

Perspectivas da pesquisa sobre Hospitalidade no Turismo em cenário nacional e internacional

Mirian Rejowski*

Universidade Anhembi Morumbi / Universidade de São Paulo (Brasil)

Rafael Ferro**

Universidade Anhembi Morumbi (Brasil)

Resumo: O modelo turístico já mostrava sinais de exaustão mesmo antes da pandemia de Covid-19, e novos paradigmas de pesquisa estão sendo buscados para apoiar um turismo mais ético e responsável. Uma via possível parece ser a Hospitalidade no Turismo, cuja produção científica é escassa. Foi realizado um estudo bibliométrico com foco em artigos para sistematizar o conhecimento produzido e identificar orientações sobre Hospitalidade em Estudos de Turismo. Usando Spell Check e Web of Science, duas amostras de pesquisa foram compostas. As revistas com maior frequência foram a Revista Hospitalidade, Rosa dos Ventos e Hospitality & Society. Na evolução temporal das palavras-chave, surgiram referências à pesquisa de hospitalidade no turismo, com foco no overturismo, acessibilidade, dádiva, Airbnb, economia compartilhada e solidariedade emocional. Foi possível reforçar a tendência de alinhar a hospitalidade no turismo com a dimensão social da dimensão econômica da sustentabilidade.

Palavras-chave: Hospitalidade no Turismo; Artigos de periódicos; Natureza autoral; Natureza temática; Sustentabilidade.

Perspectives of research on Hospitality in Tourism: national versus international scenario

Abstract: The tourism model was already showing signs of exhaustion even before the Covid-19 pandemic, and new research paradigms are being sought to support a more ethical and responsible tourism. One possible path seems to be Hospitality in Tourism, whose scientific production is scarce. A bibliometric study focusing on articles was conducted to systematize the knowledge produced and identify guidelines on Hospitality in Tourism Studies. Using Spell Check and Web of Science, two research samples were composed. The journals with the highest frequency were Hospitality Journal, Rosa dos Ventos and Hospitality & Society. In the temporal evolution of the keywords, references to hospitality research in tourism emerged, with a focus on overtourism, accessibility, gift-giving, Airbnb, sharing economy, and emotional solidarity. It was possible to reinforce the trend of aligning hospitality in tourism with the social dimension of the economic dimension of sustainability.

Keywords: Hospitality in Tourism; Journal papers; Authorship; Thematic content; Sustainability.

1. Introdução

O Turismo foi um dos setores mais afetados pela pandemia de Covid-19, impondo novas orientações em uma miríade de preocupações para além daquelas puramente econômicas. O estudo da Hospitalidade na evolução dos programas de pós-graduação *stricto sensu* em Turismo e áreas afins no Brasil (Fedrizzi,

* Universidade Anhembi Morumbi / Universidade de São Paulo (Brasil); Email: mirwski@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0001-6135-0221>

** Universidade Anhembi Morumbi (Brasil); Email: rafacerro@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-9063-8395>

Cite: Rejowski, M. & Ferro, R. (2023). Perspectivas da pesquisa sobre Hospitalidade no Turismo em cenário nacional e internacional. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(3), 439-459. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.030>

2009; Bastos & Rejowski, 2015; Spolon, 2015), particularmente nos doutorados (Rejowski et al. 2022), vem ganhando espaço como um caminho a ser considerado na busca de soluções em um mundo onde a hospitalidade e a instabilidade estão presentes.

Assim, os conhecimentos gerados a partir das pesquisas sobre Hospitalidade – disseminados principalmente em periódicos científicos, que constituem o principal veículo de comunicação científica (Rejowski, 1996) – fornecem pistas importantes sobre o futuro do Turismo, considerando-se a atual pandemia e outros fatos que possam ocorrer. Destacam-se dois periódicos especializados em Hospitalidade: Revista Hospitalidade, editada desde 2004 pela Universidade Anhembi Morumbi, e Hospitality & Society, periódico oficial do Council for Hospitality Management Education, editado desde 2011. Adicionalmente, é possível mencionar a Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade, editada desde 2009 pela Universidade de Caxias do Sul, que também publica artigos sobre o tema. Mas ainda há outros periódicos dedicados ao Turismo e outras áreas das Ciências Sociais que publicam esporadicamente artigos sobre Hospitalidade, inclusive abordando temas inovadores, como *Annals of Tourism Research*, *L' Homme* (Revista Francesa de Antropologia) e Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo.

Uma pesquisa bibliográfica preliminar sobre Hospitalidade no Turismo revelou que essa literatura se encontra esparsa e fragmentada, de modo que sua sistematização e configuração são prementes. Aliado a isso, torna-se instigante acompanhar o comportamento dessa literatura mediante pesquisas sobre a produção científica publicada no Brasil e no exterior sobre o tema nos últimos anos.

Diante disso, foi realizado um estudo bibliométrico para sistematizar o conhecimento científico sobre Hospitalidade no Turismo, oriundo de artigos publicados em periódicos, a fim de revelar os encaminhamentos da pesquisa turística entre 2015 e 2021. A partir da composição de duas amostras, com 104 e 103 artigos de periódicos nacionais e internacionais (editados em idioma inglês), respectivamente, caracterizou-se a produção científica sobre o assunto, analisando-se a sua natureza autoral e temática, além de discutir suas relações com o desenvolvimento sustentável.

Hospitalidade e Turismo são campos de pesquisa autônomos, com interfaces de interação, o que pode gerar produções científicas oriundas do campo do Turismo com foco em Hospitalidade ou vice-versa. A expressão “Hospitalidade no Turismo”, incluída no Tesouro Brasileiro de Turismo (Rejowski, 2018) e adotada neste artigo, refere-se a um subcampo na interface entre esses dois campos de estudo e pesquisa, no qual o conhecimento sobre Hospitalidade nutre a teoria e a prática do Turismo.

2. Fundamentação teórica

A trajetória dos estudos sobre Hospitalidade é abordada por vários autores, mas nem sempre relacionada ao Turismo. Camargo (2008) cita três frentes de estudo: a) filosófica, com destaque para os filósofos Immanuel Kant, Jacques Derrida e Emmanuel Levinas; b) socioantropológica, baseada no sistema da dádiva de Marcel Mauss, com destaque para os autores francófonos Alain Caillé, Alain Montandon e Anne Gotman; c) comercial, centrada em autores anglófonos, inicialmente como sinônimo de hotelaria nos Estados Unidos, e no estudo do Turismo sob a ótica do residente-anfitrião com reflexões antropológicas, sociológicas e até filosóficas. Em estudo anterior, Camargo (2004, p. 51-52) cita uma vertente brasileira do estudo da Hospitalidade, fundamentada nos princípios estabelecidos a partir de Lashley (2004), mas com novos contributos ao tema, ampliando a discussão das suas áreas: “Hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural”.

Outra perspectiva sobre a pesquisa em Hospitalidade é apresentada por Lugosi et al. (2009) a partir de uma estrutura conceitual composta por três orientações: a) pesquisa em estudos da Hospitalidade; b) pesquisa em gestão da Hospitalidade; c) pesquisa crítica em gestão da Hospitalidade. Bastos e Rejowski (2015) apontam contribuições dessa proposta para a configuração teórica da pesquisa em Hospitalidade desenvolvida no Brasil, enquanto Morrison (2018) destaca tais orientações para a criação de espaços voltados à gestão crítica da Hospitalidade e aos estudos independentes em cada uma delas.

Independentemente dessas orientações, neste trabalho adota-se a noção de Hospitalidade como “uma relação humana em que acontece uma troca entre alguém que recebe (anfitrião) e alguém que é recebido (hóspede)”, sendo que o seu desenvolvimento “pode redundar em apaziguamentos, sentimentos que vão desde a amizade, amor, calor humano (expressão de virtude) até algum nível de conflito, de agressividade, de hostilidade” (Camargo, 2015, p. 47). Estudam-se, assim, as relações entre hóspede e anfitrião nos domínios privado, cultural (incluindo os contextos sociais) e comercial (Lashley et al.,

2007), com a prevalência do Turismo no domínio comercial imbricado nos demais. Na confluência entre esses três domínios, situa-se a administração da experiência de Hospitalidade (Lashley & Morrison, 2004), de interesse aos estudos turísticos.

Embora alguns autores apontem a contradição da Hospitalidade no domínio comercial, Telfer (2010) salienta que, em empreendimentos turísticos, como hotéis e restaurantes, há pessoas com características hospitaleiras, dotadas, portanto, de hospitabilidade (Telfer, 2010), independentemente de lucro ou troca comercial. Há que se considerar ainda os seus componentes – virtude, relações interpessoais, rito e troca (Camargo, 2015) – e as suas leis não escritas (Pitt-Rivers, 2012; Camargo, 2021), além de conceitos referentes a outros termos do já citado Tesouro, com destaque para dois deles: acolhimento e comensalidade.

O acolhimento ao estranho, ao outro, marca a hospitalidade manifestada em um encontro interpessoal (Baptista, 2002). No contexto turístico, a oferta de acolhimento vem sendo pesquisada em destinos, empreendimentos e serviços no Brasil, a partir do trabalho de Avena (2006) sobre aspectos básicos do acolhimento em meios de hospedagem. Merecem destaque as pesquisas de Perazzolo et al. (2013) sobre um modelo intitulado “corpo coletivo acolhedor”, direcionado a estudos da perspectiva coletiva da Hospitalidade, e de Mendes (2021) sobre as relações de hospitalidade percebidas pela comunidade anfitriã de Campos do Jordão (SP) pelas dimensões do pertencimento e do acolhimento.

