso me faz lembrar de outros entrevistados, que ressaltaram que a afinidade, que pode ou não ser sentida, faz toda diferença nos contatos e relacionamentos.

Logo após a entrevista da anfitriã, entrevisto o seu hóspede, no mesmo ambiente. Ele também é estudante, dessa vez de pós graduação, em um programa de intercâmbio da Pontifícia Universidade Católica (PUC RJ). Ele encontrou essa hospedagem através de um anúncio de jornal de apartamentos para temporada. O anunciante, quando contactado, passou o contato da anfitriã entrevistada, assim que percebeu que o estudante buscava um b&b. Assim como no caso dos últimos dois hóspedes entrevistados, que também eram estudantes, a reserva e operação da acomodação não foi feita através da rede BBBrasil, que parece não se preocupar com a exclusividade de seus associados.

Para as últimas entrevistas, retornei ao bairro de Santa Teresa. O primeiro a ser entrevistado foi o hóspede, que me recebeu no casarão pela manhã de um dia lindo e quente. Ele estava tomando café na mesa na varanda, com vista panorâmica para o bairro, e sugeriu fazermos a entrevista ali. Na mesa da sala, outras duas pessoas, outras moradoras da casa, também tomavam café, e me convidaram para me servir a vontade. Peguei só uma xícara de café amargo, mas as frutas estavam convidativas...

Dois dias depois, na sexta feira antes do carnaval, fiz a ultima entrevista, com o anfitrião correspondente. Apesar de ser associado à rede Cama e Café, não havia trabalhado com ele antes, pois quando ele começou a receber eu já havia me desligado da empresa. No entanto, temos alguns amigos em comum, que fizeram a ponte para o contato e a entrevista. Havíamos conversado algumas vezes antes de conseguir marcar a entrevista, porque não haviam reservas, e em uma das vezes ele me convidou para uma festa no casarão. Em outro momento, nesse ínterim, nos encontramos em um lançamento de livro. Mais uma vez a pesquisa, pertinentemente à tese nela levantada, me levava a possibilidade de criação de novas amizades, ou melhor dizendo, de novas relações de dádiva e hospitalidade...

Encerrou-se mais uma etapa! As entrevistas foram em geral muito prazerosas. Algumas mais cansativas, outras mais surpreendentes, mas todas, sem dúvida, extremamente reveladoras. Agora, ao trabalho de análise...

## **5.2. Análise das entrevistas**

As entrevistas realizadas foram analisadas sob a luz da teoria da dádiva e da hospitalidade. Partindo desse ponto de vista, foram escolhidos cinco temas de análise a serem privilegiados, sendo que três de valoração positiva e dois de valoração negativa.

No primeiro grupo incluem-se: 1. as interações e relações pessoais, que incluem sub-temas como intercambio de informações, desdobramentos das relações e laços de amizade; 2. diferenciais desse modo de hospedagem e 3. a sensação de lar e acolhimento, percebida por anfitriões e hóspedes. As temáticas de valoração negativa envolveram questões relativas à 1. Restrições à privacidade e a 2. limites e regras.

### **5.2.1. Interações e relações interpessoais**

Este tema será dividido em três sub-temas, a saber: troca de informações, laços de amizade e desdobramentos das relações.

- **Troca de Informações**

Como dito anteriormente, a dádiva serve antes de mais nada, para estabelecer relações. A necessidade humana de estabelecimento de vínculos impele os homens a buscar essas relações e a se conectarem. Tanto hóspedes quanto anfitriões buscam estabelecer essas relações, esses contatos, através das trocas, criando um espaço para novos encontros.

Como afirma Lanna (2000), as trocas não são só materiais: a circulação pode implicar prestações de valores espirituais, assim como maior ou menor alienabilidade do que é trocado. Mauss (2003, p. 191) deixa claro que não são apenas bens e riquezas que são trocados, ou seja, bens econômicos no sentido estrito, mas sobretudo

amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos, e nos quais a circulação de riquezas não é senão um dos termos de um contrato bem mais geral e bem mais permanente.

Informações, portanto, podem ser um valioso bem a ser trocado na relação de hospitalidade, e tanto hóspedes como anfitriões reconhecem essa movimentação de conhecimento. Diz um anfitrião:

Eu acho que eu ganho muito com essa experiência de observar e ouvir o que as pessoas falam, né?

Todos os hóspedes ressaltam como é importante obter informações sobre a cidade de um morador local, e quanto o anfitrião é decisivo nesse processo. Diz um hóspede:

Eu pergunto a ele o que ele gostaria de fazer, ele me diz o que quer fazer, ou o que fez na noite passada. Isto dá a você um contato real, você entende?<sup>81</sup>

Outra hóspede nos conta:

E assim você tem a oportunidade de conhecer, as informações do dia a dia do morador local, do que tem pra fazer...

Cheguei na Quarta feira e não sabia que tava tendo o festival de cinema, não tinha lido o jornal, então não sabia. A dona da casa me falou do festival então eu fui, e também que aqui em Santa Teresa tinha um cinema. Eu

---

<sup>81</sup> I aks him what he would want to do, he tells me what he want to do, or what he did last night. It just provides you a real contact, you know?

queria ir ao cinema mas nem imaginava que tinha um cinema aqui, então você pode fazer coisas assim nem tão de turistas... Você pode, se tiver esse contato, essa interação, descobrir outras coisas pra se fazer.

E acho que você ganha é isso, ter mais informações do local, ver a vida do morador, carioca. Ter mais essa interação.

Um hóspede, que já viajou por vários países e sempre escolhe esse sistema de hospedagem, também diz:

Geralmente a pessoa, anfitrião ou anfitriã, é muito acolhedor em termos de te deixar saber pequenas coisas, como onde fica o correio, onde as lojas são, que ônibus você precisa pegar... Então, se você estiver vivendo com um nativo, isso irá te ajudar a navegar pela cidade, e conhecer a cidade.<sup>82</sup>

Esse conhecimento pode ser portanto bem concreto, como as dicas e informações sobre a cidade, mas também pode vir da observação direta do modo de vida do outro, que é sempre diferente do que pode ser lido em livros ou adquirida de outras formas indiretas.

Um hóspede diz:

Então, te proporciona esse tipo de contato com a pessoa local, que eu acho que pra você conhecer um lugar é fundamental. Não existe uma outra maneira de você conhecer se você não tiver contato com uma pessoa local.

Outro conta:

Em toda interação é um dar e receber, você sabe. Eu estou aprendendo com o Wanderley, eu acho que ele provavelmente está aprendendo conosco! [...] Eu acho que você aprende com todas experiências, todos os relacionamentos com as pessoas. O fato de eu vir e ficar com Wanderley e ver como um artista vive, porque eu vou ser advogado, você sabe..."<sup>83</sup>

Outro hóspede completa:

Adoro praticar meu português. E também, você pode ler um livro sobre os brasileiros e a cultura, blablabla, mas é muito diferente quando você conhece alguém. Você vê o

---

<sup>82</sup> No original: "Usually the person, the host or hostess, is very accommodating in terms of letting you know small things like where is the post office, where the stores are, what bus you need to take, so you are leaving with a native that is going to help you navigate through the city, and to get to know the city."

<sup>83</sup> No original: "In any interaction is a give and take, you know. I'm learning from Wanderley, I think he is probably learning from us! [...] I just think you learn from every experience, every relationship with people. The fact that I came and saty with wanderley and see how na artist lives, couse I'm be a lowyer, you know..."

que é música para... a música que eu conhecia antes, ele não gosta. É mais choro... eu vim aqui mais pelo samba, pagode. Esse é um exemplo.

O interessante é que essa observação do outro aparece em ambos hóspedes e anfitriões. E um hóspede percebe essa dualidade:

Eu acho que assim como eu recebo informações sobre aqui eu também tou trazendo informações do local onde eu moro, e de repente despertando a vontade da pessoa conhecer... troca de informações.

Diz um anfitrião:

A gente ouve falar de globalização... eu tenho a oportunidade de... No meu caso particular, uma pessoa que sou pouco viajada, então receber pessoas de outros países, de outras regiões, eu tenho como aferir a visão que eu tenho, as vezes estereotipada, ou não, de uma outra cultura, diferente da nossa. Apesar do bairro ter uma população significativa de estrangeiros, né? Mas é diferente, o hóspede, a pessoa tá na tua casa, então eu tenho a oportunidade de trocar, de relativizar as coisas, né?

Outra anfitriã também diz

Eu adoro conhecer pessoas, sou jornalista, então... Eu adoro conhecer, adoro conversar, acho uma oportunidade única de você conhecer, você trazer gente, trocar, acho muito legal! É a minha cara!

Outra anfitriã diz:

Eu gosto de conversar, eu também gosto de viajar muito, então, eu gosto de conhecer sobre os países, então, eu fico perguntando, né. Ano passado tinha simplesmente uma chinesa na minha casa! Quando eu ia imaginar que eu ia conviver com uma chinesa que cantava “din-din-din-din-din” [entrevistada imita a chinesa] pela casa o dia inteiro, entendeu?

E resume a questão uma hóspede:

Eu acho que é um jeito legal de aprender mais, sem dúvida!<sup>84</sup>

- **Desdobramentos das relações**

A dialética inerente à dádiva perante à hospitalidade mostra que ao receber uma pessoa, cria-se a possibilidade de vir a ser hóspede desta que hoje é o hóspede. A

mesma troca que faz de alguém um anfitrião, o faz também um hóspede potencial. Isto ocorre porque "dar e receber" implicam não só uma troca material mas também em uma troca espiritual, uma comunicação entre almas.

Apesar da relação de hospitalidade dar-se em um ambiente comercial, isto não impede que desdobramentos da relação sejam construídos, concretamente e em potencial, respeitando assim o momento de retribuição prescrito pelas leis da dádiva. Como a relação assume um caráter que vai além da relação comercial, o compromisso não se esgota no pagamento dos serviços contratados.

A maioria dos hóspedes planeja continuar o contato com seus anfitriões, ao menos via troca de correspondência eletrônica (e-mails). Todos os anfitriões têm ao menos uma estória de relação com continuidade após o período de hospedagem, e mostram-se dispostos a manter a relação com o atual hóspede. Um hóspede, planeja:

E, você sabe, a próxima vez que eu vier ao Rio, eu vou fazer uma visita a ele, tomar uma cerveja.<sup>85</sup>

Alguns hóspedes inclusive esperam o momento de poder retribuir concretamente a hospitalidade, recebendo seus anfitriões em suas casas e cidades, como podemos ver nas falas seguintes:

Eu moro em New York, as pessoas as vezes vem pra visitar a cidade... Eu posso receber, mostrar a cidade também.

