

HÉSTIA & HERMES – PESQUISA E REFLEXÕES SOBRE O SIMBÓLICO E A HOSPITALIDADE

Célia Maria de Moraes Dias¹

Iara Maria da Silva Moya²

Resumo: Este artigo expõe uma reflexão sobre as dimensões simbólicas e míticas da hospitalidade sustentada num estudo empírico realizado junto dos estudantes das áreas de Turismo e Hospitalidade, teoricamente enquadrado pelo pensamento de autores contemporâneos como Jacques Derrida, Marcel Mauss e Leonardo Boff.

Palavras-chave: Turismo, Hospitalidade, Mito, Construção Simbólica

Abstract: This article exposes a reflection about the symbolic and mythical dimensions of hospitality sustained in a empirical study developed with tourism and hospitality students, theoretically framed by the thinking of contemporary authors as Jacques Derrida, Marcel Mauss e Leonardo Boff.

Keywords: Tourism, Hospitality, Myth, Symbolic Construction

¹Docente do Curso de Graduação em Turismo da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil

² Mestre em Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi São Paulo. Brasil

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

Pierre Bourdieu

O símbolo abre o campo da consciência fazendo perceber todos os aspectos da realidade: o visível e o velado, o manifesto e o oculto, o consciente e o inconsciente.

Jaime Cobreros e Julio Peradejordi

O paradoxo da hospitalidade

No dizer de Derrida (2003) o termo hospitalidade é aquele tipo de “palavra-noite”, palavra que contém em si o seu oposto. Já Dethlefsen e Dahle (1997) apontam que é fácil verificar a necessidade humana de identificar as coisas dividindo unidades primordiais em oposições. Analisando as línguas antigas, também Freud, em sua obra *Gengensihn der Urworte-* (A ambivalência das palavras originais, apud Dethlefsen e Dahle, p. 25), percebeu a atribuição de um único polo a palavras originalmente ambivalentes. Segundo os autores, aparentemente, “os povos de culturas ancestrais foram mais bem-sucedidos quanto a perceber a unidade subjacente às polaridades, pois, nas línguas antigas, muitas palavras ainda têm uma bipolaridade essencial” (Dethlefsen e Dahle, p. 25). Os exemplos listados mostram facilmente as raízes comuns nas palavras latinas: *clamare-* gritar e *clam-* silêncio, ou *siccus-* seco e *sucus-* sumo/suco. Também em grego, *pharmakon* significa tanto veneno como remédio. E, em inglês, a bipolaridade básica da palavra *without* é absoluta, pois contém em si ambos os significados: com (*with*) e sem (*out*).

Da mesma forma, pode-se dizer que, a palavra latina *hostes*, da qual derivam hóspede e hostil (ou amigo e inimigo), parece ter essa mesma polaridade fundamental que se mantém, até a atualidade, em apenas duas línguas: no francês *hôte* e no grego *xenos*, já que, nesses idiomas, uma única palavra serve para nomear os dois lados da

relação, quem recebe e quem é recebido (o que deve ter rendido alguns problemas de tradução a um profissional não muito atento....)

Se, como no dizer de Derrida (2003), a hospitalidade é, por definição, incondicional, ela está sempre condicionada pelas condições da realidade. Daí o seu oposto, seu paradoxo, sua impossibilidade. É importante lembrar aqui a ressalva feita por Gotman (1997) de que a hospitalidade tem sempre a inospitalidade como horizonte. Exemplo disso são os versos de Pedro Taques, de 1865, citados por Dias (2006):

Hóspede mais de três dias, instalado em casa alheia, pagando com cortesia almoço, jantar e ceia, Afora o quarto que habita, Má visita!

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

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

Símbolo e Hospitalidade

Marcel Mauss, em seu mais importante trabalho, o “Ensaio sobre a Dádiva”, publicado em 1923-24, por meio de estudo comparativo entre várias sociedades arcaicas identificou a dádiva como fator de sustentação cultural, verdadeira cola das relações no âmbito interno e externo da comunidade. Nesse sentido a referência à hospitalidade se faz presente, ora de modo explícito, ou “como produto e processo produtor de atividades sociais, de trocas de dádivas e de circulação de símbolos” (Gidra, 2005:44). Em decorrência, identifica-se toda hospitalidade como dádiva, parte do movimento do *dar, receber, retribuir* proposto por Mauss.

Em Mauss, a dádiva e o simbólico estão fortemente associados, ou, no dizer de Caillé, (1998:5) “no fundo símbolos e dádivas são idênticos para Mauss, ou pelo menos coextensivos”. E explica:

Assim voltamos à questão do simbolismo, que deixamos de lado desde a introdução, embora lhe atribuíssemos, então, um papel central, postulando a identidade, ou melhor, a reversibilidade entre a tese da natureza simbólica da relação social e a da universalidade da obrigação de dar, receber e retribuir. (Caillé, 1998:7).