A comensalidade, ou seja, a convivência e o ato de se alimentar entre os comensais, fomenta a hospitalidade para além do ambiente doméstico, com implicações particulares nos contextos turísticos. Valduga e Gimenes-Minasse (2021) situam essa relação entre o Turismo e a comensalidade como uma forma de desenvolvimento loco-regional, que reforça os laços sociais e, conseqüentemente, os elementos associados à cultura alimentar local.

Ainda, a Hospitalidade pode ser estudada sob a perspectiva da dádiva, em prol de um debate ético com foco em aspectos econômicos e sociais presentes no mercado turístico e nas relações com os residentes, ou seja: “[...] *ciertas relaciones de intercambio entre anfitriones y huéspedes, basadas en la empatía ante la mirada del otro, ayudarían al desarrollo de sociedades en las cuales el valor material no se contrapone a los sentimientos de altruismo y benevolencia*” (Brusadin & Panosso Netto, 2016, p. 535-536).

Mas em relação aos cenários pandêmico e pós-pandêmico, além do acolhimento e da comensalidade centrados na dádiva, importa citar a sustentabilidade como conhecimento transversal no Turismo a partir de documentos da Organização das Nações Unidas, como a Agenda 2030 (ONU, 2015), que inclui os objetivos do desenvolvimento sustentável. Há estudiosos preocupados com os significados e efeitos do turismo contemporâneo “no contexto de uma sociedade em crise, em razão da insustentabilidade do modelo de desenvolvimento vigente” (Irving et al., 2020, p. 73).

Em estudo publicado anteriormente a essa agenda, Mani e Cova (2013) defendem um turismo responsável que considere a hospitalidade e as culturas locais, mais baseado na qualidade do que na quantidade, principalmente em locais de turismo massivo e de ocorrência do chamado overturismo. Para esses autores, ao se praticar a hospitalidade, são mobilizados hábitos e valores culturais. Portanto, o ato de acolher o outro é tanto uma manifestação quanto uma expressão da cultura local.

Aproximando mais as relações entre hospitalidade e sustentabilidade, concorda-se com Spolon et al. (2011, p. 33), que defende que as práticas de hospitalidade favorecem os vínculos sociais, de modo que “as localidades turísticas que melhor desenvolverem seus sistemas de hospitalidade terão maiores benefícios sociais, culturais e econômicos com a atividade turística”. Com isso, evidencia-se a relação entre a Hospitalidade e as dimensões social, econômica e cultural da sustentabilidade.

A produção científica brasileira sobre Hospitalidade no Turismo está representada no Tesouro Brasileiro de Turismo (Rejowski, 2018) com nove termos ou expressões de primeiro nível: acolhimento; componentes da hospitalidade; figuras da hospitalidade; figuras de inhospitalidade; hospitabilidade; hostilidade; inhospitalidade; lugares de hospitalidade; manifestações de hospitalidade. Na produção científica internacional, não se encontrou nenhum glossário sobre Hospitalidade no Turismo. No entanto, um estudo sobre os artigos publicados no periódico *Hospitality & Society* nos últimos dez anos (Lynch et al., 2021) mostra contribuições conceituais aos estudos da Hospitalidade com a identificação de 13 temas principais: *conceptualisations of hospitality; migration and labour; lifestyle; social hospitality; hospitality, consumption, global citizenship and ethics; addressing neglected areas of research; hospitability, violence and exploitation; hospitality careers and higher education; historical studies; image, identity and power; space, design and food; hospitality management and neoliberalismo; hospitality and technology*.

Para Lugosi (2021), a hospitalidade, incluindo as suas práticas de acolhimento, interação, relações afetivas, serviço, conflito, exclusão, desempenho de identidade etc., ajuda a compreender as dimensões

da experiência turística. Compreender a hospitalidade como uma ferramenta conceitual fornece oportunidades para (re)interpretar o significado de outros domínios que podem não parecer ligados a ela, incluindo a forma como as pessoas são incluídas/excluídas de atividades ou espaços; como elas desenvolvem relações afetivas e atitudes com pessoas e lugares.

Por outro lado, interessa citar algumas abordagens de estudo do Turismo que evidenciam aproximações à Hospitalidade, fundamentadas em arcabouços teóricos de outras áreas. Pritchard et al. (2011, p. 941), por exemplo, destacam a combinação entre aprendizado e ação co-transformadora frente a “mundos turísticos justos e sustentáveis”. Causevic et al. (2018) propõem estudos críticos do turismo em defesa da produção e promoção de mudanças sociais. Guia e Jamal (2020, p. 1) defendem o paradigma pós-humanístico deleuziano na pesquisa turística com base em “um estilo de encontro e ser relacional e imanente situado com seres humanos e não humanos”. Por fim, Bargeman e Richards (2020) apresentam o modelo conceitual das práticas turísticas com evidência nos rituais que atuam na produção de respostas emocionais. Todas essas abordagens, embora sem tratar diretamente da Hospitalidade, apresentam aproximações relevantes a serem consideradas como possíveis orientações inovadoras nas pesquisas turísticas.

3. Metodologia

Esta pesquisa, de abordagem quantiquantitativa e caráter descritivo (Gil, 2008), busca sistematizar o conhecimento científico sobre Hospitalidade no Turismo para compreender os direcionamentos das pesquisas turísticas nos últimos sete anos. Optou-se pela análise de artigos de periódicos por serem considerados os principais meios de comunicação científica formal (Rejowski & Aldrigui, 2007; Santos & Rejowski, 2013). Foram compostas duas amostras, referentes a artigos publicados em periódicos nacionais (Amostra 1) e internacionais (Amostra 2). Com relação a esses últimos, foram considerados apenas periódicos editados em língua inglesa.

Para atingir esse objetivo, a bibliometria foi utilizada como ferramenta teórico-metodológico, por se relacionar diretamente com a sistematização, caracterização e proposição de agendas futuras da produção científica em diversos meios de comunicação de uma determinada área do conhecimento ou temática (Koseoglu et al., 2016).

Bases de dados internacionais, como *Web of Science* (WoS) e *Scopus*, são recorrentemente utilizadas como fonte para a aplicação de técnicas e análises bibliométricas. Neste artigo, a Amostra 2 foi composta a partir da WoS, que apresenta um sistema de extração de dados mais eficaz em comparação à *Scopus*, além de oferecer um filtro por área do conhecimento, utilizado como critério para compor a amostra.

Porém, a produção científica brasileira da área de Turismo, em sua grande maioria, não está indexada nessas grandes bases de dados. Para solucionar esse *gap* de indexação, a Associação Nacional de Pesquisa em Administração (Anpad) desenvolveu a base de dados *Scientific Periodicals Electronic Library* (Spell), que concentra os metadados dos artigos de 12 dos 23 periódicos nacionais de maior impacto na área de Turismo. Assim, a Spell foi selecionada como base de dados para extração dos artigos nacionais que compuseram a Amostra 1.

Para a identificação dos artigos nacionais, foram aplicados os termos “Hospitalidade” e “Turismo” no sistema de busca da Spell, em março de 2022, nos campos de título, resumo e palavras-chave. Na WoS, foram aplicados em todos os campos de busca os termos associados à Hospitalidade contemplados no Tesouro Brasileiro de Turismo (Rejowski, 2018) em suas variações em língua inglesa: *hospitality*, *welcome*, *sociability*, *host*, *guest*, *gift* e *hospitality*.

O resultado da busca Spell indicou inicialmente 430 documentos. Após a delimitação do recorte temporal desejado, entre os anos de 2015 e 2021, e filtragem apenas por artigos, obteve-se um total de 216 documentos. Posteriormente, essa amostra foi submetida a uma análise de pertinência, que resultou na exclusão de 87 artigos. Com base nos 129 documentos restantes, submeteu-se análise referente à abordagem da Hospitalidade tratada nos artigos a partir da leitura dos resumos, sendo possível inferir relação direta ou indireta¹. A partir disso, foram identificados 25 artigos com relação indireta com a Hospitalidade, de modo que, ao final, a Amostra 1 foi composta por 104 artigos.

Já na WoS, obteve-se um resultado inicial de 90.354 documentos. Após incluir os filtros de recorte temporal, idioma (língua inglesa), artigos finais e área do conhecimento (*Hospitality*, *Leisure*, *Sport*, and *Tourism*), foram selecionados 327 artigos. As análises de pertinência e de abordagem de Hospitalidade também foram aplicadas, resultando na exclusão de 224 artigos. Após essa apuração, 103 artigos compuseram a Amostra 2.

Os dados foram tratados a partir de técnicas bibliométricas, por meio do *software* livre e de código aberto Bibliometrix (Aria & Cuccurullo, 2017). Para o processamento gráfico das imagens, utilizou-se o *software* VosViewer (Van Eck & Waltman, 2010), sendo necessária a elaboração manual de planilhas a partir dos dados extraídos da Spell, uma vez que o formato exportado não se adequa aos *softwares* escolhidos. O mesmo procedimento não foi necessário em relação à WoS. Os registros extraídos das bases de dados foram conferidos a fim de encontrar duplicidades de registros e flexão nos nomes dos autores.