E também, de outra hóspede, em

Talvez ela me visite lá no Nordeste...

Uma anfitriã conta que um hóspede uma vez fez o convite:

Talvez eu esteja indo pra Europa, eu já avisei pra ele: “-Olha, se eu for, eu vou te visitar”. Ele falou: “-Pode vir, ficar aqui em casa”.

Além da troca de correspondência, um anfitrião mostra que a relação continua através da lembrança das pessoas que encontraram. Um anfitrião entrevistado diz:

Eu tenho o email de todo mundo, eu mando mensagens, elas retornam, enfim, né? Fica uma marca. Elas se lembram de mim e eu me lembro delas.

Outro anfitrião também trata dessa marca. A memória então é o próprio bem doado no processo da dádiva.

---

<sup>84</sup> No original: "I think it's like a cool way to learn more, outside of the question!"

<sup>85</sup> No original: "And you know, the next time I came back to Rio, I'll stop and say hello to him, have a bear."

O que tem de mais marcante, que fica mais registrado, é a passagem mesmo da pessoa. Acho é uma memória que fica, né? De momentos e de pessoas que passaram aqui, assim, né? Por pouco tempo e que eu senti, que sinto até hoje, que foram coisas bastante profundas, né? Algumas pessoas que estiveram aqui, assim, que são muito marcantes, embora algumas dessas provavelmente eu não veja mais e não haja uma troca de correspondência regular, né? Mas essa passagem dessas pessoas, aquela troca que se deu naquele momento durante alguns dias, eu acho que é mais importante do que ficar mantendo a correspondência... Por que aquilo que aconteceu naquele momento vai ficar, aquilo é marcante, né?

Uma anfitriã ressalta que não é sempre que esse tipo de relação se estabelece, pois a dádiva é livre e deve sempre ser espontânea, apesar de seguir suas regras internas.

As vezes pode não se desdobrar, outros desdobram, né? Acho eu você tem também... acho que não adianta você receber e ponto, você tem que cuidar disso, né? Se você gostou da pessoa, tira uma foto e manda por email, acho que você tem cultivar isso. Meus amigos, tem amigos que eu fiz, amigos de amigos, longas histórias, que eu cultivo, mando email, telefone... Por que se você simplesmente abandona, as relações não... Então acho que as coisas pra acontecerem, acho que você tem que cultivar.

- **Laços de Amizade**

Para Mauss (2003, p. 211), o objetivo da dádiva "é produzir um sentimento de amizade entre as duas pessoas envolvidas." E esse sentimento aparece nas entrevistas, tanto na fala dos hóspedes quanto na dos anfitriões.

Esse sentimento está ligado a uma afinidade que as vezes se sente entre as duas pessoas envolvidas, e o pagamento da hospedagem não parece influir substancialmente, como diz um anfitrião:

Se criou uma amizade através de um hóspede. E isso pode acontecer em outras situações, não é o fato de você estar pagando ou não estar pagando que impede de você criar esse vínculo.

Esta afinidade não tem garantias de acontecer, como a dádiva, ela é inesperada, uma possibilidade em aberto, como nos lembra uma hóspede:

Você encontra alguém, você conversa, e é muito bom por que você conhece mais a cidade e, talvez, em alguns

casos, você tem tanta afinidade que acaba ficando amigos.<sup>86</sup>

Tanto hóspedes quanto anfitriões levantam essa possibilidade de se fazer uma nova amizade como uma das principais vantagens do sistema *bed and breakfast*. Diz um hóspede:

Você tem contato com a pessoa do local, pode fazer uma nova amizade, você se sente em casa.

E um anfitrião:

Mas por ter essa troca de comunicação.... fazer uma nova amizade com uma pessoa que eu vou ter contato, trocar email...

Conta outro anfitrião:

Teve um hóspede que ficou aqui, confiou em mim, a gente até ficou de certa forma amigos, ele comprou um imóvel aqui no bairro e deixou comigo, me colocou como procurador, me deu a liberdade de usar como eu quisesse. Ele deixou de ser um hóspede e se transformou em um amigo. Eu acho legal isso, não é como em um hotel que a pessoa chega, vai embora e perde o contato, né? As pessoas passam a ser amigas, né?

A gente estabelece laços, né? Pra mim, poder estabelecer esses laços, né? Ter essa chance... De outra maneira isso não estaria acontecendo.

[...] O que eu mais ganho? A oportunidade de fazer amigo, né? Na verdade é isso, resumindo, de fazer amigos. Isso é sempre excitante, né? É por aí...

Esse sentimento de amizade não necessariamente vai durar. Mas, na realidade, em todas as relações de amizade que se estabelecem, jamais há uma garantia de qualidade ou tempo de duração. Diz um hóspede:

Você se sente, você sabe, com um amigo, pela semana.<sup>87</sup>

E uma anfitriã, referindo-se a um hóspede passado:

Eu acho que não é uma amizade íntima, porque ele passou quatro semanas, só, mas é uma pessoa muito querida.

Quando há uma troca, um "algo além", a pessoa com quem se travou um contato deixa a sua marca de alguma forma e se transforma em parte da memória. Em realidade, apenas então ela aparece e se constitui integralmente como uma pessoa, um ser humano a ser descoberto.

---

<sup>86</sup> No original: "You meet someone, you talk, and it is really nice because you get to know more about the city and, maybe, in some cases, you match so much that you really become friends."

<sup>87</sup> No original: "You feel like, you know, with a friend, for the week."

Uma anfitriã conta:

Teve uma estória que teve uma continuidade. Então, uma estória que começou em uma hospedagem de uma semana... Se criou uma amizade através de um hospede. E isso pode acontecer em outras situações, não é o fato de você estar pagando ou não estar pagando que impede de você criar esse vínculo. Essa menina, por exemplo, de Trinidad, pagou, e nem por isso deixei de ficar amiga dela, de visitar ela... A mãe dela dizia: "Renata podia ser a minha irmã!" É uma coisa muito interessante, você poder criar esses vínculos, né?

### 5.2.1. Diferenciais na relação

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

Se for verdade que na hospitalidade comercial, a reciprocidade é primariamente baseada em troca monetária (LASHEY, 2004), não há impedimento que a relação entre hóspede e anfitrião extrapole aquela prevista pelo contrato. Nas palavras de Camargo (2004, p. 46), "na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato, sendo que esse "após" deve ser entendido como "para além do" ou "tudo o que se faz além do..." contrato." Para Godbout (1999, p.200) "a dádiva contém sempre um além, um suplemento, um algo a mais que a gratuidade tenta denominar. É o valor do vínculo." A hospitalidade é, enfim, algo não previsto, independente do contrato, livre.

Na essência da hospitalidade está a diferença. O sistema *bed and breakfast* apresenta uma estrutura de gestão familiar, possibilitando espaços para interação e vínculo. Uma gestão padronizada apresenta uma fórmula pronta, sem espaço para o inesperado. Para um anfitrião,

o significado desse contato é justamente isso, é o contato com a diferença, né? Com o que é diferente de mim. Esse trabalho acaba de uma certa forma privilegiando isso.

Outro diz algo semelhante:

O que eu mais gosto é conhecer, né? O contato com essas pessoas diferentes. Acho que é uma relação, uma coisa de troca.

Uma anfitriã diz que além do aprendizado sobre o outro, as diferenças permitem e promovem também o auto conhecimento. E é quando as pessoas e os grupos humanos estão em contato e intercâmbio que se descobrem, gerando diversificação e riqueza de valores.

Mas eu acho que é, assim, um exercício de lidar com a diferença, né, com vários tipos de diferença, não só a língua a cultura, mas também que tipo de comportamento, que horas come, como é que se comporta em relação à cozinha, deixa pra lavar depois ou lava na hora, limpa a pia depois que lava a louça ou não limpa, enfim, uma série de detalhes que você vendo no outro, você se percebe, como você se comporta vendo essas pequenas coisas.

Se a dádiva é o que está além do contrato, esse além deve ser algo inesperado, não previsto. Para os anfitriões, esse inesperado é sentido a cada hóspede novo que chega, e tem reconhecido o seu valor. Uma anfitriã diz:

Claro que tem uma coisa, assim, curiosa, de saber da onde veio, como é que é, o que faz, né? Você vê como é que as pessoas estão vivendo do outro lado do mundo, pensando..., isso eu acho sempre curioso. Sou sempre surpreendida.

Outro anfitrião completa:

Eu sempre fico com aquela expectativa, uma sensação gostosa... vão chegar pessoas que eu não conheço, né? Então, toda vez que chega alguém essa sensação volta, então é uma coisa gostosa, né? É uma sensação de alguma coisa nova que vai acontecer...

E um anfitrião arremata:

o positivo é essa estória do intercâmbio cultural, é sempre uma surpresa. A agência que manda te dá o perfil da pessoa, mas é sempre uma surpresa, né?

O mesmo anfitrião continua:

Quer dizer, o hóspede que quer só ficar no seu espaço, não quer interagir, ter uma relação, pra mim não tem muito significado. Ou quem vai ficar pouco tempo, uma noite só ou duas, é difícil, né? Passa a ser um hotel, que a pessoa vem, fica e vai embora, né?

[...] Veio uma vez um brasileiro. Era a trabalho, a pessoa ficava como em um hotel e ia embora...

Ou seja, o hotel é reconhecido como o espaço onde não há interação. E os anfitriões fazem questão de marcar que têm uma casa, e não um hotel. Uma anfitriã conta uma situação negativa com alguns hóspedes e diz que em certo momento teve que dizer a eles:

Isso aqui é casa de família, é a minha casa!

Ela diz:

Às vezes eu percebo isso, eles acham que estão num hotel, que você tem que fazer, e não é assim. Você está fazendo por um preço diferenciado e uma prática diferenciada, um tipo de... Você é recebido na casa de pessoas, você tem que saber muito bem onde você está indo, né, você não está indo pra um hotel. E o que eu mais gosto é isso, o contato com as pessoas, conhecer, saber, né, as diversas culturas. Uma experiência com o ser humano.

[...] Então, eu acho que tem essa coisa, o calor humano é o diferencial. Eu acho que não adianta você só abrir a porta pra você ganhar uma grana recebendo hóspedes, apesar de que tem muita gente que faz isso, né. Mas eu acho que não é isso, assim, não dá pra ela entrar direto e ir pro quarto dela. Tem um sofá, tem um quarto de televisão, uma família reunida, “vamos conversar”, sabe, entendeu? Eu acho que a gente tem que dar abertura pras pessoas. E eu acho que isso é o diferencial, tanto de um lado e de outro, né?