Essa interrelação é tão forte que, em sua própria origem grega, a palavra *symbolos* significa marca, sinal de reconhecimento, contra-senha de hospitalidade e tem relação com o verbo *symbállein*, literalmente lançar junto, de *syn* (junto) e *bállein* (lançar) que significa, entre outras coisas, re-unir (Boff, 2001). Na Grécia antiga designava um pedaço de osso, moeda, pequeno objeto de cerâmica, anel ou concha de madrepérola, que era quebrado e repartido em dois. Cada pedaço ficava com uma das partes interessadas, com o objetivo de servir como prova de identidade de ambas, como sinal de reconhecimento (Franciscato, 2004). Isso era comum entre hóspede e anfitrião que, ao se despedirem, seguiam esse procedimento. Em outra ocasião, ao se reencontrarem, ou alguém os representando, poderiam reunir os símbolos. Comprovada a identidade, ambos teriam direito à hospitalidade. Outros autores também indicam a existência desse símbolo, usado como contra-senha de hospitalidade, no império romano, com a denominação de *tessera hospitalitas*.

A hospitalidade, conforme a visão da tríade semiótica - composta por signo (englobando significante e significado), interpretante e objeto - é um conceito complexo e abstrato, sem um referente no mundo real, e pode apresentar diferentes significados para cada indivíduo. Sinal visível de uma realidade invisível, segundo Kast (1997, apud Franciscato, 2007), no símbolo observam-se dois níveis: em algo externo, pode-se revelar algo interno, em algo visível, algo invisível, em algo corporal, o espiritual, no particular, o geral. Seria, então, o símbolo, um elemento de síntese, facilitador no deciframento de mensagens e, talvez, passível de orientar um delineamento de conceitos de hospitalidade.

Por outro lado, *dia-bállein* significa literalmente lançar longe, jogar fora de qualquer jeito, afastar ou separar (Boff, 2001), sendo o significado arquetípico do vocábulo *diabolos*, separação, desunião, o oposto do simbólico, do poder mediador do símbolo entre os níveis de consciência. E, conforme Howell:

A consequência disso é o literalismo, o pensamento fundamentalista e toda inflexibilidade dogmática, provavelmente um dos maiores males e perigos de nossa época....O efeito do dia-bolos assume instantaneamente o comando quando um grupo afirma ser possuidor da única verdade, e nega qualquer outra versão. Compreendidos simbolicamente, ambas as partes poderiam conter a mesma verdade. (Howell, 1987, apud Solano, 2000).

Viajantes e turistas

Desde Ulisses, personagem que Homero escolheu como epítome, para representar todas as agruras e delícias pelas quais passa o homem que viaja, até a *peregrinatio* (*per+agri*= pelos campos) da época do Império Romano, quando as pessoas se deslocavam para jogos, festejos, casas de veraneio ou banhos medicinais e, depois, na Idade Média, com as viagens dos romeiros (do grego *rhomaíōs*, peregrinos), que iam à Terra Santa, a Roma, a Santiago de Compostela, Canterbury, Jerusalém ou Meca, o homem sempre viajou. Mais tarde, entre os séculos XVI e XVII, ocorrem o *Petit Tour* e o *Grand Tour*; por volta de 1760 se inicia a atribuição da palavra de origem francesa, *tour*, que significa "volta", para o movimento dos jovens aristocratas ingleses, que, junto com seu tutor, iam ao continente para uma imersão na arte, cultura, língua e costumes de diferentes povos, de modo a refinar sua educação e habilitar-se a cargos políticos.

Posteriormente à revolução industrial, entre fim do século XIX e início do XX, com as leis trabalhistas, a menor jornada de trabalho, a evolução dos meios de transporte, dos meios de hospedagem e da restauração, tem início a organização do turismo. Meados do século XX mostram um fenômeno já bastante disseminado pelos "quatro cantos" do mundo: o turismo de massa. E, hoje, em tendência que vem pouco a pouco, mas consistentemente se cristalizando, ocorre o "novo turismo", que busca tanto maior cuidado e respeito pela conservação do patrimônio histórico-cultural e pelo meio

ambiente, como procura contatos e relacionamentos mais autênticos com as populações dos destinos visitados.

Em resumo, embora muitas pessoas passem toda sua vida sem se afastar dos limites de seu vilarejo de nascença, muitas outras, e cada vez em maior número, têm-se deslocado pelas mais diversas motivações e razões, para outros lugares, onde precisam receber atenção, alimento, bebida e alojamento, isto é, hospitalidade. No dizer de Moesch (apud Dencker, 2005:63) são categorias fundantes do turismo “o deslocamento, nomadismo pós-moderno e o encontro, sedentarismo hospitaleiro do sujeito através do tempo-espaço percorrido”.

A alegoria da hospitalidade, datada do século XVI, mostra a presença de alguns elementos envolvidos nesta discussão.