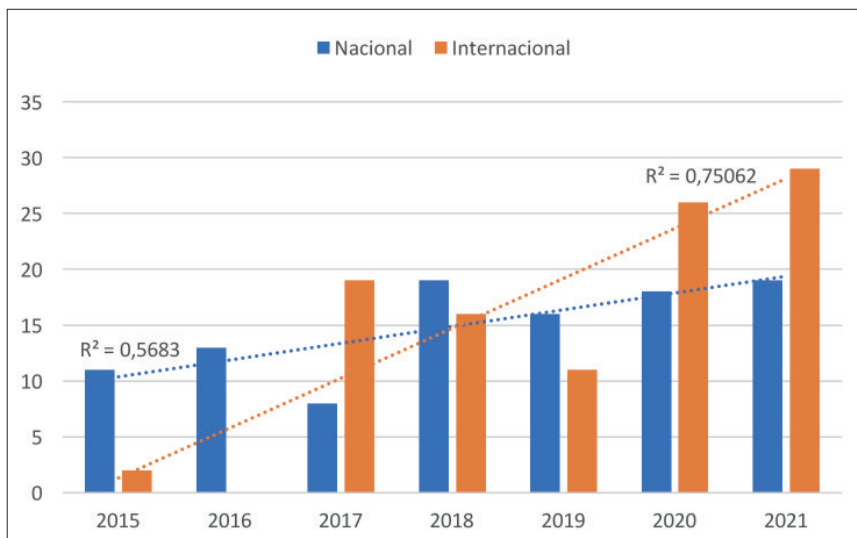
Foram colhidas e analisadas as seguintes variáveis dos documentos: a) ano de publicação; b) autoria; c) título do periódico; d) palavras-chave; e) resumo. A partir do cruzamento dessas variáveis foi possível desenvolver resultados como indicadores de produtividade de autores e periódicos, correlação de palavras-chave, colaborações científicas (coautorias), evolução temporal da amostra, evolução temporal nos usos das palavras-chave, análise de frequência de palavras nos resumos e aplicação das leis da bibliometria (Chen & Leimkuhler, 1986). Com base nos resultados obtidos, foram conduzidas análises sobre a produção científica da Hospitalidade no Turismo, a partir da caracterização geral, natureza social e natureza temática das duas amostras.

4. Resultados e discussão

4.1. Caracterização geral das amostras

Considerando-se o período entre 2015 e 2021, as duas amostras totalizaram 207 documentos, sendo 104 artigos de periódicos nacionais (Amostra 1) e 103 de periódicos internacionais de língua inglesa (Amostra 2). Em relação à produção nacional, houve variação de 8 a 19 artigos anuais, com maior concentração em 2018 e 2021, enquanto para a produção internacional a variação foi de 2 a 26 artigos anuais, com ápice em 2021. Há maior regularidade da produção nacional com tendência ascendente no período (exponencial, $R^2 = 0,5649$), comparada à produção internacional, sendo que esta apresenta regularidade apenas a partir de 2017, embora sua tendência ascendente ($R^2 = 0,7506$) seja maior do que a produção nacional (Figura 1).

Figura 1: Produção científica sobre Hospitalidade no Turismo (2015-2021)



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Considerando-se os subperíodos antes (2015-2019) e durante (2020-2021) a pandemia de Covid-19, em relação à produção nacional, foram registrados 67 artigos pré-pandemia e 37 durante a pandemia. Já para a produção internacional, esses valores foram de 55 e 48 artigos, respectivamente. A partir desses resultados, não é possível afirmar que houve maior interesse sobre o tema por parte de pesquisadores

estrangeiros durante a pandemia, uma vez que outros fatores devem ser considerados, como o universo de pesquisadores e o número de periódicos na área, dentre outros.

Apesar da frequência do termo “*hospitality*” em títulos de periódicos de língua inglesa, especialmente da área de Turismo, a maioria trata do setor de hospitalidade (hospedagem, alimentação e, eventualmente, eventos) e não da concepção aqui adotada, referente à relação entre anfitrião e hóspede e seus desdobramentos (Camargo, 2015). Um exemplo é o *Cornell Hospitality Quarterly*, periódico oficial da Cornell University’s School of Hotel Administration e Cornell SC Johnson College of Business.

Há poucos periódicos especializados com foco na concepção de Hospitalidade adotada neste trabalho. No exterior, identifica-se de antemão o *Hospitality & Society*, uma publicação oficial do Council for Hospitality Management Education, editada desde 2007, enquanto no Brasil, temos a *Revista Hospitalidade*, editada desde 2004 pela Universidade Anhembi Morumbi. Como periódico nacional, adicionalmente, ainda pode-se mencionar a *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, editada desde 2009 pela Universidade de Caxias do Sul.

Além desses três periódicos, que lideram a publicação de artigos sobre o tema no Brasil e no exterior (Tabela 1), identificaram-se documentos em outros 13 periódicos nacionais e 36 internacionais, preponderantemente especializados em Turismo. A maioria da produção nacional (88,46%) concentrou-se

Tabela 1: Produção científica sobre Hospitalidade em Turismo por periódico (2015-2021)

Periódicos nacionais (título)	Artigos (frequência)	Classificação (Lei de Bradford)
Revista Hospitalidade	20	Núcleo
Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade	20	
Turismo Visão e Ação	13	Zona 1
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	11	
Turismo em Análise	11	
Cenário - Turismo e Território	10	
Turismo Contemporâneo	7	
Periódicos internacionais (título)		
Hospitality & Society	13	Núcleo
International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research	8	
Journal of Hospitality and Tourism Management	7	
Current Issues in Tourism	6	
Tourism Management	6	Zona 1
Annals of Tourism Research	5	
International Journal of Contemporary Hospitality Management	5	
International Journal of Hospitality Management	5	
International Journal of Tourism Cities	3	
Journal of Destination Marketing & Management	3	
Journal of Sustainable Tourism	3	
Journal of Travel Research	3	
Tourism Management Perspectives	3	

Fonte: Elaboração dos autores (2022).

em sete periódicos, enquanto a maior parte da produção internacional (73,78%) ficou concentrada em 15 periódicos.

Segundo a Lei de Bradford (Chen & Leimkuhler, 1986), seria possível considerar que o núcleo dessa produção científica (Tabelas 1), ou seja, aqueles periódicos que podem ser considerados referência no tema, inclui dois periódicos nacionais (Revista Hospitalidade e Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade) e quatro periódicos internacionais (Hospitality & Society, International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research, Journal of Hospitality and Tourism Management e Current Issues in Tourism).

A Zona 1, que inclui periódicos que abordam o tema esporadicamente ou estão iniciando seu interesse pelo assunto, inclui cinco periódicos nacionais e oito internacionais que podem constituir novos *fronts* de pesquisa. Destacam-se periódicos referenciais, como a Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo e a Revista Turismo em Análise (produção nacional); e a Tourism Management e a Annals of Tourism Research (produção internacional).

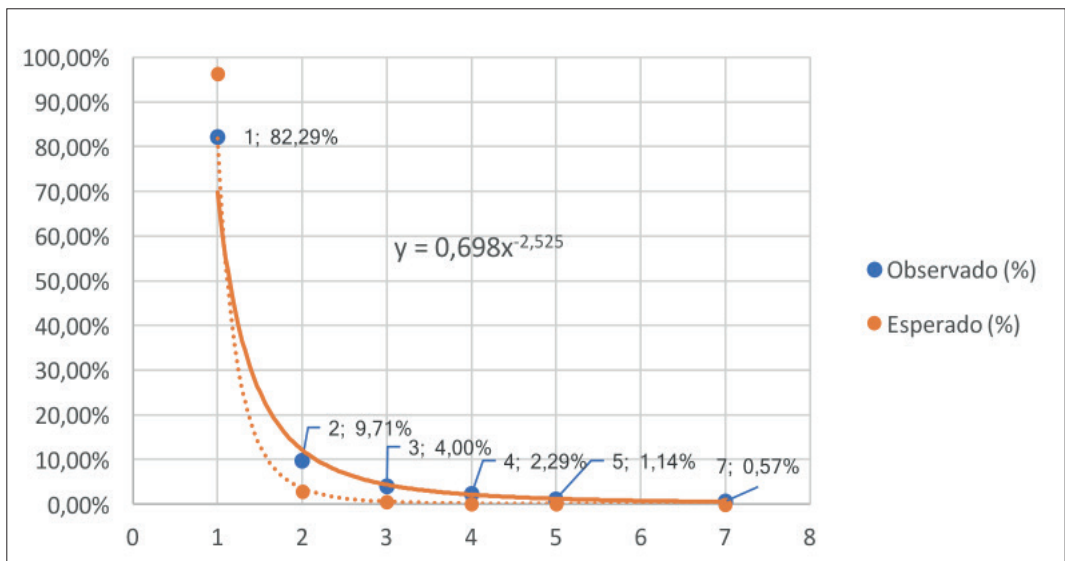
A Zona 2, não representada na Tabela 1, por ser mais dispersa e menos significativa para a temática, é constituída por sete periódicos nacionais e 23 internacionais. Surpreendentemente, figuram nessa zona periódicos tradicionais com pequena representatividade, como o Caderno Virtual de Turismo, publicado desde 2001 no Brasil, o Journal of Hospitality & Tourism Research, publicado desde 1976, e o Leisure Studies, publicado desde 1982, ambos no exterior.

4.2. Natureza social das amostras

Com relação à autoria dos documentos, a Amostra 1 foi representada por 175 autores e a Amostra 2 por 227. A quantidade de documentos por autor foi inferior a um (0,45 e 0,59 para as amostras 1 e 2, respectivamente).