Outra anfitriã também compara sua hospedagem com um hotel, quando fala de alguns hóspedes com quem não teve muita empatia ou interação:

Então, sabe?, a sensação de que eles estavam em um hotel, estavam muito cheios de estórias...

Os hóspedes também concordam, e consideram o *bed and breakfast* mais "autêntico", ou “menos turístico”. O que parecem estar querendo dizer é que alguns locais, como o *bed and breakfast*, são de algum modo diferentes dos produtos turísticos muito padronizados, há neles o espaço para a criação de relações. Uma hóspede diz:

Quando você está em uma região tão turística, nunca irão te dizer as opções realmente baratas, o que as pessoas fazem.<sup>88</sup>

E outro:

Não gosto de hotéis, um pouco demasiado frios para mim. Quando era mais jovem ficava mais nos hosteis. É menos caro e é possível conhecer outras pessoas que viajam, mas não é (sic) brasileiros, não faz parte da cultura do lugar.

<sup>88</sup> No original: "When you are in a region so "touristy", they never will gonna tell you really the cheap options, what the people do."

Uma hóspede afirma:

quando a gente tá como turista em um local, a gente fica muito fazendo as coisas do turista. E assim você tem a oportunidade de conhecer, as informações do dia a dia do morador local, do que tem pra fazer...

E também os anfitriões compartilham essa visão, e muitos dos entrevistados costumam escolher esse modo de hospedagem em suas próprias viagens. Diz uma anfitriã:

Ficar em um hotel, eu não acho interessante, acho bom ficar na casa de pessoas porque te dá referências que você não vai ter de outra maneira.

Um hóspede nos fala sobre a diferença do atendimento de um funcionários de hotel e a relação que se estabelece com o anfitrião:

Em um hotel, você certamente tem uma equipe para te ajudar, mas com um anfitrião você tem mais intimidade porque está compartilhando o espaço e geralmente estão juntos.<sup>89</sup>

É justamente essa falta de espaço para intimidade e criação de relações que leva um hóspede a comentar:

quando você vai a um hotel, nada é pessoal. E é por isso que os astros do *rock* sempre destroem quartos de hotel! (risos). Nós ficamos loucos!<sup>90</sup>

Desse modo, vê-se que nos estabelecimentos mais padronizados há menos espaço para a dádiva e, portanto, para o vínculo.

### 5.2.1. Lar e Acolhimento

Todos os hóspedes afirmam que um dos pontos positivos desse modo de hospedagem é fato de sentirem-se em casa, como por exemplo um hóspede, que afirma:

O que eu mais gosto, eu acho, é a sensação de segurança, e a sensação de que, mesmo eu sendo um hóspede, há um sentimento de lar.<sup>91</sup>

Esse discurso é praticamente o mesmo em todos os hóspedes entrevistados. Um entrevistado diz:

---

<sup>89</sup> No original: "In a hotel you surely have a staff to help you, but with a host you have more intimacy because you are sharing space and your often together."

<sup>90</sup> No original: "When you go to a hotel it is nothing personel. And that is why rock stars always destroy hotel rooms. (risos). We go like crazy!"

<sup>91</sup> No original: "What I like best, I think, is really the sense of safety, and the sense that, even tough I'm a guest, there is a feeling of a home."

Eu me sinto na minha casa.

Outro hóspede comenta sobre sua anfitriã:

Ela faz nos sentirmos em casa, ela nos faz chá, nós gostamos. E nós gostamos do cachorro!<sup>92</sup>

E completa em seguida,

Em um lar, nos sentimos mais relaxados. Nós estamos imediatamente mais integrados com a cidade onde você vai.<sup>93</sup>

No entanto, o que se pode entender desse tipo de afirmação é que o hóspede, na realidade, está expressando que sente-se a vontade em uma casa que não é a dele. Esta interpretação aparece clara na fala de uma hóspede, que responde a pergunta sobre o que mais gosta nesse meio de hospedagem desta forma:

Você se sente em casa. Ela me deixou em casa, assim, me deixou bem a vontade. No regulamento que eu ganhei lá na central, não podia não sei o que, não podia usar o telefone... Quando eu cheguei lá, ela disse: "Olha pode usar o telefone, pode usar a internet, o computador".

No decorrer da entrevista, ela ainda completa:

Na realidade, na casa, eles me deixaram super a vontade. No dia que eu cheguei foram me mostrar a casa toda, o quarto da dona, mostraram toda a casa e me deixaram super a vontade. Quando eu cheguei eles me deixaram super a vontade, até mais do que eu achei que seria, e... eu fico me preocupando assim, tem pessoas que não sabem até onde ir e de repente extrapolam...

Um hóspede estende essa sensação para além da casa, o sentimento de bem estar inclui também o bairro, criando o sentimento de pertencimento, de comunidade.

Isso é... nos sentimos como sendo parte de um lar aqui. Quando chegamos em casa a noite... parece nosso bairro, nossa comunidade!<sup>94</sup>

Na fala dos anfitriões, aparece também a necessidade de deixar o hóspede à vontade, como diz uma anfitriã,

No primeiro dia que ele chegou eu falei: “- Olha, se sinta a vontade, a casa é sua, você pode usar o que você quiser”. Eu acho que pra oferecer, a minha hospitalidade, tenho que ter uma casa que as pessoas se sintam confortáveis.

<sup>92</sup> No original: "She makes us feel like home, she makes us tea, we appreciate. And we like the dog!"

<sup>93</sup> No original: "In a home, we feel more relax. We are imeaditaly more inegrated to the city where you go."

<sup>94</sup> No original: "This is .. we feel like we are part of a home here. When we came home at night... it feel like our neighbouhood, our comunity!"

Há, portanto, nos hóspedes, uma disponibilidade de sair de casa, ou seja, de estar aberto para conhecer outras pessoas, encontrar. Assim como o anfitrião está disposto a conhecer encontrar as pessoas que recebe, fazer não apenas uma atividade comercial mas uma relação de hospitalidade. Essa disponibilidade é fundamental para que se estabeleça uma relação de hospitalidade.

A dádiva não procura a igualdade ou equivalência, ela está no cerne de incertezas que caracterizam o vínculo social. A dádiva, como a relação que esta estabelece, não é unilateral. Afinal, uma relação de sentido único não seria uma relação - o equilíbrio da dádiva está na tensão da dívida recíproca.

### **5.2.1. Restrições à privacidade**

A sensação moderna de liberdade cria-se a partir de espaços protegidos de possíveis vínculos, ou seja, espaços plenos de privacidade. A tentação constante de reduzir os vínculos ao universo mercantil, ou então de pensar os vínculos e o mercado de maneira isolada, como dois mundos impermeáveis, caracteriza a modernidade.

Nos grandes hotéis, impessoais e standartizados, onde não há signos que permitam reconhecimento nem mesmo da cidade ou país onde está localizado, e nos quais se cria um ambiente "neutro" que permite que se assumam os papéis que são escolhidos, protegidos pela máscara de um ser desconhecido, há uma grande sensação de liberdade. E é a privacidade que garante essa liberdade. Opostamente, em um espaço que permita a criação de vínculos, há menos sensação de privacidade.

Quando perguntados sobre aspectos negativos da atividade, a maioria dos anfitriões diz não reconhece-los, mas aponta a questão da privacidade como potencial de descontentamento. Ou seja, apesar de afirmar que a privacidade pode ser cerceada quando têm em casa hóspedes, essa restrição não parece incomodar muito.

Diz um anfitrião:

O que eu mais perco é a privacidade, né? Isso aí não aparece, não acontece, mas é uma possibilidade...

Outro anfitrião sente a perda da privacidade, mas não se incomoda pois acredita que essa perda faça parte da atividade, ou, em suas palavras:

É uma perda que eu suporto bem, que é a privacidade. É inevitável, né? Agora é um ônus que já está embutido na própria atividade.

A falta da privacidade representaria portanto justamente os contatos a que os anfitriões estão sujeitos ao receber os hóspedes em suas casas e os hóspedes ao se hospedarem em um *bed and breakfast*. Ou, seja, apesar de reconhecerem essa perda e perceberem que para muitos, na modernidade, ela significaria um mal estar, algo a ser evitado, essas pessoas estão buscando vínculos, e não liberdade.

Um hóspede deixa claro que não está preocupado com a questão, e que ela poderia ser um problema mas apenas se estivesse desejando a privacidade:

E o que eu gosto menos, isso não foi um problema até agora, seria a falta de privacidade, se eu quisesse privacidade.<sup>95</sup>

Uma anfitriã levanta também que esse pode depender da personalidade de cada um. Algumas pessoas sentem mais a falta de privacidade do que outras. Aquelas mais abertas, com mais interesse em ter contato com outras pessoas se incomodariam menos.

Eu não acho que eu perca, não acho que perca a privacidade... Também, com uma casa desse tamanho! E também não é todo dia, nem o tempo todo. Posso perder por um momento. Primeiro, que o hospede não fica o dia inteiro enfiado em casa. Segundo, isso é uma casa e não um apartamento de 30 metros. Se eu me enfio no meu quarto não vai ninguém lá dentro... Talvez eu não seja tão ciosa assim da minha privacidade... Minha filha se incomoda mais do que eu, entendeu? Eu gosto disso, então não acho que eu perca nada...

Os hóspedes entrevistados também dizem não se incomodar, e sentem-se em geral respeitados em sua privacidade, principalmente quando estão em seus quartos. A privacidade não é sentida invadida quando estão nas áreas comuns sujeitos a encontros, justamente porque esses encontros são esperados. Esses hóspedes, portanto, não estão esperando encontrar privacidade, mas justamente o seu oposto – contatos. E nos momentos em que desejam estar sozinhos, refugiam-se em seus quartos. Diz um hóspede:

Você sente que pode usar qualquer parte da casa. Se você quiser sentar aqui ou ali e ler o dia inteiro, e jogar dominó aqui a noite, e ouvir radio... Se eu precisar de privacidade, eu vou para o meu quarto.<sup>96</sup>

<sup>95</sup> No original: "And what I like least, that it hasn't been a problem so far, would be my lack of privacy, if I wanted privacy."

<sup>96</sup> No original: "You very much feel you can use any part of the house. If you want to sit there and read all day, and play domino here at night, and hear to the radio... If I need privacy I go to my room."