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

Em primeiro lugar, nota-se a representação do sexo feminino, com uma postura benfazeja, de oferecimento, de acolhimento, tanto à criança, como ao peregrino. Segundo Ripa (apud Schérer, 1993:13), esses são seus hóspedes preferidos “um, não podendo ganhar a vida em razão de sua tenra idade e o outro só podendo conseguir com dificuldade, visto estar fora de seu país”. Este último, simbolizado à sua direita, com a concha que o identifica como piedoso do Caminho de Santiago e que, por extensão, pode-se identificar também com o turista, o que viaja ou vem pelos caminhos (*per+agri-* pelos campos). À sua esquerda, à criança carente, representada sem vestes e que não pode buscar sua segurança e nem seu próprio sustento, oferece a cornucópia

plena de frutas. Também de acordo com Ripa (apud Schérer, 1993:13), o outro símbolo, a cornucópia da abundância é um emblema de múltiplas significações, provém da cabra Amaltéia, que amamentou e depois foi amante de Zeus, que a leva ao Olimpo com seu corno fecundo com tesouros abundantes'. Mas é também o emblema da fortuna e, mais, o da vida, da fecundidade, da própria sexualidade. Figura generosa, de gestos amplos, braços abertos num abraço acolhedor, com um meio sorriso- ambos- sorriso e abraço-exemplos, hoje, da hospitalidade.

A dimensão simbólica e mítica

Este estudo vem dar continuidade a trabalhos já desenvolvidos (Dias & Moya, 2007; Moya & Dias, 2007) sobre a imagem da hospitalidade e seu conteúdo simbólico e mítico. O interesse das autoras na questão da imagem da hospitalidade deu origem à produção de diversos artigos, incluindo uma dissertação de mestrado.

Os estudos basearam-se, inicialmente, na aplicação do modelo proposto por Vasconcelos (2003) em seu livro “A marca que você é”, em que desenvolve o Relatório de Percepção para Criação de Marcas, construído a partir de quatro questões, associando a empresa a um animal, a uma personalidade, a um lugar e a um objeto. Essas mesmas questões foram utilizadas, adaptadas à hospitalidade, e assim aplicadas: Se a hospitalidade fosse um animal, qual seria? Se a hospitalidade fosse uma personalidade, qual seria? Se a hospitalidade fosse um lugar, qual seria? Se a hospitalidade fosse um objeto, qual seria?

Tendo-se iniciado com pouco mais de 20 respondentes, a base empírica do estudo conta agora com 127 entrevistas com alunos das áreas de Turismo e Hospitalidade, permitindo a ampliação dos conteúdos simbólicos da hospitalidade já estudados. As respostas obtidas foram contadas e categorizadas, e representam o nível do visível, conforme a metodologia de Vasconcelos (2003), que estabelece três níveis de análise: o visível, o lisível e o figural. O visível está ligado ao “ver”, à percepção, e o lisível, ao conteúdo, ao “saber”, percepção modelada pela linguagem, dimensão cultural da interpretação. O figural, resultante de ambos, visível mais lisível, é percepção mais conhecimento e produz a “figura-matriz”. Já foi dito (Dias & Moya, 2007) que o “figural” obtido pode ser considerado como o “arquétipo” de Jung, herança psicológica, conteúdo do “inconsciente coletivo” (Jung, 1977). Para Jung os arquétipos são imagens

primordiais, e correspondem a temas mitológicos, presentes em lendas populares de diferentes culturas e épocas. (Fadiman & Frager, 1979). Os resultados obtidos com a ampliação do número de entrevistas confirmam as conclusões anteriores (Dias & Moya, 2007).

Assim é que, se a hospitalidade fosse um bicho, ela seria um animal doméstico, um cachorro, conforme sete em cada dez respostas. Se, na ordem do visível, a hospitalidade é um cachorro, traduzido no visível, o cachorro é o guardião da casa e o melhor amigo do homem. Além disso, que outro animal seria mais representativo do espaço doméstico, da casa, do lar? O cão, segundo Lexikon (2004), é, provavelmente, o animal doméstico mais antigo. Em culturas como a africana, a sabedoria atribuída ao cão fez dele o ancestral da civilização e o portador do fogo aos homens. É associado aos ancestrais humanos e à fidelidade. Cirlot (1984) menciona que a figura do cão, enquanto emblema da fidelidade, aparece sob os pés de figuras de damas esculpidas em sepulcros medievais. No mesmo sentido, portanto, é o guardião da porta, já que esta também representa o feminino. Porta, passagem, umbral, esta é a união e a separação de dois mundos.