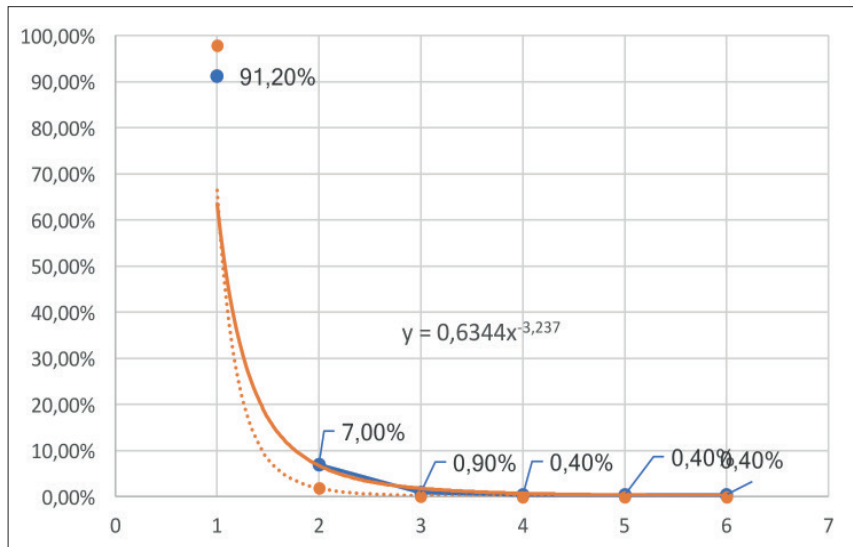
A maioria dos autores publicou apenas um artigo relacionado ao tema em foco, o que representou 82,29% da Amostra 1 (144) e 91,20% da Amostra 2 (207). Segundo a Lei de Lotka (Chen & Leimkuhler, 1986), as amostras apresentam uma concentração de autores com uma produção científica superior a dois artigos em relação ao que era esperado (ver Figuras 2 e 3, linha pontilhada alaranjada). Produziram entre dois e três artigos 18 autores na Amostra 1 e 24 na Amostra 2. Na Amostra 1, somente sete autores publicaram mais de quatro artigos sobre o tema, enquanto na Amostra 2, apenas três autores tiveram publicação superior a três artigos.

Figura 2: Lei de Lotka dos autores de Hospitalidade no Turismo (2015-2021) - Amostra 1



Fonte: Elaboração dos autores.

Figura 3: Lei de Lotka dos autores de Hospitalidade no Turismo (2015-2021) - Amostra 2



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Dentre os autores mais produtivos da Amostra 1 (Tabela 2), quatro são docentes da Universidade Anhembí Morumbi (UAM), sendo Elizabeth K. Wada a autora mais produtiva vinculada ao programa de pós-graduação em Hospitalidade na linha de pesquisa Competitividade em serviços. Os demais possuem vínculos com a Universidade de São Paulo (USP), a Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) e a Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

Dos autores em destaque da Amostra 2 (Tabela 2), Kyle Maurice Wosnam, o autor mais produtivo, tem vínculo com a Universidade da Geórgia (Estados Unidos) na área de Gestão de parques, recreação e turismo, enquanto os demais vinculam-se à Cyprus University of Technology (Chipre) e ao Rosen College of Hospitality Management (Estados Unidos).

Tabela 2: Principais autores com publicações em periódicos sobre Hospitalidade em Turismo (2015-2021)

Amostra 1		Amostra 2	
Autores mais produtivos	Artigos (frequência)	Autores mais produtivos	Artigos (frequência)
Elizabeth K. Wada	7	Kyle M. Woosnam	6
Luiz Octávio de L. Camargo	5	Prokopis Christou	4
Airton José Cavenaghi	5	Anna Farmaki	3
Paulo Sérgio G. de Oliveira	4	Asli D. A. Tasci	3
Alissandra N. de Carvalho	4		
Maria Henriqueta S. S. G. Gimenes-Minasse	4		
Diva de M. Rossini	4		

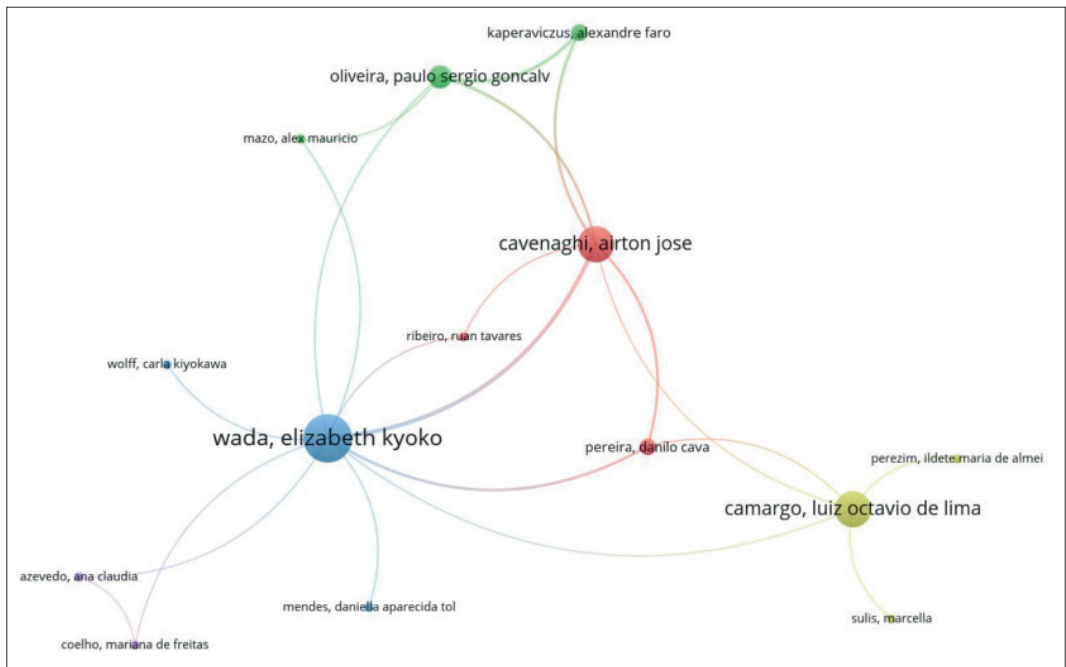
Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Todos esses autores atuam em programas de Turismo e/ou Hotelaria, graduação e/ou pós-graduação, o que evidencia a Hospitalidade nas pesquisas turísticas.

Em ambas as amostras, prevaleceram multiautorias (157 na Amostra 1 e 204 na Amostra 2), frente ao pequeno número de autoria única (18 na Amostra 1 e 24 na Amostra 2). Assim, as médias de autores por documentos nas Amostras 1 e 2 foram 1,68 e 2,2, respectivamente. Apesar da existência de pequenos *clusters* de colaboração científica, constituídos em torno de dois a quatro autores, foi possível identificar um *cluster* maior em cada amostra.

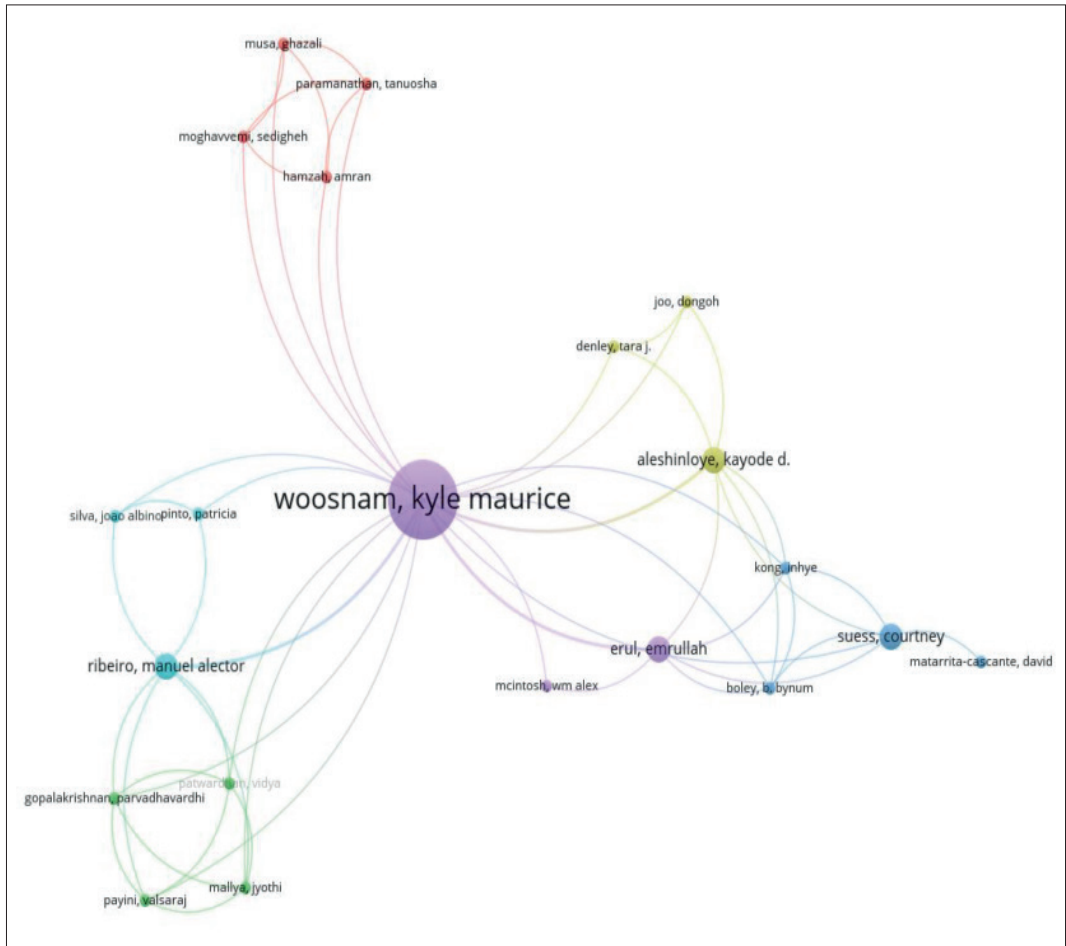
O principal *cluster* da Amostra 1 (Figura 4) tem seus principais nós (com maior índice de centralidade) representados por Elizabeth K. Wada, Airton J. Cavenaghi e Luiz Octávio L. Camargo. Na Amostra 2, o principal *cluster* (Figura 5) mostra maior centralidade com o nó principal representado por Kyle M. Wosnam e outros nós menores, representados por Manuel A. Ribeiro, Courtney Suess e Kayode D. Aleshinloye.