Outro hóspede pensa de modo semelhante:

Bem, não há razão pra eu entrar nos outros quartos, então... Eu quero dizer, não me disseram pra não entrar, mas se não há razão pra eu entrar nesse espaço, eu não entro. Eu tenho a privacidade do meu próprio espaço, e isso é realmente tudo o que você precisa quando está viajando.<sup>97</sup>

A existência de algum espaço protegido dos vínculos, que representem o espaço da individualidade, seja o quarto ou um espaço determinado da casa, se faz necessário para garantir a liberdade e espontaneidade da relação de dádiva – esta se dá apenas quando ambos anfitrião e hospede querem e a procuram, freqüentando e permanecendo nas áreas comuns da casa. Dia uma anfitriã:

Eu tenho um espaço que acho que mantém, assim, a privacidade.

Outra anfitriã conta:

A casa é muito grande. Eu imagino que se eu morasse num apartamentico eu não faria isso. Deus me livre, entendeu? Odeio... E a gente está acostumado a muita gente nessa casa, também tem isso, a gente está acostumado, entendeu, a minha filha com 30 amigos, o Vicente com mais 30 amigos, e sempre foi assim. Eu quando garota aqui, criada pela minha avó, também com 30 amigos, minha irmã... Então, a casa sempre foi um entra e sai de gente o tempo todo, entendeu? As empregadas são antigas, estão aqui, criaram as filhas, então a casa esteve sempre muito movimentada, com muita gente. Então, privacidade é uma coisa muito difícil nessa casa, apesar da gente ter espaço suficiente pra eu poder me trancar no meu quarto e não ter barulho. Eu não sou barulhenta, nem os hóspedes são barulhentos, procuram, entendeu, serem educados, ficam no quarto, às vezes quando o cara não quer, fica no quarto fechado, entendeu? Não tem muita história não.

Algumas vezes, no entanto, esse equilíbrio entre o espaço de contatos e o espaço da privacidade não é atingido. Não é um equilíbrio fácil, principalmente em uma atividade relativamente nova, pouco estruturada e pouquíssimo estudada. Uma anfitriã conta que no início da atividade, ao receber os primeiros hóspedes, se incomodava e não sabia muito bem como agir em algumas situações.

Perder? O que é perder? Eu não vejo em termos de perda. Eu poderia dizer que eu perco privacidade. Já perdi, sim. Esse casal que veio e que ficou, esse casal americano, eu

---

<sup>97</sup> No original: "Well, there's no reason for me to go in the other rooms, so ... I mean, I was not told to, but if there's no reason for me to go in that space, I don't go into it. I have the privacy in my own space, and that's really all you need when you are traveling."

me senti constrangida. Assim, eu lembro que eu falei... Talvez porque fosse muito no começo, e eu lembro que eu comentei com algumas pessoas assim: “-Ah, eu me sinto desconfortável, por exemplo, de colocar um short dentro de casa”. Mas com o Dail eu já não percebi isso, com o John eu já não percebi isso. Eu entrei numa de que, assim: “Ah, eu estou na minha casa, eu ando do jeito que eu ando”. É lógico que eu não vou colocar uma roupa transparente pra andar dentro de casa com ele, mas estamos em pleno verão, puxa vida, eu não vou... Enfim, se estiver desconfortável, me desculpe, escolhe uma outra casa pra morar.

O que possibilita esse equilíbrio é a existência de algumas regras a serem seguidas por anfitriões e hóspedes. Regras que devem ser formuladas e reformuladas a cada experiência, e que indicam os limites dessa relação.

### 5.2.5. Limites e regras

As regras em um *bed and breakfast* são diferentes das de um meio de hospedagem convencional, como um hotel. O sistema de classificação internacional por estrelas dos hotéis, e as leis a que são submetidos ajudam a unificar as expectativas dos hóspedes. Em um *bed and breakfast*, elas não são conhecidas internacionalmente, mas sim são sujeitas a um lar, a uma família, a um modo de vida de um local específico, e devem ser descobertas pelos hóspedes durante sua hospedagem.

A respeito, diz uma hóspede:

Eu acho que quando você vai a um hotel, você gasta uma quantidade de dinheiro, e você espera um serviço de acordo com quanto você paga. Mas depende, você tem expectativas diferentes dependendo de quanto você paga. Porque você sabe o que espera, é apenas um... hotel.<sup>98</sup>

Outra hóspede, que pela primeira vez se hospedava em um *bed and breakfast*, demonstra as dúvidas que tinha quanto esse meio de hospedagem:

Você chega sem saber como é que vai funcionar, como é que são as regras, se tudo é bem rigoroso ou não...

Mesmo no caso dos *bed and breakfasts* em rede, com um sistema único de gestão, que estipula algumas regras gerais, há muitos detalhes que acabam ficando de fora. Portanto, é necessário construir regras específicas. Diz uma anfitriã:

Eu não sei como que funciona em outras casas, eu só sei que... Aí tem um trinquinho que eu peço pra elas trancarem do lado de fora pro cachorro não entrar, pra gente perceber que elas não estão em casa. Então, quando o trinquinho está do lado de fora, entendeu, elas não estão em casa. Tem um código assim.

O anfitrião deve conhecer os seus limites e, para que não se abra a possibilidade de conflitos, deixá-los o mais claro a seus hóspedes assim que estes chegam. É importante também para o anfitrião identificar o que está disposto a modificar em sua rotina para adaptar-se a presença dos hóspedes, e que tipo de comportamento está disposto a aceitar destes.

Diz um anfitrião:

Eu, como tenho gato em casa, se a pessoa não gosta de gatos eu não recebo. Eu não vou mudar algum aspecto importante do meu dia a dia pra receber um hóspede, né? Eu não vou botar pra rua um gato...

Uma anfitriã teve algumas dificuldades para identificar esse limite com seus primeiros hóspedes. Ela conta:

Então eu acho que tinha um certo temor de como ia se desenhar esse limite entre as privacidades, que tipo de ética, como é que ia se comportar frente as coisas dos outros, quer dizer, as pessoas sempre têm sido muito...

[...] Tinha um casal de americanos que vinha, sentava, que assistia televisão, com um certo..., até... Foram os primeiros hóspedes que nós recebemos, então, gerou um certo impacto, assim, porque eu nunca vejo televisão, então gerava um novo movimento dentro da casa que eu não estava muito acostumada.

É interessante ressaltar que esses limites e regras incluem todos os moradores da casa, incluindo a família do anfitrião (mesmo as crianças pequenas) e empregados. Diz uma anfitriã:

Tem todo um envolvimento da família ali. Na verdade, a primeira vez que a gente fez isso eu fiz uma reunião familiar, e falei assim: “- Vamos!” Porque eu sozinha não vou entrar numa dessas, até porque a gente precisa de todo mundo. Eu não vou ficar limpando quarto de ninguém, não tenho tempo, trabalho, entendeu? Então foi uma coisa coletiva. A gente dá uma pra elas e paga as contas da casa... Então é uma decisão familiar, né. Os meninos já sabem que têm alguns limites, não podem

---

<sup>98</sup> I think that when you go to a hotel, you spend a amount of money, and you expect a service according how much you pay. But it also depends, you have different expectations depending in how much you spend. Because you know what you expect, it is just a ... hotel.

ficar andando pelados pela casa, essas coisas, né. Então, a família tem que estar...

Conhecer esses limites e desenhar essas regras, mais do que importante, é necessário para o bom desenrolar da atividade. Isso não impede que haja sempre nesse sistema o espaço para o inesperado. Na realidade, é a existência de algumas regras básicas de convivência que permite que a dádiva se instaure, que o relacionamento se desenvolva de modo agradável para ambos anfitrião e hóspede.

Diz um anfitrião:

Eu procuro não manter nada, assim, muito rígido, né? Em termos de... de horários, das chaves pra entrada,... mas as vezes acontece assim de ter umas pessoas que são assim muito ruidosas. Se eu me permito receber pessoas isso vai até um certo ponto, né?

Uma anfitriã relata:

Se a gente não der um certo limite... Outro dia eu cheguei tinha um monte de estranhas usando o computador. O Oscar falou: “- Quem são vocês?”. A Keandra não estava. Como em algumas casas não são liberadas a usar o computador, como aqui, eu ofereci pras meninas: “-Oh, quando vocês estiverem aqui, quando não estivermos usando, você podem usar”. E aí ela falou pra amiga usar o computador, fazendo um hotel da gente, mais ou menos, né? Enfim...

Mais uma vez se ressalta a diferença de uma hospedagem em uma casa e de uma hospedagem convencional. E há também diferenças entre os hóspedes de um hotel e de um *bed and breakfast*, diferenças no que estão buscando.

Não é mais barato necessariamente, não tem essa coisa. É uma escolha! Então eu acredito que quem fica em uma casa, em um *bed and breakfast*, sabe perfeitamente que tem limitações, que não pode fazer certas coisas... Pode até acontecer, né? Tomar um porre e vomitar na sua casa... Mas não é o perfil de pessoas em geral, eu acredito que não seja...

Essa regras, portanto, diferentemente de regras padrão de hotéis, devem deixar claro que se trata de uma hospedagem domiciliar, familiar. Elas marcam a diferença quanto a outros sistemas de hospedagem, e também suas especificidades. E muitos hóspedes esperam justamente essa diferença. Eles optam por um modo de hospedagem familiar, caseiro. E apesar de algumas vezes não saberem o que vão encontrar, buscam a mesma coisa: um espaço para criação de vínculos, relações, contatos. Ou seja, encontros.

### 5.2.6. O encontro: dádiva e hospitalidade

Viu-se, portanto, que nos *bed and breakfasts* pesquisados há o espaço para que se estabeleça uma relação de dádiva e hospitalidade. Esse modo de se relacionar, que aparece diversas vezes nas falas dos entrevistados, mostra que há um encontro entre hóspedes e anfitriões.

A dádiva serve antes de mais nada, para estabelecer e consolidar relações. É, segundo Mauss (2003), a troca, que permite a comunicação entre os homens, a intersubjetividade e a sociabilidade. Uma anfitriã afirma:

Então, eu sempre fiz disso uma questão de troca, né? [...] Eu acho que eu ganho mesmo essa troca, a troca dos olhares, né? Meu olhar e o olhar da pessoa... O olhar sobre as coisas, né?

e outra reafirma a mesma idéia

Então a gente troca, né? Coisa da vida, né? Experiência, as histórias...