O cão é o que guarda. E enquanto guarda, guia. O cão pastor faz parte do simbolismo cristão e representa o sacerdote. (Cirlot, 1984). Para Chevalier & Gheerbrant (1988:176) conforme seu *Dicionário de Símbolos*, o cão (como figura tradutora do cachorro) tem, como primeira função mítica, a de *psicopompo*: “guia do homem na noite da morte, após ter sido seu companheiro no dia da vida”. Em relação ao mito grego se pode lembrar de Cérbero, o cão “guardião dos infernos”. Também o cão de Ulisses, Argos, tem papel importante na hospitalidade, visto que foi o único a reconhecê-lo, alquebrado e sujo, disfarçado de mendigo, quando retorna de sua Odisseia, após mais de 10 anos. Sua fidelidade toca Ulisses, já que o animal morre logo após reconhecê-lo, de velhice e emoção. Intermediário entre os dois mundos, o cachorro explicita o limite do conhecido e do desconhecido. O cachorro, o cão, o guardião, na soleira do lar.

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

Por extensão, no figural, representa a passagem. Intermediário entre os dois mundos, o cachorro explicita o limite do conhecido e do desconhecido.

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

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

quando executada em sua plenitude, a hospitalidade e a convivência revelam aquilo que ocultam: a lógica do universo e da vida. Hospedar a estrangeiros, forasteiros, pobres e necessitados e conviver, mesmo por um momento, com eles, é realizar a estrutura básica do universo. Ela é feita de teias de interretorrelações e de cadeias de solidariedades incluídas.
(Boff, 2005:96).

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

No figural, ambos, líderes espirituais e comunicadores, desempenham o mesmo papel simbólico, enquanto líderes, na orientação do rebanho, seja nos mistérios do coração, na dimensão espiritual e da solidariedade, seja no campo da informação e do

conhecimento, dimensão da mente, e reproduzem, assim, papel também reservado ao cão.

Se a hospitalidade fosse um lugar, a hospitalidade seria uma praia (“com ondas calmas e pôr do sol alaranjado”), uma cidade ou uma construção humana, do Taj Mahal à praça, ou ainda a casa, o lar, ou o próprio quarto. Na dimensão lisível, a cidade é o lugar do coletivo, da construção humana, o lugar de viver que define o morar junto e, conseqüentemente, o pertencimento. Apesar da não ocorrência de duas respostas iguais, as referências a cidades somam o maior número de respostas. Cidades grandes, capitais, como Rio de Janeiro, São Luiz, Salvador ou mesmo Paris são citadas assim como Santos, Fernando de Noronha ou Cacha-Prego, pequena vila na Bahia. Outras respostas mostram que, além da cidade, a hospitalidade é lugar público. Na dimensão lisível, a hospitalidade se dá no espaço coletivo, onde as pessoas estão reunidas. No figural, pode-se dizer que a hospitalidade se dá no espaço construído pelos homens.

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

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

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

A cidade é o lugar do coletivo, da construção humana. O lugar de viver que define o pertencimento e, portanto, o sentimento de integração e participação social. Por fim, segundo o pensamento medieval, o homem é um peregrino entre duas cidades, a cidade de baixo, aqui onde estamos, e a cidade de cima, o reino dos santos (Chevalier & Gheerbrant, 1988).

Um outro grupo de respostas para a questão - Se a hospitalidade fosse um lugar – apresenta concentração na identificação do lugar de hospitalidade com a casa, a casa da

avó, a casa da mãe. Na ordem do lisível associam-se aí os conceitos de ninho e cuidado, frente à relação materna, de amor incondicional. As associações entre hospitalidade e lar são imediatas. Segundo Darke e Gurney (2004) o termo “hospitalidade” passou a ser utilizado de forma comercial para identificar uma ampla indústria de serviços, que associa a prática da hospitalidade comercial a uma extensão do lar, ou, em suas palavras, “uma simulação da visita ao lar de um anfitrião ideal, atento a todas as necessidades da visita.” (Darke & Gurney, 2004:112)

Na mitologia grega, Anfitrião era marido de Alcmena, a mãe de Hércules. Enquanto Anfitrião estava na guerra de Tebas, Zeus tomou a sua forma para deitar-se com Alcmena, e Hermes tomou a forma de seu escravo, Sócia, para montar guarda no portão. Uma grande confusão foi criada pois, evidentemente, Anfitrião duvidou da fidelidade da esposa. No fim, tudo foi esclarecido por Zeus e Anfitrião ficou contente por ser marido de uma mulher escolhida do deus. Daquela noite de amor nasceu o semideus Hércules. A partir daí, o termo anfitrião passou a ter o sentido de 'aquele que recebe em casa'.

A casa e a cidade são, usando o conceito já mencionado de Derrida (2003) “palavras-noite”, ou *imagens-noite*, já que ambas abrangem amplo, mas mesmo simbolismo, que vai da ideia de centro do mundo, imagem do universo, até o seio materno, o ser interior, nossa alma (Chevalier & Gheerbrant, 1988).