Figura 4: Maior *cluster* de colaboração científica na Amostra 1 sobre Hospitalidade em Turismo (2015-2021)



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Figura 5: Maior *cluster* de colaboração científica na Amostra 2 sobre Hospitalidade em Turismo (2015-2021)



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Comparando os *clusters* das duas amostras, percebe-se maior rede de colaboração entre os pesquisadores do exterior (21) do que entre os pesquisadores nacionais (13). Dessa forma, o índice de colaboração entre os autores da Amostra 2 (2,58) foi maior do que entre os autores da Amostra 1 (1,87). A Tabela 3 sintetiza os dados sobre autoria de ambas as amostras.

Embora os dois autores com maiores *links* de colaboração dediquem suas pesquisas ao planejamento e/ou gestão de serviços, organizações ou áreas turísticas, suas trajetórias acadêmicas mostram direcionamentos diversos. Elizabeth Kyoko Wada é graduada em Turismo e em Relações Públicas, possui mestrado e doutorado em Comunicação e seus interesses de pesquisa contemplam Turismo e Hospitalidade, além de planejamento estratégico, turismo de negócios e serviços e inovação. Já Kyle Maurice Woosnam é graduado em Estudos do Lazer, com mestrado em Silvicultura e Produtos Florestais e doutorado em Gestão de Parques, Recreação e Turismo. Suas pesquisas voltam-se aos impactos socioculturais e econômicos do turismo, interações residentes-turistas em destinos turísticos e desenvolvimento e planejamento do turismo sustentável. Tais dados sugerem uma aderência de Wada à perspectiva da Pesquisa em Gestão da Hospitalidade e de Woosnam à perspectiva de Pesquisa Crítica em Gestão da Hospitalidade (Lugosi et al., 2009) ou aos estudos críticos do turismo (Causevic et al., 2018).

Tabela 3: Principais indicadores de autoria dos artigos de periódicos sobre Hospitalidade em Turismo (2015-2021)

Item	Subitem	Amostra 1	Amostra 2
Autores	Diferentes autores	232	227
	Documentos de autoria única	18	23
	Documentos com multiautorais	157	204
	Documentos por autor	0,594	0,454
Colaboração de autores	Autores por documentos	1,68	2,2
	Coautores por documentos	2,23	2,48
	Índice de colaboração	1,87	2,58

Fonte: Elaboração dos autores (2022).

4.3. Natureza temática das amostras

Foram contabilizadas 264 palavras-chaves na Amostra 1 e 453 na Amostra 2. Excluindo-se palavras referentes a localidades (municípios, regiões, países etc.) e nomes de pessoas ou empresas, foram encontradas 210 palavras-chaves na Amostra 1 e 430 na Amostra 2. Dessas, 80,47% e 88,37% (Amostras 1 e 2, respectivamente) foram utilizadas somente uma vez pelos autores. Aplicando-se a Lei de Zipf (Chen & Leimkuhler, 1986), são consideradas significativa 41 palavras-chave na Amostra 1 e 55 na Amostra 2, pois apresentam frequência superior às palavras consideradas pela Lei de Zipf como ruídos.

As Tabelas 4 e 5 apresentam as palavras-chave com frequência superior a dois, excluindo-se os termos “turismo” e “hospitalidade”. Houve maior profusão de termos diretamente relacionados à hospitalidade (em azul), conforme conceito adotado neste trabalho, na produção internacional.

Tabela 4: Principais palavras-chave dos artigos sobre Hospitalidade no Turismo (2015-2022) - Amostra 1

Palavra-chave	n.	Palavra-chave	n.	Palavra-chave	n.
acolhimento	6	acessibilidade	2	identidade	2
hospitalidade urbana	6	airbnb	2	meio de hospedagem	2
comensalidade	5	aviação	2	migração	2
turismo rural	5	cidade turística	2	passageiros	2
competitividade	4	consumo colaborativo	2	serviços	2
espaço público	4	cultura	2	território turístico	2
lazer	4	dádiva	2	turismo cultural	2
meios de hospedagem	4	destino turístico	2	festa e evento	2
análise do discurso	3	edifícios hoteleiros	2	impacto do turismo	2
cidade	3	enoturismo	2	qualidade em serviço	2
economia compartilhada	3	eventos	2	vinícola	2
overturismo	3	hostilidade	2		
produção científica	3	hotelaria	2		
stakeholders	3				

Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Tabela 5: Principais palavras-chave da pesquisa de Hospitalidade em Turismo (2015-2022) - Amostra 2

Palavra-chave	n.	Palavra-chave	n.	Palavra-chave	n.
airbnb	10	communication	2	legitimacy	2
sharing economy	10	community	2	loyalty	2
emotional solidarity	8	covid-19	2	mobilities	2
hospitableness	6	culture	2	motivation	2
host-guest relations	5	destination loyalty	2	network hospitality	2
emotional closeness	4	destination marketing	2	overtourism	2
host-guest relationship	4	emotions	2	accommodation	2
sociality	4	empathy	2	perceptions	2
sympathetic understanding	4	filipino culture	2	place	2
tourist experience	4	friendship	2	resident attitudes	2
travel	4	host-guest paradigm	2	scale development	2
conviviality	3	hosting	2	service quality	2
feeling welcomed	3	hosts	2	urban tourism	2
peer-to-peer accommodation	3	immigration	2	volunteer tourism	2
place attachment	3	importance-performance analysis	2	welcome	2
sociability	3	inclusion	2		
social exchange theory	3	inclusive tourism	2		
social interaction	3				

Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Na Amostra 1 (Tabela 4), destacam-se palavras e expressões como “acolhimento”, “hospitalidade urbana” e “comensalidade”, além de outras como “acessibilidade” e “dádiva”, presentes no Tesouro Brasileiro de Turismo (Rejowski, 2018) e por vezes interligadas. A título de ilustração seguem alguns exemplos de artigos dessa amostra.

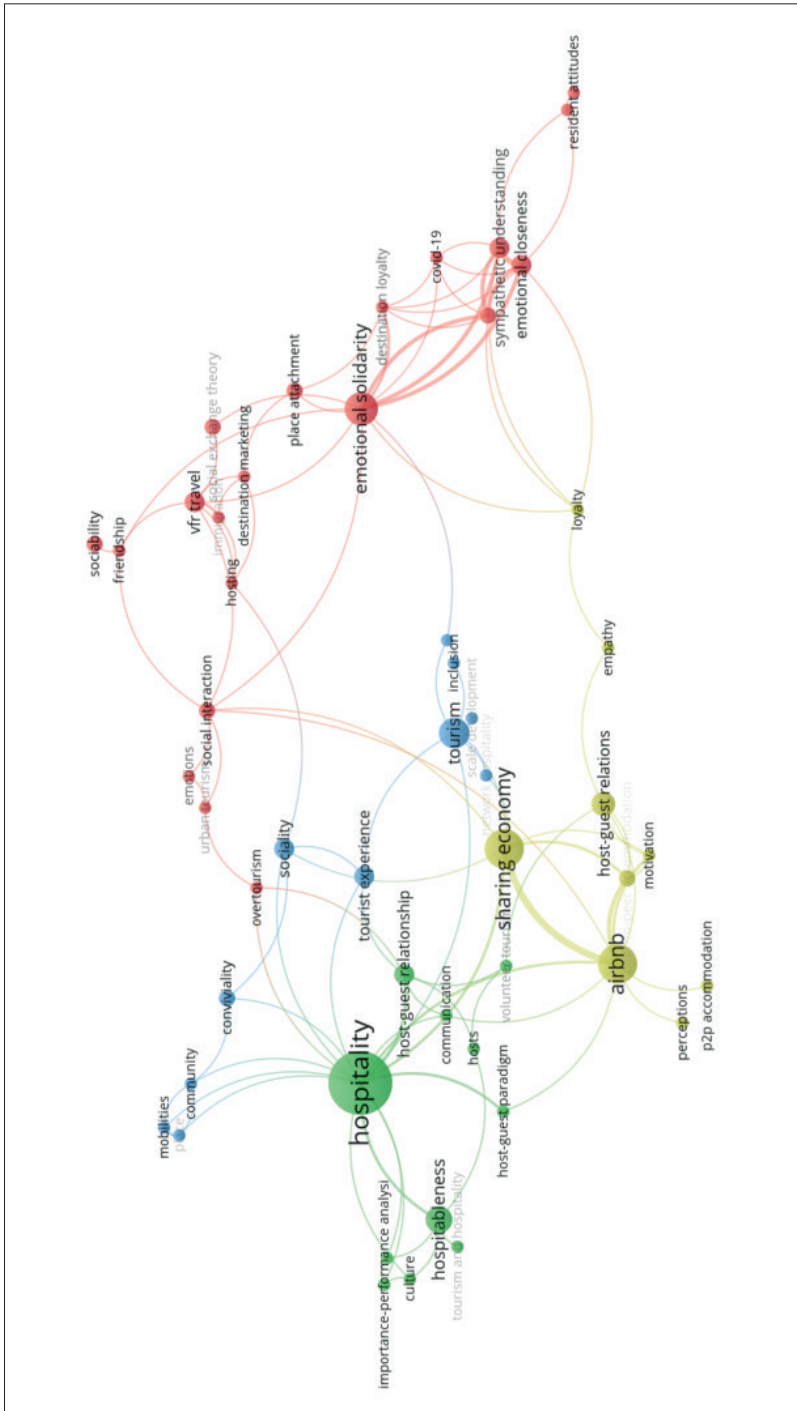
Com base na teoria da dádiva de Marcel Mauss, Brusadin (2017) investiga as práticas de acolhimento no século XIX em Minas Gerais sob a ótica dos viajantes naturalistas estrangeiros, enquanto Silva e Rossini (2020) tratam do fazer cultural das mulheres ceramistas de uma comunidade tradicional no Maruanum (AP). Considerando acolhimento e dádiva como dimensões da hospitalidade, Pereira et al. (2020, p. 387) abordam “as características de ser hospitaleiro e as relações de troca nos rituais de passagem do exterior para o interior”.