Nas entrevistas, a troca de experiências foi sempre mencionada ao se perguntar sobre os pontos positivos da hospedagem, muitas vezes sendo definida como o melhor nesse processo. Diz uma anfitriã:

Eu acho essa uma troca muito interessante, muito bacana. E conhecer as pessoas também, né? Não só mostrar o lugar que você vive, como você vive, e também você conhecer pessoas. Eu adoro conhecer pessoas, sou jornalista, então... Eu adoro conhecer, adoro conversar, acho uma oportunidade única de você conhecer, você trazer gente, trocar, acho muito legal! É a minha cara!

E também um anfitrião:

É a experiência de troca, né? Sendo hóspede estrangeiro ou não, troca de conhecimento, visão, de... enfim, é uma sinergia legal..., tem sido, né? Não há garantia que vai ser legal mas tem sido. Desde que eu comecei tive muito mais experiências positivas do que negativas. Acho que negativas eu tive uma ou duas experiências...

Não há garantias no sistema de dádiva - essas trocas são simultaneamente voluntárias e obrigatórias, interessadas e desinteressadas, úteis e simbólicas. Coexistem, portanto a liberdade e a obrigação de dar e receber, assim como a liberdade e a obrigação de retribuir. Ela também é assimétrica, não há igualdade no dar e retribuir, a desigualdade é que permite que haja a interação. Diz um hóspede:

É realmente uma situação onde você recebe muito mais do que você dá...<sup>99</sup>

A dádiva aproxima os homens, torna-os semelhantes. Ela é uma forma de conexão e de circulação, tanto de bens materiais e imateriais, como de pessoas, que procuram afastar-se da solidão, juntando-se em grupos, criando comunidades, conectando-se. Um anfitrião mostra que o que ele oferece "fora do contrato" é intangível:

Eu não ofereço luxo, nem nada material. Realmente, é mais essa troca de experiências...

Outra anfitriã declara que o bem trocado na relação da dádiva é a sua hospitalidade, ou seja, a relação que esta constitui.

Então, eu acho que hospitalidade é o que eu posso oferecer, e eu acho que o que eu tenho mais pra atender, é isso, são as relações interpessoais. Eu não sou uma pessoa muito sociável, assim, eu tenho um certo receio de gente. [risos] Então, eu acho que aprender a conviver com o outro é interessante.

Trata-se, portanto, de mistura. Segundo Mauss (2003, p. 212),

misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca.

Na sociedade contemporânea, assim como nas sociedades observadas por Mauss (2003), essas trocas coexistem junto ao sistema de mercado e do Estado. Em determinados contextos, há conflito entre as lógicas da dádiva e da mercadoria, em outros pode haver complementaridade. Assim, "há instâncias onde cada uma dessas idéias opostas se verificam, a mercadoria ora pressupondo ora destruindo a dádiva." (LANNA, 2000).

A hospitalidade, assim, é interpretada como uma forma de relação humana baseada na ação recíproca entre visitantes e anfitriões. Portanto, ela está associada à relação social, aos vínculos, em suma, à dádiva. Segundo Decker (2004), ela manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre os indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas.

---

<sup>99</sup> No original: "It's really a situation where you get much more than give..."

A relação de hospitalidade e de dádiva pode acontecer mesmo nos espaços das relações na esfera do mercado, como na rede de serviços da hospitalidade comercial. O *bed and breakfast* é sem dúvida um espaço comercial e anfitriões e hóspedes estão cientes desse âmbito. O hóspede sabe sempre que será necessário pagar para fazer a reserva e obter os serviços desejados. O anfitrião se dispõe a receber hóspedes em casa em troca de uma quantia combinada. Um anfitrião é bem claro:

Eu não receberia hóspedes se não fosse remunerado, somente por intercâmbio. O intercâmbio é uma consequência, que talvez se não tivesse eu não me entusiasmaria tanto por essa atividade.... acho que é isso.

Mas em outro momento da entrevista, o mesmo anfitrião levanta algumas desvantagens financeiras, e acaba se contradizendo, demonstrando a ambigüidade que a própria dádiva comporta:

As vezes vale mais a hospedagem pela experiência própria do que pelo dinheiro que eu ganho, né?

Outro anfitrião reforça a idéia da união dos âmbitos comercial e de dádiva no sistema de hospedagem *bed and breakfast*:

O que eu quero dizer é o seguinte - se você for receber visando somente o quanto aquilo possa ser rentável, você tá numa furada, eu acho que não vai dar certo, né? Acho que o valor maior é no seu interesse de receber as pessoas, né?

[...]

Eu nunca perco de vista o fato de que eu tou trabalhando, né? As pessoas estão pagando pra estar aqui, né? Acho que esse é um tipo de relação específica.

Outro anfitrião diz esquecer-se do pagamento, mesmo sendo esta premissa e base do sistema comercial de hospedagem. A relação comercial é criada através da moeda, do pagamento de serviços contratados, mas a relação de hospitalidade se constrói opondo-se a esta. Ele alega, portanto, que se esquece do pagamento, e o negando procura deixar livre o campo para a dádiva se dar.

Eu não recebo dinheiro diretamente do hóspede, então, né? Essa questão de dinheiro não se interpõe na relação... A gente até esquece que o cara tá aqui pagando. Quando a pessoa vai ficar muito tempo é como se ela tivesse pagando um aluguel, né? Se eu recebesse diretamente do meu hóspede, não sei como seria, né? Isso dilui muito. A gente sai, começa a freqüentar, a gente vai pra um bar, o cara não deixa que eu pague, aquela coisa, né? Os caras não querem deixar a gente pagar a conta, né? Então no atual sistema que eu trabalho, isso não interfere, não afeta

em nada. É como se eu tivesse recebendo a pessoa e não tivesse... Eu sei que no final eu vou lá, né? Vou pegar meu cheque... Mas na relação isso não aparece, então parece que eu tou fazendo um intercâmbio mesmo, né? Quer dizer, no dia a dia, não tou preocupado se a pessoa vai comer muito, se vai comer pouco. "- Ah, vai lá na geladeira!" Eu sei mais ou menos quanto eu tou gastando, se eu tiver isso sobre controle, o resto não compromete, né?

No entanto, o pagamento não impede que, no interstício, "algo mais", inesperado e fora do contrato, se crie, uma relação se desenvolva. Há o espaço para o gratuito, seja algo concreto, como aulas de português como lembra um hóspedes, dicas e informações, ou imaterial, como experiências, afinidades. Diz um anfitrião,

Sempre recebo alguma coisa, uma carta, cartão, um presente, que chega, né?"

Outra anfitriã conta:

Um dia elas saíram e ficaram tão agradecidas à gente que saíram, compraram coisas, e fizeram um jantar chinês pra gente. Todas foram pra cozinha, ajudaram elas a fazer, fizeram vários pratinhos chineses, foi maravilhoso. Sabe assim, é uma coisa que você diz: "-Gente, que presente!". Aí, no último dia você ganha flores, sabe assim, porque vai ficando uma coisa que você acaba virando família, sabe, choram no último dia, tiram fotos, aquelas coisas...

[...] Elas agradecem tanto a gente quando vão embora... Elas fazem uma carta, primeiro pra dizer quem elas são antes de chegarem, a gente já sabe quem elas são. E a carta vem sempre com muitos agradecimentos, como se fosse..., entendeu?

Um hóspede enumera o que ganha gratuitamente - as aulas de português, as dicas sobre o bairro, e conclui:

Você ganha e dá mais do que apenas o seu dinheiro!<sup>100</sup>

Outro, falando sobre o seu anfitrião, diz:

Ele fez muito mais do que necessário.

Assim como uma hóspede que conta:

Quando eu cheguei eles me deixaram super a vontade, até mais do que eu achei que seria.

Ou seja, os anfitriões foram além do que se esperava, do que estava estabelecido em contrato.

---

<sup>100</sup> No original: "You take and leave more than just your money behind!"

Em alguns casos, a dádiva domina e acaba impossibilitando a existência da relação comercial. Uma anfitriã conta que conheceu uma pessoa recebendo-a comercialmente em sua casa. Elas tiveram grande afinidade e mantiveram o contato. Algum tempo depois a anfitriã a visitou em seu país, e logo em seguida a recebeu novamente em sua casa, mas dessa vez não cobrou as diárias:

Não foi comercial, ninguém me pagou, mas teve uma troca.[...] Porque eu fiquei na casa dela, porque eu conheci os amigos, a família, tia, avó, papagaio, periquito... Achei fantástico, eu acho que é essa troca, né? Essa coisa do dar e receber, é exatamente isso.

Outro caso similar aconteceu a outra anfitriã:

Foi a maior diversão da minha vida, o rapaz era simpaticíssimo, animadíssimo, bem humorado, engraçadíssimo. Eu sei que ia ficar 3 semanas, acabou ficando quatro, trouxe a namorada, ficou uma semana aqui com ela, não cobre essa semana que ele passou com a namorada aqui, porque eles eram simpaticíssimos, nos divertimos horrores.

Já outras vezes a dádiva caminha junto com a atividade comercial, como no caso da anfitriã que comentando seus planos de comprar uma vã para passear com os hóspedes que recebe a pagamento, diz:

Tenho até vontade de comprar uma vã! Não é pra ganhar dinheiro não, é só por que eu gosto mesmo... Pegar um fim de semana, assim, e sair por ai, adoro fazer isso!

E é a dádiva que justifica a própria atividade, dando um sentido maior à tarefa de ganhar dinheiro, mas sempre mostrando-se livre.

Alias, se eu achasse que eu perdesse, então não fazia, por que estou numa fase da vida que eu não faço nada que eu não quero, só se for obrigada. Assim, pra ganhar dinheiro, poderia fazer outras coisas, mas não botar gente dentro da minha casa... Não seria a maneira de ganhar dinheiro, acho que é uma coisa, assim, muito íntima sua... E se não gostar não pode fazer. Muito difícil você ter gente na sua casa, se você não...

Portanto a relação de hospitalidade se faz sentir, e o encontro acontece, como é ilustrado no relato de um anfitrião:

E foi tão legal, assim, foi um encontro, assim, tão bonito, aquela coisa assim de... Eu senti uma afinidade, assim, muito forte no pouco tempo que a gente conversou... Não sei bem como isso acontece, não é uma coisa muito racional mas acho que a gente percebeu uma certa visão do mundo, uma certa maneira de sentir as coisas... Não precisa falar muito pra você perceber que aquela

afinidade está presente, né? Foi uma coisa muito intensa, muito forte.