Pode-se lembrar aqui também de Hillman (1993), que diz “*a house is not a home*” e faz interessantes comparações entre cidade e alma ou casa e alma. O arquiteto Glaucus Cianciardi, em palestra proferida junto ao mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, em 2005, lembrou de aspetos envolvidos com a figura da casa e explica a relação da casa com as faixas etárias. Para ele, os jovens, de 20 a 30 anos, em formação, não sabem muito bem o que querem e costumam ter uma casa mais descontraída. Entre os 30 e 50 anos, há uma reafirmação no mundo, nessa faixa se busca ostentar status e mostrar o poder de ser visitado. A partir de 50 anos, ou mais, se passa a querer ter elementos que caracterizam a típica “casa da avó”, se costuma ter uma cadeira gostosa, quer-se mostrar quem somos realmente, buscar o verdadeiro conforto, a sensação de bem-estar. Assim, a lembrança da casa da avó teria também esse valor de identidade e autenticidade.

No figural, cidade e casa mostram-se imagens diferentes para a mesma concepção, já que a cidade é um dos símbolos da mãe, a partir de seu aspeto de proteção e limite.

Refúgio e seio maternal, é aqui que se desvela, de forma única, rompendo o paradoxo de Derrida (2003), a hospitalidade incondicional.

Quanto à casa, aí se associam os conceitos de ninho e cuidado e, frente à relação materna, de amor incondicional. O caráter simbólico da casa vale também para a cidade. Segundo Barros (2008), Hundertwasser, um artista austríaco, também arquiteto, ambientalista e naturalista, pintor e gravador, que fez sua primeira exposição em Paris, em 1954, desenvolveu a teoria das cinco peles. Para ele, o homem é um ser em camadas, que se desenrolam em espiral concêntrica, do eu profundo ao nosso mundo exterior, sendo: primeira pele: a epiderme, segunda: o vestuário, terceira: a casa, quarta pele: nossa identidade social, a cidade; e, a quinta: nossa pele planetária. Cidade, casa, origem, família: no figural, pode-se dizer que a hospitalidade implica em identidade.

Se fosse um objeto, a hospitalidade é identificada ora como objeto de receber, ora como objeto de oferecer. Entre os objetos de receber destacam-se a mesa, a cadeira de balanço, a rede de dormir, a cama, o sofá e seus correlatos (o travesseiro, a almofada, a poltrona macia, o cobertor, o edredon, o bicho de pelúcia, “algo fofo e quentinho”). No lisível, pode-se reconhecer a oferta do descanso, do pouso; tradução, no figural, de proteção, acolhimento e segurança.

Na dimensão do oferecer, incluem-se o copo de água, a taça de vinho, a xícara de café, a panela grande, o prato cheio. Na ordem do lisível, todos se resumem, no mundo simbólico, por sua forma, à taça, ou, mais precisamente, à copa, que se apresenta sob dois aspectos essenciais: como vaso da abundância, a cornucópia da fartura inesgotável ou como o vaso que contém a poção da imortalidade, o conhecimento.

No dicionário de Lexikon (2004:63), a copa, ou o cálice, recipiente que passa de mão em mão, quando se bebe, é símbolo de amizade e de solidariedade. Ex.: a cuia de chimarrão - conhecida como símbolo da hospitalidade do gaúcho.

No figural pode-se dizer que ambas as dimensões, de receber e de oferecer, reproduzem o acolhimento. Se os objetos de receber são muito explícitos, como a cama, ou a poltrona, por outro lado, os objetos de oferecer, associados à taça, reproduzem a abertura, a condição de conter, de também receber. Mas, além disso, coloca-se de forma direta a associação com o conhecimento. Segundo Chevalier & Gheerbrant (1988) a associação da hospitalidade com a transmissão do conhecimento já se estabelece na primeira cerimônia do chá, onde a taça de chá é a oferenda de Yin-hi a Lao-Tse, que vai entregar-lhe o Tao-te-king.

No lisível, de modo explícito, tem-se aí, na dimensão do receber, o ato de hospedar, e na dimensão do oferecer, o ato de alimentar. No figural, ambas as dimensões reproduzem o acolhimento.

Entram em cena os deuses do Olimpo: Hermes e Héstia

As duas primeiras categorias, animal e personalidade, devido às figuras escolhidas - o cachorro na primeira, e o líder espiritual e o comunicador, na segunda - apontam igualmente para a passagem e o guia, com direta associação a Hermes, o de fora, o nômade, o que está em movimento, o que chega, o guia. Afinal, o papel de psicopompo também lhe é atribuído: representado com um cordeiro aos ombros, é o protetor dos pastores, e o guia das almas no reino dos mortos. Daí o nome Hermes Psicopompo, o Acompanhador das Almas, simbolizando o Bom Pastor (Chevalier & Gheerbrant, 1988). Deus das viagens, é possível associar a figura de Hermes com o que chega, o hóspede, o que é recebido e, por extensão, com o turista, o imigrante, o estranho, o estrangeiro, o outro. Assim, no simbólico da hospitalidade faz-se presente Hermes, representação mítica do turismo.