Com foco na comensalidade como manifestação de um sistema alimentar, Faltin e Minasse (2020, p. 634) consideram-na “um dos pilares dos rituais de admissão e acolhimento do estrangeiro/hóspede da hospitalidade”. Já Gomes et al. (2015) destacam as relações sociais entre visitantes e visitados na Festa do Divino em Alcântara e São Luís (MA), delineadas tanto pelo lúdico quanto pelo sagrado.

Sob a ótica da hospitalidade urbana e planejamento turístico, Severini e Panosso Netto (2020) tratam da elaboração de Planos Diretores em cidades com especial interesse turístico, ao passo que Tricárico et al. (2018) inferem que a arquitetura de meios de hospedagem pode ser considerada um signo de hospitalidade urbana. Já Duarte e Honorato (2020) abordam a acessibilidade para usuários de cadeira de rodas em teatros de Brasília (DF) sob a ótica de seus gestores.

Em relação à Amostra 2, relações sociais e comportamentos de/entre anfitriões e hóspedes são aludidas indiretamente por termos como “Airbnb” e “*sharing economy*” e de forma direta através de “*emotional solidarity*”, “*hospitableness*” e “*host-guest relations*”, que indicam a hospitalidade social apontada por Lynch et al. (2021). A título de ilustração, seguem alguns exemplos dessa amostra.

Figura 7: Correlação de palavras-chave da pesquisa de Hospitalidade em Turismo (2015-2022) - Amostra 2



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

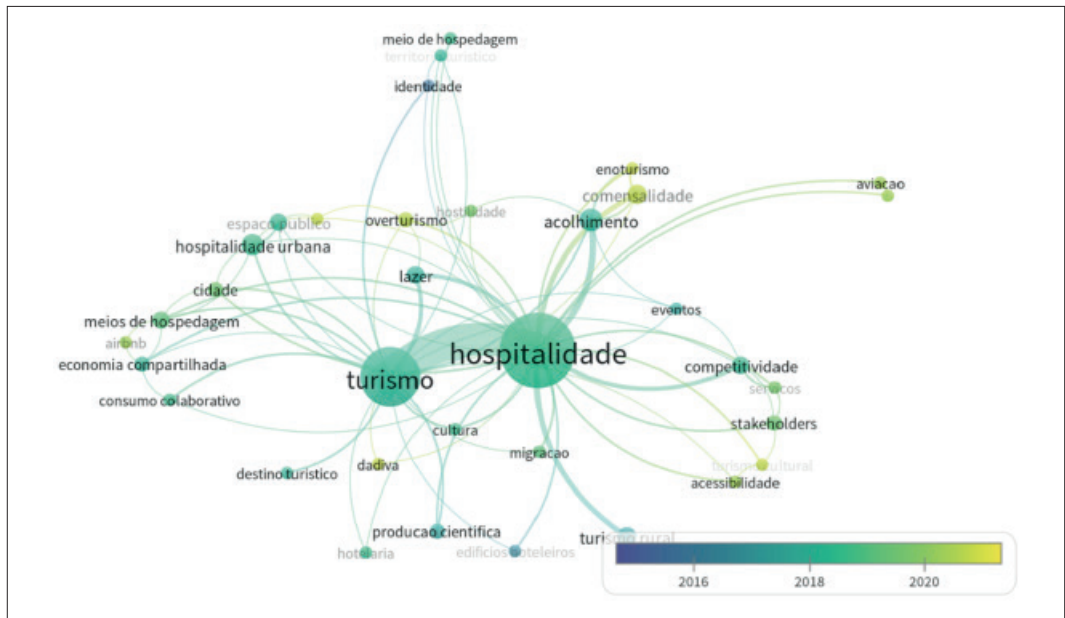
Na Amostra 2, o *cluster* azul se refere a estudos que utilizam conceitos relacionados diretamente com a hospitalidade, como convivialidade, socialidade, mobilidade, local, inclusão e experiência do turista, em alinhamento à temática “*Conceptualisations of hospitality*” citada no estudo de Lynch et al. (2021). O *cluster* verde concentra pesquisas sobre a relação entre hóspedes e anfitriões sob a ótica da cultura, da comunicação, da hospitalidade e do voluntariado. No *cluster* amarelo, identificam-se estudos voltados às percepções e sentimentos que intermediam a relação comercial e interpessoal entre hóspede e anfitrião em hospedagens de economia compartilhada do tipo pessoa a pessoa (ex. Airbnb). Por fim, o *cluster* vermelho refere-se a pesquisas dedicadas a conceitos relacionais (sociabilidade, amizade etc.), aplicados à lealdade e ao *marketing* de destinos turísticos em meio à Covid-19, como solidariedade emocional, compreensão solidária, proximidade emocional, emoções positivas, além de imigração e hospedagem de Amigos e Parentes (VFR). De acordo com a Figura 7, “hospitalidade” e “turismo” não possuem forte relação, pois seus nós geralmente são intermediados por outros como “*tourist experience*” e “*sharing economy*”.

Ao longo do período selecionado para análise, foi possível identificar algumas tendências de palavras-chave empregadas na atualidade em ambas as amostras, representadas pela cor amarelada, em detrimento das cores mais azuladas e esverdeadas. A Figura 8 traz a evolução temporal das palavras-chave da Amostra 1.

As ligações mais fortes com a hospitalidade (linhas mais grossas) referem-se a temas situados ao redor de 2018 (cor verde), como acolhimento, competitividade, turismo rural e lazer. Palavras mais recentes (na cor amarela), como “comensalidade”, “dádiva” e “enoturismo” relacionam-se a “acolhimento” e, por meio deste, à “hospitalidade”, enquanto “acessibilidade” e “turismo cultural” vinculam-se diretamente à “hospitalidade”. O acolhimento é compreendido como uma dimensão da hospitalidade (Medes, 2021), assim como a comensalidade e a dádiva no âmbito dos estudos de Turismo (Brusadin & Panosso Netto, 2016), o que também é suportado por Soares e Camargo (2015). Por outro lado, o interesse no overturismo leva necessariamente a considerar manifestações de hostilidade em destinos turísticos (Mani & Cova, 2013).

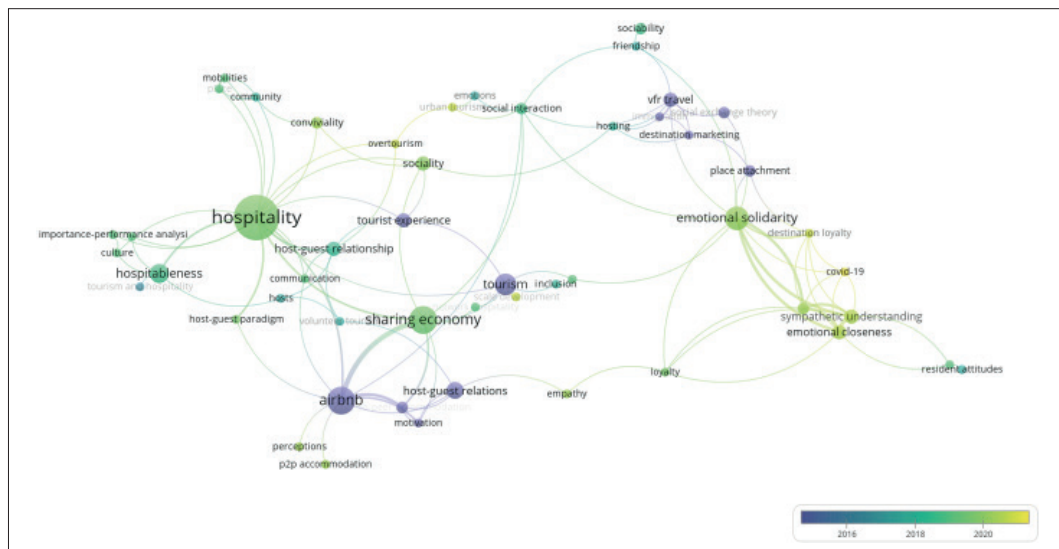
As expressões em azul, como “turismo rural”, “meios de hospedagem” e “edifícios hoteleiros”, podem se relacionar tanto ao atendimento aos hóspedes quanto às relações com os anfitriões ou à hospitalidade urbana. Especialmente, a hospitalidade urbana vem sendo investigada no âmbito da arquitetura através dos estudos iniciais de Grinover (2006) e posteriormente de outros pesquisadores (Severini, 2016; Tricárico, Oliveira & Rossini, 2018).