## 6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa indica que os *bed and breakfasts* existentes na cidade do Rio de Janeiro funcionam como um espaço de encontro entre hóspedes e anfitriões, e que esse encontro se dá através de uma relação de hospitalidade e dádiva. Esta, trata-se de uma relação fundamental para o desenvolvimento de uma experiência integral no turismo.

A dádiva representa um sistema de trocas, primeiramente descrito por Mauss (2003), que serve antes de mais nada, para estabelecer vínculos. Através da dinâmica dar-receber-retribuir, constituinte desse sistema, novas relações humanas são construídas e as relações existentes mantidas. É a troca, constituinte dessas relações, que permite a comunicação entre os homens, a inter-subjetividade e a sociabilidade.

Na atividade turística, a relação de hospitalidade se dá quando a dádiva acontece entre hóspedes e anfitriões, ainda que esta esteja inserida em um ambiente marcado pela esfera do mercado, como na rede de serviços da hospitalidade comercial, caso dos *bed and breakfasts*. Diferentemente do que acontece em uma relação puramente mercantil, nas relações de hospitalidade, o processo de dádiva se estabelece e acontece o encontro.

Esse encontro permite que a experiência do turismo seja vivenciada de um modo diferenciado, acrescentando outros significados, profundos e duradouros, tanto para os turistas como para a comunidade anfitriã. O *bed and breakfast*, portanto, favorece o intercâmbio cultural entre os turistas e os habitantes locais, estimulado pela convivência direta e cotidiana entre quem hospeda e quem é hospedado. A recepção do turista em uma estrutura domiciliar facilita a troca de informações, experiências e afabilidades, e, até mesmo, a constituição de amizades.

Nesse processo, há nos hóspedes uma disponibilidade de sair de seu lugar de origem e estar aberto para o conhecimento de outras pessoas e para os possíveis encontros. Assim como os anfitriões, que estão dispostos a conhecer, encontrar as pessoas que recebem, fazendo que se estabeleça não apenas uma atividade comercial mas uma relação de hospitalidade. Essa disponibilidade é fundamental para que se estabeleça essa relação e qualquer tipo de vínculo.

No entanto, para que a atividade se dê de modo satisfatório, para que haja uma percepção de qualidade da experiência tanto para hóspedes como para anfitriões, e para que haja realmente um espaço para vínculos, é necessário que se cumpram algumas

premissas. A existência de algumas regras básicas de convivência permite que a dívida se instaure, que o relacionamento se desenvolva de modo agradável.

É importante ressaltar que uma maior atenção ao sistema por parte da academia, com mais estudos, nas diversas áreas do saber, como sociologia, administração, economia, psicologia e antropologia, poderia estimular, apoiar e monitorar o desenvolvimento desse modelo de sistema de hospedagem, tanto no Rio de Janeiro, como em outras cidades brasileiras, além de auxiliar a melhoria da qualidade da experiência percebida, tanto para hóspedes como para anfitriões. Maiores estudos acadêmicos podem também dar subsídios e ajudar a formulação de políticas públicas para o setor.

O sistema e modo de gestão das redes de *bed and breakfast* pode influenciar as relações de hospitalidade que se estabelece entre hóspedes e anfitriões. A análise dessa gestão poderia lançar novas possibilidades de ação, tanto de empresas privadas quanto do poder público. A relação dos gestores com os afiliados e com os hóspedes, e a forma como se dá essa triangulação poderia ser um tema para outras pesquisas, assim como as condições de reserva e pagamento, e a estratégia de marketing utilizada.

A ampliação dessa pesquisa, incluindo entrevistas com turistas hospedados em estruturas de hospedagem convencionais, como hotéis, poderia criar um panorama comparativo entre as relações de hospitalidade no *bed and breakfast* e as que podem se dar em outras estruturas.

Outro relevante estudo comparativo que poderia ser realizado, engloba as diferenças nas relações de hospitalidade estabelecidas no sistema de *bed and breakfast* no Rio de Janeiro e a que se dá no mesmo sistema de hospedagem em outras localidades brasileiras. Além disso, as diferenças entre os diversos sistemas brasileiros, tanto de objetivos e propostas, como de público alvo e gestão, incluindo experiências de gestão privada e de instituições públicas, oferecem uma possibilidade de pesquisa muito rica.

Sem dúvida, como o *bed and breakfast* é uma atividade internacional, cada vez mais difundida entre os cinco continentes, uma análise transnacional poderia responder a diversas questões, como a existência ou não de uma especificidade nas relações de hospitalidade que ocorrem no Brasil, e as diversidade na percepção do sistema entre anfitriões de países diferentes.

O estabelecimento de um cenário de casos de experiências de implementação do sistema de *bed and breakfast* no Brasil, iniciado nessa pesquisa, deveria ser complementado, através da verificação *in loco* das iniciativas, e sistematizado de modo que possa ser útil tanto para os gestores das redes como para o poder público, no estabelecimento de ações de incentivo, monitoramento e controle da atividade.

Esforços conjuntos, a nível estadual e federal, para a realização de um inventário detalhado do estado da arte da atividade no Brasil e a disponibilização pública de informações claras a respeito possibilitariam um melhor planejamento. Recomenda-se também o apoio à articulação entre as redes e iniciativas isoladas existentes, melhorando, assim, a chance de sucesso das iniciativas em andamento.

Aos poucos o poder público começa a prestar atenção a esse modo de hospedagem, apesar de ainda não haver um posicionamento claro nesse sentido, se revestindo na formulação de políticas, principalmente a nível nacional. Para que as hospedagens domiciliares sejam incluídas nas políticas públicas de turismo, como meio de possibilitar a inclusão de um número maior de pessoas e localidades na atividade, é necessário que, antes de mais nada, haja um acordo sobre a definição dos termos hospedagem domiciliar e *bed and breakfast* (cama e café). É também necessário o estudo e a implementação de uma regulamentação para o setor.

Segundo o Ministério do Turismo (2006), o *bed and breakfast* se baseia na premissa da sustentabilidade no turismo, e um dos aspectos levantados para justificar essa afirmação é justamente o intercâmbio cultural. Nesse sentido, o poder público, que historicamente define políticas estruturantes e que privilegiam a dimensão econômica, inicia a perceber a importância das relações, e de como estas se dão, na atividade turística.

A inclusão de outras dimensões, como as de domínio da dádiva, hospitalidade, encontro e alteridade, permite que novas perspectivas sejam levadas em conta no planejamento, implementação e gestão da atividade. Isso poderia se concretizar através de incentivos, esforços para regulamentação, controle de indicadores e novas estruturas, que permitam um tipo de dimensão que vai além da questão econômica, e que são fundamentais em uma política de inclusão social.

Acredita-se que a análise desse sistema de hospedagem na cidade do Rio de Janeiro, e das relações interpessoais que se estabelecem, pode trazer, assim, *insights* interessantes, com aplicabilidade em outros setores da atividade turística. Recomenda-

se, assim, que o poder público pense propostas de desafios de sustentabilidade no turismo a partir de alternativas inovadoras que privilegiam os atores locais e as trocas interpessoais.

O *bed and breakfast* ou cama e café pode ser, portanto, considerado como uma alternativa de hospedagem que contribui para o processo de sustentabilidade no turismo. O turismo realizado do ponto de vista cultural, é realizado na escala humana e significa aprendizagem, encontro de pessoas. Funciona como estimulante da vitalidade, como fator educativo, como realização do direito ao lazer e como crescimento pessoal. Turismo é dialogo entre culturas diversas, e a riqueza das culturas está em suas especificidade, nas diferenças.

Afinal, se através do turismo se pode descobrir a diversidade e exercitar a capacidade de conviver com a diferença, se podemos exercer a comunicação, a negociação e o compromisso mútuo, em fim, estreitar os laços sociais e pessoais e aproximar os homens, estruturas que facilitem esses encontros devem ser estimuladas e perpetuadas.

## 7. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Leila S. "Rede de relações sociais: um processo dialógico" In: Série Documenta, Rio de Janeiro: EICOS/UFRJ, Número 12-13, Ano VIII, 2001-2002.

BAPTISTA, Isabel. *Lugares de Hospitalidade* In: DIAS, Celia M. M. (Org.). *Hospitalidade Reflexões e Perspectivas*. São Pulo: Editora Manole, 2002

BARRETTO, Margarida. *As ciências sociais aplicadas ao turismo*. In: SERRANO, C, BRUHNS, H., LUCHIARI, H. (Orgs) *Olhares Contemporâneas sobre o Turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.

BAUMAN, Zygmunt. Tutistas e vagabundos: os heróis e as vítimas da modernidade. In: BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

\_\_\_\_\_. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BOFF, Leonardo. *Ecologia: grito da terra, grito dos pobres*. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.

\_\_\_\_\_. *Virtudes para um outro mundo Possível - Hospitalidade*. Petrópolis: Vozes, 2005.

BUBER, Martin– *Eu e Tu* – São Paulo: Centauro Editora, 2004.

CAMARGO, L.O.L. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. *A geografia do espaço turístico, como construção complexa da comunicação*. Mimeo

CAZES, G. *Turismo e subdesenvolvimento: tendências recentes*. In: RODRIGUES, A. B. (Org). *Turismo e geografia – reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1996.

COHEN. Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, Vol.39 (1), pp 164-189, 1972.

\_\_\_\_\_. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*. 15. (3), pp 371–86, 1988.

- COOPER, C. et al. *Turismo; princípios e prática*. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- COUTO, Renan E. *Turismo como mecanismo de desenvolvimento local e empreendedorismo sustentável – Análise da demanda e do espaço rural do Alto Aiuruoca, Itamonte, MG*. Dissertação de Mestrado, Engenharia de Produção, Universidade Federal Fluminense, 2006
- CRAIK, J. *The culture of tourism*. In: C. ROJEK and URRY (eds) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory* (pp. 113–36). London: Routledge, 1997.
- DENKER, Ada. F. M. Considerações Finais: hospitalidade e mercado. In: DENCKER, Ada (coord). *Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Thomson, 2004.
- \_\_\_\_\_. O Trabalho Científico na Universidade. *Revista Hospitalidade*, ano I, número 1, 2º semestre 2004, pp 115-123.
- \_\_\_\_\_. (ed.) *Revista Hospitalidade*, Ano II, número 1. São Paulo: Ed Anhembi-Morumbi, 2005.
- DENZIM, N.K. *The Research Act in Sociology*. London: Butterworth, 1970.
- FLICK, Uwe. *Uma Introdução à Pesquisa Qualitativa*. São Paulo: Artmed Editora, 2002.
- GESSNER, V. & SCHADE, A; Conflicts of culture in cross-border legal relations: the conception of a research topic in the sociology of law. In: M. Featherstone (ed.), *Global Culture*. London: Sage, 1990.
- GIDRA, Gilberto & DIAS, Celia M. M. Hospitalidade: da simplicidade à complexidade. In: DENCKER, Ada (coord). *Planejamento e Gestão em Turismo e Hospitalidade*. São Paulo: Thomson, 2004.
- GODBOUT, Jacques. *O Espírito da dádiva*. Rio de Janeiro, Fundação Getulio Vargas, 1999.
- \_\_\_\_\_. Introdução à dádiva. *Revista brasileira de Ciências Sociais*, Oct. 1998, vol.13, no.38, p.39-52.
- GODELIER, Maurice. *O Enigma do Dom*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.
- GOLDENBERG, Mirian. *A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais*. Rio de Janeiro: Editora Record, 1999.