As duas últimas categorias, lugar e objeto, -- respectivamente a cidade e a casa, e os objetos de receber e de oferecer -- estabelecem o espaço do pertencimento e acolhimento, com direta associação a Héstia, a que está, sedentária, fixa, a que recebe. Deusa da hospitalidade, Héstia foi a única deusa cultuada em todas as casas dos homens e nos templos de todos os deuses, pois nenhum lar, nenhum templo, ficava santificado sem a sua presença. Héstia era tanto uma presença espiritual como um fogo sagrado que proporcionava iluminação, calor e aquecimento para o alimento. Assim como o fogo sagrado no meio da casa, Héstia permanece imóvel no centro do Olimpo, sendo considerada o princípio abstrato de lar. Aquela que recebe, aquela que acolhe, aquela que alimenta, sem ser fecundadora, aquela que sustenta a vida nutriz. Toda realização e prosperidade avança sob seu domínio. (Chevalier & Gheerbrant, 1988) Como diz Camargo (2004:56) “Héstia, a deusa da hospitalidade, está em permanente interação com Hermes, o deus da viagem, e cuida do fogo aceso do lar para iluminar e aquecer moradores e hóspedes”.

Hermes e Héstia, Turismo e Hospitalidade, são deuses complementares, ou até, pode-se dizer, aspectos de um mesmo todo, em sua vinculação simbólica. Héstia, a chama que

aguarda, é também a que ilumina o caminho de Hermes. (Chevalier & Gheerbrant, 1988). Em tempos antigos-- em que cada cidade-estado grega tinha a sua lareira comum no edifício principal, ao redor do qual se congregava o povo, assim como cada casa--, quando dois jovens se uniam pelo casamento, a mãe da noiva acendia uma tocha em sua casa e a transportava diante do casal até sua nova casa, para que acendessem a primeira chama de seu lar, tornando-o, por este ato, sagrado e protegido.

Esse ato ainda hoje se repete com a tocha olímpica, utilizada nos Jogos Panamericanos, que ocorreram no Rio de Janeiro (Pan 2007), ou na Olimpíada da China (2008). Embora sua criação seja atribuída a Prometeu, que teria roubado o fogo de Zeus para entregar aos mortais (Chevalier & Gheerbrant, 1988), aparentemente, todos os rituais ligados à tocha olímpica remetem a Héstia. Durante a celebração dos Jogos Olímpicos da antiguidade, em Olímpia, mantinha-se aceso um fogo que ardia enquanto durassem as competições, sendo esta tradição reintroduzida nos Jogos Olímpicos de Verão de 1928. Antes de cada realização dos Jogos Olímpicos, na proximidade da data do solstício de verão, quando se comemora a adoração do Sol e da natureza, a chama é ateadada em Olímpia, numa cerimônia que pretende recriar o método usado na antiguidade e que se destinava a garantir a pureza da chama: atrizes, representando sacerdotisas de Héstia, colocam uma tocha na concavidade de um espelho parabólico que concentra os raios da luz do Sol que, agora, como na antiguidade, acende a chama que marcará o início de mais uma realização dos Jogos. Em seguida, a chama é transferida para a urna onde é levada até ao local do antigo estádio. Aí a chama é usada para acender a tocha olímpica, que será conduzida até o estádio onde se realizam os Jogos. Em 1936, pela primeira vez, utilizou-se atletas para transportar a tocha com a chama, de Olímpia ao estádio olímpico de Berlim. De lá para cá, isso vem ocorrendo nas Olimpíadas de Inverno e de Verão e, agora, também no Pan. Neste último, realizado no Brasil, a tocha olímpica passou por 51 cidades brasileiras, sendo carregada por mais de 3.000 pessoas.

A permanência desse ritual explicita mais uma vez o caráter arquetípico, no dizer junguiano, da relação entre Hermes e Héstia, Turismo e Hospitalidade: quando alguém deixava sua cidade natal, impregnado do espírito de Hermes, levava consigo o fogo sagrado, de tal forma que, onde quer que aventurasse a estabelecer um novo lar, Héstia estava junto.

As funções do mito: mística, cosmológica, pedagógica e ética

O termo mito, do grego *mythos*, quer dizer palavra expressa, discurso, fábula, (Ferreira, 2000:931) ou, no dizer de Campbell (Campbell & Moyers, 1992), “a canção do universo”. Em decorrência, o mito é narrativa e enredo, cristalização de experiências primordiais. (Boff, 2005), Campbell (1992) atribui quatro funções ao mito: uma função mística, uma função cosmológica, uma função ética e uma função pedagógica.

As duas primeiras funções são de localização do indivíduo em uma visão de mundo datada: a função mística promove o reconhecimento do sujeito como parte do mistério do universo e, em decorrência, aponta para o mistério de seu próprio ser, enquanto a função cosmológica apresenta uma imagem de universo concorde com o pensamento de uma época (apud Boff, 2005).