Figura 8: Evolução temporal de palavras-chave da Amostra 1 (2015-2022)



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Figura 9: Evolução temporal de palavras-chave da pesquisa de Hospitalidade em Turismo (2015-2022) - Amostra 2



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Na evolução temporal das palavras-chave que compõem a Amostra 2 (Figura 9), os termos mais recentes, registrados em amarelo, aparecem em 2020 e 2021: *destination loyalty*, *covid-19*, *sympathetic understanding*, *emotional closeness*. Essas palavras se vinculam à solidariedade emocional, que emergiu nas pesquisas no período inicial da pandemia. O *overtourism* também chama a atenção quando relacionado à *urban tourism*, assim como identificado na Amostra 1. Alguns temas passaram a ser menos pesquisado ao longo dos anos, como a experiência do turista, as relações anfitrião-hóspede em Airbnb, *marketing* de destinos, entre outros (em azul).

Considerando as principais dimensões do desenvolvimento sustentável – econômica, ambiental, social e política – nota-se em ambas as amostras, aproximações às dimensões econômica e social. No entanto, na Amostra 1, a separação entre esses dois enfoques é maior do que na Amostra 2, na qual a preocupação com o social permeia o enfoque econômico, podendo orientar um turismo mais justo e sustentável a partir da união entre aprendizado e transformação (Pritchard et al., 2011).

Em relação aos resumos dos artigos, foi possível elaborar nuvens de palavras para detectar eventuais mudanças no padrão das pesquisas entre os períodos pré (2015-2019) e durante pandemia (2020-2021). Para tanto, consideraram-se as palavras com frequência mínima de 10.

A Amostra 1 traz a centralidade dos termos “hospitalidade” e “turismo” (Figura 10), uma vez que esses foram os termos de busca, figurando, portanto, em todos os artigos analisados. No entanto, ao se comparar as nuvens de cada período, alguns aspectos merecem destaque, quando comparados ao Tesouro de Turismo (Rejowski, 2018) e às abordagens teórico-conceituais da hospitalidade.

As palavras “pandemia” e “covid-19” figuram apenas no segundo período, como era esperado. Acredita-se que a maior preocupação durante a pandemia possa ter se assentado nos efeitos negativos para o turismo, principalmente econômicos, e na adoção de práticas higiênico-sanitárias envolvidas nas viagens, tal como observado em números especiais dos periódicos (Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, volume 12 de 2020) e em fascículos correntes de periódicos (Current Issues, volumes 24 de 2021 e 25 de 2022).

Em relação às palavras “relação(ões)” e “social(is)”, há pequena variação entre períodos. Em associação, formam “relações sociais” (ou interpessoais), que pode remeter à sociabilidade e convivialidade. Já as palavras “anfitrião” e “hóspedes”, que aparecem apenas antes da pandemia, indicam as principais figuras da hospitalidade (Rejowski, 2018) em movimento no turismo. Apesar das palavras “trabalho”, “serviços” e “desenvolvimento” estarem presentes em ambos os períodos, parece haver maior ênfase desses termos ligados ao mercado durante a pandemia.

Figura 10: Palavras frequentes utilizadas nos resumos das pesquisas de Hospitalidade em Turismo - Amostra 1 (à direita 2015-2019 e à esquerda 2020-2022)



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Entre todas as palavras presentes nas duas nuvens, “acolhimento” é a mais significativa, seja como sinônimo de hospitalidade (Perazzolo et al., 2013), ou como uma de suas dimensões (Mendes, 2021). A maior expressão do acolhimento na nuvem do segundo período sugere possível aumento na percepção do “outro”, em especial do visitante ou do turista na cidade, no meio urbano. Por fim, tem-se “comensalidade”, visível durante o período pandêmico, indicando a revalorização do convívio e da sociabilidade entre os comensais, hábito readquirido e que pode ser reforçado na hospitalidade no turismo.

Na Amostra 2, o termo “hospitality” também é central nas duas nuvens (Figura 11). Entretanto, as palavras “pandemic” e “covid-19” não constam no período 2020-2022, como esperado.

Figura 11: Palavras frequentes utilizadas nos resumos das pesquisas de Hospitalidade em Turismo - Amostra 2 (à direita 2015-2019 e à esquerda 2020-2022)



Fonte: Elaboração dos autores (2022).

Em relação às palavras “hosts” e “social”, em ambas as nuvens, reforça-se o foco no anfitrião e em preocupações com a dimensão social do desenvolvimento turístico. No entanto, o aprofundamento de “relationships” sob o ponto de vista humanista é mais aparente durante a pandemia, envolvendo mais palavras como “solidarity”, “well-being”, “experiences”, “attitudes” e “welcoming” do que no período pré-pandêmico.

O termo “*hospitalableness*”, em referência à qualidade de um sujeito hospitaleiro (Lashley, 2015), foi registrado apenas no segundo período. Golubovskaya et al. (2017), ao analisarem o comportamento hospitaleiro de funcionários de hotéis na Austrália, identificaram a consistência de práticas organizacionais e características intrínsecas que promovem ou impedem tal comportamento. Chamando atenção para diferentes contextos culturais, Tasci et al. (2021) tratam do significado de hospitalabilidade na cultura turca, encontrando resultados que revelaram itens compostos por seis fatores com níveis crescentes de colaboração nessa cultura: clemência, graça, compaixão, civilidade, proficiência e veracidade.

Com relação a palavras referentes aos sujeitos envolvidos no estudo da Hospitalidade no Turismo, no primeiro período destacam-se “*guest(s)*”, “*employees*”, “*community*”, “*tourists*”, “*costumers*”, “*residentes*” e “*people*”, enquanto no segundo período, além de “*guests*”, sobressaem-se as palavras “*providers*”, “*visitors*”, “*student*” e “*residente*”. Não há grandes diferenças, a não ser a presença de “*employees*” no primeiro período e de “*providers*” no segundo.

No entanto, palavras como “*comercial*”, “*management*”, “*economy*”, “*value*” e “*hotel*”, presentes em 2015-2019, sugerem foco no domínio comercial da hospitalidade (Lashley, 2004), assim como as palavras “*comercial*”, “*peer-to-peer*”, “*services*”, “*value*” e “*Airbnb*” no período 2020-2022. Mas, considerando-se as já citadas palavras indicativas de relacionamentos, reafirma-se a ênfase no domínio comercial em 2015-2019 e no domínio social da hospitalidade em 2020-2022 na Amostra 2.

Apesar de não haver menção a termos relativos a “sustentável” em ambas as amostras, foi feita uma busca nos registros para averiguar tal presença. Pontualmente, na Amostra 1, aparecem os termos “sustentabilidade”, “*slow food*” e “consumo colaborativo”, além de três variações de impactos do turismo. Na Amostra 2, há uma única menção aos *Sustainable Development Goals* (ODS), além do emprego de termos como “*sustainability*”, “*sustainable*” e variações de impactos do turismo (“*tourism impacts*” ou “*beneficits*”). Particularmente sobre os ODS, Scheyvens e Biddulph (2018) abordam o turismo inclusivo na Europa relacionado ao desenvolvimento social e econômico desse setor e ilustram como pessoas em situação de marginalização podem ser inseridas de forma ética e benéfica na produção e no consumo turístico.

Nesse sentido, destacam-se nos dois últimos anos desse período os aspectos sociais entremeados aos econômicos. Tal constatação traduz, de um lado, conceitos e práticas de hospitalidade, acolhimento, solidariedade, interações sociais e, de outro, preocupações com a busca de um turismo sustentável, ético, justo e responsável. Nesse sentido, a hospitalidade se integra ao desenvolvimento sustentável no estudo do Turismo, em uma visão humanista e crítica, abrindo espaço para novas perspectivas paradigmático-epistemológicas.

5. Conclusão

Um primeiro olhar sobre a Hospitalidade no Turismo na literatura especializada com base na produção científica nacional e internacional amostrada no período entre 2015 e 2021 mostrou uma tendência ascendente na produção de artigos sobre o tema no campo do Turismo. A partir da análise da Amostra 1, é possível reafirmar a referencialidade de dois periódicos nacionais na comunicação científica sobre o tema – Revista Hospitalidade e Rosa dos Ventos –, enquanto no âmbito internacional (Amostra 2) impera com maior referencialidade o periódico *Hospitality & Society*, seguido pelo *International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research* e *Journal of Hospitality and Tourism Management*.

Apesar do período considerado abarcar apenas sete anos de produção científica, é possível analisar a natureza autoral e temática dos artigos amostrados. Foram constatados dois *clusters* principais: um formado por pesquisadores da Universidade Anhembi Morumbi no Brasil, com destaque para Elizabeth K. Wada, autora mais produtiva e com maior índice de colaboração; e um irradiado a partir da Universidade de Georgia, nos Estados Unidos, com destaque para Kyle M. Woosnam, autor mais produtivo e com maior índice de colaboração no exterior. Também se constatou a aderência desses dois pesquisadores à gestão do turismo, mas com enfoques diversos, sendo que apenas Woosnam apresenta algum direcionamento aos estudos críticos do turismo.

A análise das palavras-chave mostrou distinções entre as amostras. Nos artigos nacionais, a ênfase recaiu no acolhimento, na hospitalidade urbana e na comensalidade, por vezes associados à dádiva e acessibilidade, enquanto nos internacionais o destaque foi para o Airbnb associado à economia compartilhada, solidariedade emocional, hospitalabilidade e relações entre anfitrião-hóspede. A partir da correlação entre as palavras-chave, identificaram-se *clusters* que permitiram visualizar temáticas centradas na hospitalidade, no turismo e no acolhimento (Amostra 1), com forte relação entre as duas primeiras, e na *hospitality*, Airbnb, *tourism* e *emotional solidarity* (Amostra 2), com menor relação entre turismo e hospitalidade.