GUZZATTI, Thaise Costa. *Associação de Agroturismo Acolhida na Colônia*. I Seminário Internacional de Hospedagem Domiciliar no Rio de Janeiro, Outubro de 2006. Mimeo.

HALL, C. M. et Page, S. J. *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. Londres/ Nova York: Routledge, 1999.

HALL, Stuart. *Da Diáspora- Identidades e Mediações Culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003.

HANNERZ, U. Cosmopolitans and locals in world culture. *Theory, Culture and Society*, 7, 2-3, pp. 237-52, 1990.

IRVING, Marta *et alli*. "Modelo de Planejamento Turístico de Base Comunitária" in *Série Documenta*, nº 10, Rio de Janeiro: EICOS/UFRJ, Número 10, Ano VII, 1999.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Editora Aleph, 2003.

LABATE, Beatriz Caiuby. *A experiência do "viajante-turista" na contemporaneidade*. In: SERRANO, C, BRUHNS, H., LUCHIARI, H. (orgs) *Olhares Contemporâneas sobre o Turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.

LANNA, Marcos. *Note on Marcel Mauss's essai sur le don*. *Revista Sociologia Política*, Junho 2000, nº.14, p.173-194.

LASHLEY, C. *Para um entendimento teórico*. In: LASHLEY, C. & MORRISON, A. *Em Busca da hospitalidade - Perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Ed. Manole, 2004.

LASHLEY, C. & MORRISON, A. *Em Busca da hospitalidade - Perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Ed. Manole, 2004.

LEVIS STRAUSS, Claude. *Introdução à obra de Marcel Mauss*. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

LIMA, Michelle. *Pousadas domiciliares de Fernando de Noronha*. I Seminário Internacional de Hospedagem Domiciliar no Rio de Janeiro, outubro de 2006. Mimeo.

LYNCH, Paul & MACWHANNEL, Doreen. *Hospitalidade doméstica e comercial*. In: LASHLEY, C. & MORRISON, A. *Em Busca da hospitalidade - Perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Ed. Manole, 2004.

LYNCH, Paul. *Setting and its significance in the homestay sector: explorations* In: CHME Hospitality Research Conference, Division of Hospitality Management, The University of Huddersfield, Abril, 2000.

MACCANNELL, D. *The Tourist: A new Theory of the Leisure Class*. New York: Schocken Books Inc., 1989.

MAISONNEUVE, Jean. *Introdução à Psicossociologia*. Editora Universidade de São Paulo, 1977.

MASINI, Fabio. "Bed and Breakfast in Italia: dall'emergenza alla politica turistica" In: *Turistica*, Ano X, nº 1-2, Jan/fev 2001, Firenze: Mercury S.r.l.

MAUSS, Marcel. *Ensaio sobre a dádiva*. In: MAUSS, Marcel. *Sociologia e Antropologia*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

MELO, Bruno Almeida de. "Turismo e Antropologia: uma aproximação possível" In: *Turismo em Análise*, volume 15, número 1, maio 2004 Editora Aleph/Eca-USP.

MINAYO, M.C.S. *O Desafio do Conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde*. 2.ed., São Paulo: Hucitec/ Abrasco, 1993.

\_\_\_\_\_. (org). *Pesquisa Social: Teoria, Método e Criatividade*. Petrópolis, Ed. Vozes, 1996.

MINISTÉRIO DO TURISMO. *Documento técnico analítico de projetos e políticas sobre hospedagem domiciliar em dois casos de sucesso para subsidiar a elaboração de publicação para orientar empreendedores de meios de hospedagem domiciliar no Brasil*. Brasília, maio de 2006. Mimeo.

MOESCH, Marutschka. O fazer-saber turístico: possibilidades e limites de superação. In: GASTAL, Susana. *Turismo: 9 propostas para um saber-fazer*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

\_\_\_\_\_. A produção do saber turístico. São Paulo: Editora Contexto, 2002.

MOSCARDO, Gianna et all. *Specialist Accommodation and Ecologically-Sustainable Tourism* In: *Journal of Sustainable Tourism* Vol. 4, No. 1, 1996.

NASCIUTTI, Jacyara. Reflexões sobre o espaço da psicossociologia. Série Documenta Ano V, no 7. Rio de Janeiro: UFRJ / EICOS, 1996.

- NASH, D. Tourism as a form of imperialism. In: *Hosts and Guests: the Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1989.
- NETTEKOVEN, L. Mechanisms of Intercultural Interaction. In KADT, E. (ed.). *Tourism--Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effects of Tourism in Developing Countries*. New York: Oxford University Press, 1979.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. *Relatório anual*. Madrid, 2000.
- PENA-VEGA, Alfredo. *O Despertar Ecológico - Edgard Morrin e a Ecologia Complexa*. Rio de Janeiro: Garamond, 2003.
- PEREIRA, Gilson R. de M. *Disciplinary rules of value, of knowledge: some topics concerning the gift anti-economy*. *Educ. Soc.*, Aug. 2000, vol.21, no.72, p.73-86.
- PIMENTEL, Ana. *Bed and Breakfast – Um projeto de desenvolvimento turístico sustentável no sul da Itália*. Caderno Virtual de Turismo, Rio de Janeiro: 2003.
- PIRES, M. Jorge. *Raízes do turismo no Brasil*. São Paulo: Manole, 2001.
- POTTS, Thomas D. & AMOS, Carole Jones. *Beginning a bed and breakfast in South Carolina: guidelines for development*. South Carolina: Strom Thurmond Institute Clemson University, 2000.
- REISINGER, Y. Tourist - Host contact as a part of cultural tourism. *World Leisure and Recreation*, 36 (summer), pp. 24-28, 1994.
- RITZER, G. & LISKA, A. McDisneyzation and "post-tourism": Complementary perspectives on contemporary tourism. In ROJEK, C. & URRY, J. (orgs) *Touring Cultures- Transformation of travel and theory*. Londres/New York: Routledge, 2000.
- RODRIGUES, Adyr B Geografia e turismo: notas introdutórias. *Revista do Departamento de Geografia*, São Paulo, n. 6, p. 15-21, 1992.
- RUSCHMAN, Doris. *Turismo e planejamento sustentável - a proteção do meio ambiente*. Campinas: Papirus, 2002.
- SANSOLO, Davis (ed.) *Revista Hospitalidade*, Ano I, número 1. São Paulo: Ed Anhembi-Morumbi, 2004.
- SERRANO, Celia. *Poéticas e Políticas das Viagens* In: SERRANO, C, BRUHNS, H., LUCHIARI, H. (orgs) *Olhares Contemporâneas sobre o Turismo*. São Paulo: Papirus, 2001.

SMITH, Edward L. & SMITH, Ann K. Business management and marketing: bed and breakfast. *Tourism educational materials*, Michigan: Michigan State University Extension, 2002.

TODOROV, Tzvetan. *A conquista da América - a questão do outro*. São Paulo: Martins Fontes, 1993

TULIK, Olga. *Turismo e Meios de Hospedagem - Casas de Temporada*. Ed Rocca, São Paulo, 2001

TURNER, L. & ASH J. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable, 1975.

UNESCO. *Culture, Tourism, Development: Crucial Issues for the XXIst Century*. Paris: UNESCO, 1997.

URBAIN, Jean-Didier. *L'Idiota in Viaggio - storia e difesa del turista*. Roma: Apore, 1997.

URRY, J. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage, 1990.

VAN DER BERGUE, P. *The Quest for the other: ethnich tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle/Londres: University of Washington Press, 1994.

VELASCO, H. e DÍAZ DE RADA, A. *La lógica de la investigación etnográfica*. Madrid: Trotta, 1997.

VITULE, Maria Luisa. *Guia de Viagem - cultura e mundo contemporâneo*. São Paulo: Ed. Unimarco, 2003.

WALL, Geoffrey. "Sustainable Tourism- Unsustenaible Development" In: WAHAB, Susan et PIGRAN, John J. (org.) *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*. Londres/ Nova York: Routledge, 1997.

## ANEXO 1 - Roteiro de entrevista - Anfitriões

### PERFIL E MOTIVAÇÃO

Nome

Idade

Nacionalidade/ Naturalidade

Fixa etária: ( ) 18 a 25      ( ) 25 a 35      ( ) 35 a 50      ( ) > 50

Profissão

Faixa de renda mensal:

( ) até 1.500      ( ) 1.500-3.000      ( ) 3.000-5.000      ( ) > 5.000

Há quanto tempo você recebe hóspedes em sua casa?

Por que você recebe hóspedes em casa?

Quais são os aspectos positivos dessa atividade? E negativos?

Conte tua experiência mais positiva e a mais negativa.

Você já se hospedou em residências particulares em suas viagens? Como foi?

### O ENCONTRO

O que significa o encontro com esse hóspede pra você?

Defina esse encontro em tres palavras-chave.

Que tipo de pessoa você acha que seu hóspede é?

O que você mais gosta na relação com seu hóspede? E o que gosta menos?

Essa relação trouxe algo de novo? O que?

Você acha que esse encontro vai ter desdobramentos? Quais?

Em que momento há mais contato entre você e seu hóspede?

Vocês costumam conversar? Sobre o que?

Seus hóspedes costumam fazer perguntas pessoais (por exemplo, sobre sua família, religião, profissão)?

Eles perguntam algo sobre o Rio e seus habitantes?

Como é dividido o espaço na casa? Há algum espaço compartilhado?

O que você pensa sobre a questão da privacidade do teu hóspede? E sobre a tua privacidade?

O que você mais ganhou? E o que perdeu?

E o que você acredita que mais tenha dado?

Como você imagina será o contato com o seu hóspede após a partida dele?