Hermes e Héstia representam as vinculações entre turismo e hospitalidade, e compõem uma *téoxenia* (Montandon, 1999), mito da visita de um deus à casa de um mortal, para testar a hospitalidade. Enquanto função mística, e enquanto função cosmológica, Hermes e Héstia representam a utopia, a incondicionalidade da aceitação, o desejo “de ser sempre acolhido independente da condição social e moral e de ser tratado humanamente” (Boff, 2005:198).

As duas últimas funções do mito são de orientação na relação com o outro; definem como a relação deve ser e até ensinam como construí-la: a função ética legitima as normas morais daquela sociedade e a função pedagógica “inspira e guia, passo a passo, os caminhos da saúde, da força e da harmonia espiritual ao longo de todo o desenrolar previsível de uma vida proveitosa.” (Boff, 2005:91).

Hermes e Héstia, turismo e hospitalidade, relação que se dá num jogo de movimentos onde o limite explicita o que está e o que chega, os fixos e os fluxos, os sedentários e os nômades. Limite que desvela a alteridade, que aponta a existência do outro; o que está fora, os fluxos, os nômades, o não-eu. O reconhecimento do outro significa explicitar uma identidade e na apropriação da identidade, é possível entender o outro como outro, o outro em sua singularidade. E, aí, faz-se possível o acolhimento, quando reconheço o outro como meu igual na condição humana. (Moya & Dias, 2007) Enquanto função ética, o mito propõe reconhecer o outro em sua singularidade, meu igual na condição humana. Conforme Morin (2000:105-106):

indivíduo/ sociedade/ espécie são não apenas inseparáveis, mas co-produtores um do outro. Cada um destes termos é, ao mesmo tempo, meio e fim dos outros. Não se pode absolutizar nenhum deles e fazer de um só o fim supremo da tríade; esta é, em si própria, rotativamente, seu próprio fim. (...) qualquer concepção do gênero humano significa desenvolvimento conjunto das autonomias individuais, das participações comunitárias e do sentimento de pertencer à espécie humana. No seio desta tríade complexa emerge a consciência.

Baptista (2005:19) revisita a noção kantiana de cosmopolitismo buscando seu entendimento em uma comunidade planetária, desejada “inclusiva, democrática, tolerante, solidária e pacífica”, enfim, uma “comunidade civil ética, tal como foi pensada por Kant, num horizonte de cidadania marcado pelos ideais de paz e solidariedade entre pessoas e povos”. Nessa perspectiva, a idéia do acolhimento como uma nova ética, é um dos princípios necessários para dar suporte à existência de uma paz perpétua, hospitalidade que se insere na esfera do direito e não da filantropia. Direito de hospitalidade, de acolhimento do estrangeiro, do estranho, do diferente, do outro, direito que resulta, segundo Kant, “do fato de habitarmos num espaço finito como é a superfície terrestre que, por ser esférica, não permite que os homens se estendam até o infinito, obrigando-os então a procurar entender-se e estabelecer relações pacíficas entre si” (Baptista, 2005:19). Como diz Boff,

quando executada em sua plenitude, a hospitalidade e a convivência revelam aquilo que ocultam: a lógica do universo e da vida. Hospedar a estrangeiros, forasteiros, pobres e necessitados e conviver, mesmo por um momento, com eles, é realizar a estrutura básica do universo. Ela é feita de teias de inter-retro-relações e de cadeias de solidariedades includentes. (Boff, 2005:96).

É disto que se fala, de uma nova ética, onde o acolhimento é entendido como “a arte de interagir, construir algo em comum, descobrir nossa humanidade mais profunda na relação com os outros e com o mundo natural” (SMS-SP, 2002:14) e, consequentemente, “garantir o fundamento para uma convivência minimamente terna e

fraterna de todos dentro da mesma Casa Comum, o planeta Terra.” (Boff, 2005:199). Mas há que se aprender a fazer isso. Daí o mito enquanto função pedagógica. Morin, em seu livro *Os sete saberes necessários à Educação do Futuro*, vai falar da antro-po-ética, base para ensinar a ética do futuro. É preciso aprender a ser e atuar na tripla dimensão humana: como indivíduo, como grupo e como espécie; aprender a ética da solidariedade, a ética da compreensão. Héstia e Hermes, Turismo e Hospitalidade, relação arquetípica no dizer junguiano, para além da utopia e do mito, impõe-se como uma nova ética de acolhimento do outro.