## ANEXO 2

### Roteiro de entrevista - Hóspedes

#### PERFIL E MOTIVAÇÃO

Nome

Idade

Nacionalidade/ Naturalidade

Fixa etária: ( ) 18 a 25      ( ) 25 a 35      ( ) 35 a 50      ( ) > 50

Profissão

Faixa de renda mensal:

( ) até 1.500      ( ) 1.500-3.000      ( ) 3.000-5.000      ( ) > 5.000

Você está viajando sozinho ou acompanhado? Por quem?

Quantos dias permanecerá no Rio de Janeiro?

É a primeira vez que você vem? Quantas vezes já veio?

Por que você veio para o Rio?

Caso já tenha vindo outras vezes, você já tinha se hospedado aqui?

Por que você escolheu esse meio de hospedagem?

Quais são os aspectos positivos dessa hospedagem? E negativos?

Você já se hospedou em residências particulares em outras viagens? Como foi?

Conte uma tua experiência mais positiva e uma mais negativa.

Você gostaria de receber pessoas em tua casa?

#### O ENCONTRO

O que significa o encontro com o teu anfitrião pra você?

Defina em tres palavras-chave.

Que tipo de pessoa você acha que ele é?

O que você mais gosta na relação com teu anfitrião? E o que gosta menos?

Trouxe algo de novo? O que?

Você acha que esse encontro vai ter desdobramentos? Quais?

Em que momento há mais contato entre você e seu anfitrião?

Vocês costumam conversar? Sobre o que?

Seu anfitrião costuma fazer perguntas pessoais (por exemplo, sobre sua família, religião, profissão)?

Ele perguntou algo sobre o local de onde você vem?

Como é o espaço na casa onde você está hospedado? Há algum espaço compartilhado?

O que você pensa sobre a questão da privacidade do teu anfitrião? E sobre a tua privacidade?

O que você mais ganhou? E o que perdeu?

E o que você acredita que mais tenha dado?

Como você imagina será o contato com o anfitrião após tua partida?

**ANEXO 3 - Questionário de perfil da rede Cama e Café**

## MATCHING:

Name: Sex:  
 Relationship Status: Birthday:  
 State: City: Country:  
 E- mail:  
 Children:  
 Languages I Speak:  
 Religion:  
 Sexual Orientation:  
 Height (Size of the bed):  
 Smoking:  
 Drinking:  
 Education: Course:  
 Occupation:  
 Any kind or Allergy?

Reason of the trip:

Tourism  
 Business Networking  
 Others :

**Interest in:**

Friends  
 Partners for activities  
 Business contacts  
 Others :

How did you heard about Cama e Café?

Others informations about yourself:

## **ANEXO 4 - Carta de Compromisso**

Essa Carta de Compromisso expressa o propósito de seus signatários – anfitriões cariocas e os agentes profissionais que os representam – de oferecer hospedagem domiciliar de qualidade, proporcionando aos visitantes um contato estreito com o estilo de vida dos cariocas.

Esses serviços não se confundem com aqueles prestados por albergues, campings, aluguel por temporada, flat, hotel ou pousada. Temos compromissos com o modelo bed and breakfast ou hospedagem domiciliar, como já é praticado em diversos lugares do mundo.

Nós, que utilizamos a marca da REDE CARIOCA DE ANFITRIÕES, nos comprometemos a prestar serviços de hospedagem domiciliar em um padrão estável e transparente de qualidade observando especialmente o seguinte:

### **– Compromissos do Anfitrião / Anfitriã**

1º– O anfitrião receberá pessoalmente o hóspede, prestando-lhe a melhor acolhida que estiver a seu alcance. Isso inclui estar disponível para contato social, dar informações sobre seu bairro e sua cidade e trocar conhecimentos e experiências, na medida razoável.

2º - O anfitrião terá mais de 18 anos e estará informado e comprometido com a qualidade dos serviços assumindo os cinco princípios do programa RIO HOSPITALEIRO:

- simpatia e boa vontade,
- qualidade no atendimento,
- respeito às diferenças,
- sinceridade e honestidade, e
- respeito às leis.

3º – O hóspede terá direito a uma cópia da chave da casa, e também de seu quarto, ou armário privativo. A chave da casa pode ser substituída por um cadeado eletrônico com senha programável ou pelo compromisso do anfitrião de estar sempre disponível para abrir a porta para o hóspede.

4º -As informações prestadas pelo anfitrião, através da Internet ou pessoalmente, antes da chegada do hóspede, refletem claramente as condições de sua residência. Não haverá surpresas para o hóspede em questões importantes como animais domésticos, banheiros compartilhados, restrições ao tabaco, crianças pequenas, entorno da residência, uso do telefone, climatização, entrada independente e escadarias de acesso, estacionamento de veículos, cozinha e outras facilidades da casa – que deverão ser esclarecidas com transparência para ambas as partes.

5º – A residência estará adequadamente mobiliada e oferecerá no máximo 3 quartos para hospedagem simultânea, sendo que em um quarto ficarão hospedados apenas pessoas de uma mesma família ou grupo. Não se admite quartos com ruídos ou odores desagradáveis permanentes, especialmente os noturnos.

6º – O quarto de hospedagem estará em ótimo estado de conservação, sem infiltrações, defeitos ou vazão de água no piso, teto e paredes. Terá no mínimo 8 (oito) metros quadrados, e disporá de janela ou vão de iluminação e ventilação natural.

7º – O mobiliário de cada quarto incluirá, no mínimo, uma cama de casal (140 x 190 cm) ou solteiro (80 x 190 cm); espaço privativo para guarda de roupas e pertences; mesa e lâmpada de cabeceira, e uma cadeira de apoio.

8º – Colchões, travesseiros estarão conservados e limpos, assim como as roupas de cama e banho, que serão trocadas a cada 4 dias ou a cada novo hóspede.

9º – O banheiro será privativo do hóspede, ou compartilhado por no máximo 6 usuários, incluindo os moradores da casa. Serão limpos diariamente e lavados a cada 4 dias, ou a cada novo hóspede. O conjunto sanitário estará em perfeito funcionamento, inclusive a opção por água quente para o banho.

10º – O café da manhã será servido diariamente pelo anfitrião, e este será o momento de contato regular com o hóspede. A refeição incluirá no mínimo pães frescos, manteiga e geléias, suco de frutas, frutas da estação, leite, café e chocolate. Serão observadas as exigências das autoridades da Vigilância Sanitária.

#### **- Compromissos do agente profissional**

O Anfitrião poderá ser representado por um agente profissional ou por uma empresa como agência de viagens, central de reservas, etc. Nesse caso, o agente profissional e sua empresa assumem junto ao Hóspede os seguintes compromissos:

11º – O agente profissional adere a todos os compromissos de qualidade firmados pelos anfitriões. Somente serão oferecidas para hospedagem, sob a marca da REDE CARIOCA DE ANFITRIÕES, as residências que atenderem os requisitos desta Carta. Se alguma residência não atender esses requisitos, provisória ou permanentemente, o agente não poderá utilizar a marca em sua divulgação.

12º – O agente compromete-se a selecionar cuidadosamente as residências que fazem parte de sua rede, vistoriando-as antes da aprovação e rotineiramente para confirmar que os critérios de qualidade estão sendo observados. Caso constate alguma falha, irá advertir o anfitrião para que ela seja corrigida em prazo razoável e, se for o caso, suspender o envio de hóspedes até que a falha tenha sido sanada.

13º – O agente manterá um esforço permanente para a instrução e qualificação de seus anfitriões, e também de seus empregados e prepostos.

14º – O agente informará o hóspede sobre as características da residência de hospedagem, incluindo seu estado de conservação e manutenção, e também questões relacionadas com animais domésticos, banheiros compartilhados, restrições ao tabaco, crianças pequenas, entorno da residência, uso do telefone, climatização, entrada independente e escadarias de acesso, estacionamento de veículos, cozinha e outras facilidades da casa. Ao repassar ao hóspede uma informação prestada pelo anfitrião, o agente assume plena responsabilidade por ela.

15º – O agente manterá permanentemente um serviço de avaliação de satisfação de seus hóspedes, com um canal aberto para reclamações, e acompanhará a solução dos problemas no interesse do hóspede.

16° - O agente é um profissional habilitado a exercer essas funções e a sua empresa é legalmente constituída na cidade do Rio de Janeiro, com cadastro regular junto ao fisco federal e municipal, e autorizada a funcionar pelo Ministério do Turismo. Sua relação com o anfitrião é regida por um contrato formal que prevê obrigações mútuas e um esforço permanente para incrementar a qualidade dos serviços.

17° - O agente, para aderir à Carta de Compromisso, deverá representar 15 ou mais residências sendo que pelo menos 70% dessas devem atender aos padrões da presente Carta, mantendo a perspectiva da evolução para que a totalidade da oferta.

18° - As tarifas previamente combinadas entre anfitrião, agente e hóspede cobrem todas os serviços contratados: serviço de quarto, café da manhã, arrumação e limpeza diária, roupa de cama e banho trocada regularmente. A menos de combinação expressa em contrário, nenhuma despesa extra será apresentada ao hóspede.

19° – Caso o agente venha a oferecer aos hóspedes outros serviços turísticos além da hospedagem domiciliar, a agência observará nesses serviços os mesmos compromissos do programa RIO HOSPITALLEIRO: simpatia e boa vontade; qualidade no atendimento; respeito às diferenças; sinceridade e honestidade; e respeito às leis.

Com o compromisso de desenvolver a hospedagem domiciliar no Rio de Janeiro, a Secretaria Especial de Turismo – SETUR - supervisionará o uso da marca REDE CARIOCA DE ANFITRIÕES e os padrões de qualidade a ela associados.

Em caso de reclamações, os hóspedes podem recorrer à Ouvidoria da SETUR ( Praça Pio X, 119 / 10°, Centro ; tel: 2588-9150 ou e-mail: ouvidoria.riotur@pcrj.rj.gov.br), que acompanhará a solução dos problemas. Se ficar caracterizada a falta de compromisso do anfitrião ou do agente em relação aos princípios desta Carta, ele será excluído da REDE CARIOCA DE ANFITRIÕES.

A Secretaria Especial de Turismo – SETUR – em consulta com os signatários desta Carta deliberará sobre a adesão de novos agentes e grupos de anfitriões à REDE CARIOCA DE ANFITRIÕES.

Rio de Janeiro, 29 de Maio de 2007.

---

Cama & Café

---

Bed & Breakfast Brasil

---

Favela Receptiva

De acordo:

---

Secretaria Especial de Turismo