Referências bibliográficas

- Baptista I. (2002) Lugares de hospitalidade. In DIAS, C. (Org.) *Hospitalidade, reflexões e perspectivas* (pp.157-164). Barueri, São Paulo: Manole.
- Baptista, I. (2005, 2º. Semestre) Para uma geografia de proximidade humana. *Revista Hospitalidade*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 2, p.11-22.
- Barros, B. (2008.) *A fábrica de peles*. Dissertação de mestrado em Artes. Instituto de Artes- UERJ.
- Boff, L. (2005). Virtudes para um outro mundo possível, vol I: *Hospitalidade: direito e dever de todos*. Petrópolis: Vozes..
- Boff, L. (2001). *Despertar da águia- O dia-bólico e o sim-bólico na construção da realidade*. Petrópolis: Vozes.
- Brotherton, B. & Wood, R.C. (2004). Hospitalidade e a administração da hospitalidade. In Lashley, C. Morrison, A. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.
- Caillé, A. (1998, Oct.). Nem holismo nem individualismo metodológicos: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol.13, no..38, p.5-38. ISSN 0102-6909. Electronic Document Format (ISO) Publicado originalmente, sob o título "Ni holisme ni individualisme méthodologiques. Marcel Mauss et le paradigme du don", na Revue Européenne des Sciences Sociales, Tome XXXIV, n. 105, 1996, pp. 181-224. Tradução de Beatriz Perrone-Moisés.
- Camargo, L. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Campbell, J. & Moyers, B. (1992). *O poder do mito*. São Paulo: Palas Athena.

- Chevalier, J. & Gheerbrant, A. (1988). *Dicionário de Símbolos- Mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Chon, K. & Sparrowe, R (2003). *Hospitalidade- conceitos e aplicações*. São Paulo: Pioneira, Thomson Learning.
- Cirlot, J.E.(1984).*Dicionário de Símbolos*. São Paulo: Editora Moraes.
- Darke, J. & Gurney, C. (2004). Como alojar? Gênero, hospitalidade e performance. In Lashley, C. Morrison, A. *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.
- Dencker, A. (2005, 1º. Semestre) Pesquisa como base para a construção teórica no campo do turismo e da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*. São Paulo: Editora Anhembi Morumbi, ano 2. n. 1, p. 55-67.
- Derrida, J. & Dufourmantelle, A. (2003). *Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar de hospitalidade*. Rio de Janeiro: Escuta.
- Dethlefsen, T. & Dahle, R. (1997). *A doença como caminho*. São Paulo, Cultrix.
- Dias, C. (2006, Nov.). Marcos da Hospitalidade na Cidade de São Paulo: amenidades e facilidades. In *Turismo em Análise*. Vol. 17, n. 2, p. 170-189, São Paulo: Aleph..
- Dias, C. & Moya, I. (2007). *Hospitalidade, da imagem ao simbólico*. Trabalho e artigo apresentado no XXX Intercom. Santos- SP.
- Fadiman, J.& Frager, R. (1979).*Teorias da Personalidade*. São Paulo, Harper & Row do Brasil.
- Ferreira, A. (2000). *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio De Janeiro: Nova Fronteira.
- Franciscato, M. (2004). *A sedução do mito*. Thot: São Paulo, n. 80, p. 82-88.
- Gidra, G. (2005). *Reconstruções metodológicas como contribuições para uma disciplina da hospitalidade* . Dissertação (Mestrado em Hospitalidade) UAM, São Paulo.
- Gotman, A.(1997). La question de l'hospitalité. In: *Communications*. (p. 5-19). Paris: Seuil
- Hillman, J. (1993). *Cidade e alma*. São Paulo, Nobel.
- Lexicon, H. (2004). *Dicionário de símbolos*. São Paulo, Cultrix, 2004.
- Jung, C. (1977). *O homem e seus símbolos*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira..
- Montandon, A. (Dir.). (1999). *Mythes et Représentations de l'hospitalité*. Clermont Ferrand: Presses Universitaires Blaise Pascal..

- Montandon, A. (2003). Hospitalidade: ontem e hoje. In Dencker, A. & Bueno, M. (Orgs.) *Hospitalidade: Cenários e Oportunidades*. São Paulo: Pioneira-Thomson..
- Morin, E.(2002). *Os sete saberes necessários à educação do futuro*. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: UNESCO.
- Moya, I. & Dias, C. (2007). *Imagens da Hospitalidade*. Trabalho e artigo apresentado no 34o. Encontro Nacional do Centro de Estudos Rurais e Urbanos, CERU. São Paulo: CERU.
- Schérer, R. (1993). *Zeus hospitalier-éloge de l'hospitalité*. Paris, Armand Colin.
- SMS-SP – Secretaria Municipal de Saúde de São Paulo. (2002). *Projeto Acolhimento-Acolhimento: o pensar, o fazer, o viver*. São Paulo: PMSP/ Palas Athena.
- Solano, C. (2000). *FENG SHUI- arquitetura ambiental chinesa*. São Paulo, Pensamento.
- Vasconcelos, M. (2003). *A marca que você é: criando marcas pela percepção do cliente*. São Paulo: Arte & Ciência.