Aprofundando essa análise para a sua evolução no período investigado, pode-se compreender temas com maior interesse durante os anos do período, visualizando interesses passados e novos interesses

das pesquisas sobre Hospitalidade no Turismo. No entanto, para uma visualização mais abrangente, recomenda-se a expansão desse período a partir do início da década de 2000, quando surgem as primeiras publicações sobre a hospitalidade tal como tratada neste trabalho.

Com base nas palavras dos resumos dos artigos, pode-se ponderar acerca de temas aparentes no período de 2015 a 2019, através de termos representativos das figuras de hospitalidade (produção nacional) e de percepções e experiências (produção internacional). Já no período de 2020 a 2022, destacaram-se as palavras “acolhimento” e “comensalidade” (produção nacional) e termos referentes às relações sociais (produção internacional).

O desafio de discutir a sustentabilidade e o desenvolvimento sustentável no decorrer das análises em sua transversalidade à Hospitalidade no Turismo no início foi quase abandonado em razão de ser necessária uma leitura atenta e integral dos artigos. Mas, mesmo considerando os estratos de títulos, resumos e palavras-chave, foi possível identificar termos e aproximações à dimensão social, a ser estendida à cultural, entremeada à dimensão econômica da sustentabilidade, um avanço significativo para uma visão mais humana e ética do turismo, a partir da hospitalidade, mesmo em seu domínio comercial. Nesse ponto talvez resida a maior contribuição desta pesquisa, realçando o papel da Hospitalidade para o avanço do conhecimento no campo do Turismo. Porém, importa estimular pesquisas sobre o tema no âmbito das outras dimensões da sustentabilidade, especialmente, no âmbito das dimensões ambiental e política para além do conceito de hospitalidade enquanto indústria ou setor produtivo.

Bibliografia

- Aria, M., & Cuccurullo, C. 2017. Bibliometrix: an R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975.
- Avena, B. M. 2006. *Turismo, educação e acolhimento - Um novo olhar*. Editora Roca.
- Baptista, I. 2002. Lugares de hospitalidade. In C. M. de M. Dias (Ed.), *Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas*. Manole.
- Bargeman, B., & Richards, G. 2020. A new approach to understanding tourism practices. *Annals of Tourism Research*, 84.
- Bastos, S., & Rejowski, M. 2015. Pesquisa científica em hospitalidade: desafios em busca de uma configuração teórica. *Revista Hospitalidade*, XII (n. Esp.), 132–159.
- Bremser, K., & Wüst, K. 2021. Money or love - Why do people share properties on Airbnb? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 23-31.
- Brusadin, L. (Ed.). 2017. *Hospitalidade e dádiva: a alma dos lugares e a cultura*. Prismas.
- Brusadin, L. B., & Netto, A. P. 2016. La dádiva y el intercambio simbólico: supuestos sociológicos y filosóficos para la teoría de la hospitalidad en las sociedades antiguas y modernas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 520-538.
- Camargo, L. O. de L. 2004. *Hospitalidade*. Aleph.
- Camargo, L. O. de L. 2008. A pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 5(2), 15-51.
- Camargo, L. O. de L. 2015. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, XII (n. Esp.), 42-69.
- Camargo, L. O. de L. 2021. As leis da hospitalidade. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15, e-2112.
- Causevic, S., Minnaert, L., Morgan, N., & Pritchard, A. 2018. Prospect: the future of critical tourism studies: reflections on the road ahead. *Tourism Analysis*, 23(2), 177-181.
- Chen, Y. S., & Leimkuhler, F. F. 1986. A relationship between Lotka's law, Bradford's law, and Zipf's law. *Journal of the American Society for Information Science*, 37(5), 307-314.
- Duarte, D. C., & Honorato, T. S. 2020. Turismo cultural acessível: a percepção dos gestores dos principais teatros de Brasília. *Turismo: Visão e Ação*, 22, 575-596.
- Faltin, A. O., & Gimenes-Minasse, M. H. 2019. Comensalidade, Hospitalidade e Convivialidade: Um Ensaio Teórico. *Rosa dos Ventos*, 11(3), 634-652.
- Fedrizzi, V. L. 2009. Facetas da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 5(2), 96-114.
- Gil, A. C. 2008. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. Editora Atlas.
- Golubovskaya, M., Robinson, R. N., & Solnet, D. 2017. The meaning of hospitality: do employees understand? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(5), 1282-1304.
- Gomes, C. M., Gastal, S., & Coriolano, L. N. 2015. Hospitalidade na Festa do Divino: seu festejar em Alcântara e São Luís do Maranhão. *Cenário*, 87, 87-104.
- Grinover, L. 2006. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. *Revista Hospitalidade*, 3(2), 29-50.

- Guia, J., & Jamal, T. 2020. A (Deleuzian) posthumanist paradigm for tourism research. *Annals of Tourism Research*, 84, 1-4.
- Irving, M. de A.; Coelho, A. M.; Arruda, T. O. 2020. Turismos, sustentabilidades e pandemias: incertezas e caminhos possíveis para planejamento turístico no horizonte da agenda 2030. *Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica*, XVI (n. Esp.), 73-105.
- Koseoglu, M. A., Rahimi, R., Okumus, F., & Liu, J. 2016. Bibliometric studies in tourism. *Annals of tourism research*, 61, 180-198.
- Lashley, C. 2004. Para um entendimento teórico. In C. Lashley, & A. Morrison. (Eds.), *Em busca da Hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Manole.
- Lashley, C. 2015. Hospitalidade e hospitabilidade. *Revista Hospitalidade*, XII (n. Esp.), 70-92.
- Lashley, C., & Morrison, A. (Eds.). 2004. *Em busca da hospitalidade*. Manole.
- Lashley, C., Lynch, P., & Morrison, A. 2007. Ways of knowing hospitality. In C. Lashley, C., P. L. Lynch, & A. J. Morrison, (Eds.), *Hospitality: a social lens* (pp. 187-206). Routledge.
- Lugosi, P. 2021. Exploring the hospitality-tourism nexus: directions and questions for past and future research. *Tourist Studies*, 21(1), 24-35.
- Lugosi, P., Lynch, P., & Morrison, A. 2009. Critical hospitality management research. *The Service Industries Journal*, 29(10), 37-41.
- Lynch, P., McIntosh, A., Lugosi, P., Germann Molz, J., & Ong, C. E. 2021. Hospitality & Society: Critical reflections on the theorizing of hospitality. *Hospitality & Society*, 11(3), 293-331.
- Mani, Z., & Cova, V. 2013. Hospitalité et culture locale: deux atouts pour un tourisme responsable. *Maghreb-Machrek*, 2, 11-25.
- Mendes, B. 2021. Hospitalidade em cidades turísticas: pertencimento e acolhimento do anfitrião-residente de Campos do Jordão (SP). [Tese de Doutorado em Hospitalidade, Universidade Anhembi Morumbi].
- Moghavvemi, S., Woosnam, K. M., Paramanathan, T., Musa, G., & Hamzah, A. 2017. The effect of residents' personality, emotional solidarity, and community commitment on support for tourism development. *Tourism Management*, 63, 242-254.
- Morrison, A. 2018. Hospitality research: legacies and futures. *Tourism Management Perspectives*, 25, 189-192.
- ONU. *Organização das Nações Unidas*. Transformando nosso mundo: a agenda 2030 para o desenvolvimento sustentável. 2015. <https://nacoesunidas.org/wp-content/uploads/2015/10/agenda2030-pt-br.pdf>.
- Perazzolo, O. A., dos Santos, M. M. C., & Pereira, S. 2013. O acolhimento-ou hospitalidade turística-como interface possível entre o universal e o local no contexto da mundialização. *Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(1), 45-55.
- Pereira, D. C., Wada, E. K., & Cavenaghi, A. J. 2020. Hospitality in cultural centers: the service of Sesc in Sao Paulo. *Rosa dos Ventos*, 12(2), 387-405.
- Pitt-Rivers, J. 2012. The law of hospitality. *HAU: Journal of Ethnographic Theory*, 2(1), 501-517.
- Pritchard, A., Morgan, N., & Ateljevic, I. 2011. Hopeful tourism a new transformative perspective. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 941-963.
- Rejowski, M. 1996. *Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional x situação brasileira*. Papirus.
- Rejowski, M. 2018. *Tesouro brasileiro de turismo*. ECA-USP.
- Rejowski, M., & Aldrigui, M. 2007. Periódicos científicos em turismo no Brasil: dos boletins técnico-informativos às revistas científicas eletrônicas. *Revista Turismo Em Análise*, 18(2), 245-268.
- Rejowski, M.; Ferro, R. C.; Sogayar, R. L. 2022. Pós-graduação em Turismo, Hospitalidade e Lazer no Brasil: da consolidação dos mestrados à emergência dos doutorados. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2217, 1-17.
- Santos, G. E. O., & Rejowski, M. 2013. Comunicação científica em turismo no Brasil: Análises descritivas de periódicos nacionais entre 1990 e 2012. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 7(1), 149-167.
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. 2018. Inclusive tourism development. *Tourism Geographies*, 20(4), 589-609.
- Severini, V. F., & Panosso Netto, A. 2022. Dádiva, cidadania e políticas públicas: aspectos essenciais para a consolidação da hospitalidade urbana. *Rosa dos Ventos*, 14(2), 522-544.
- Severini, V. F. 2016. Atributos espaciais de hospitalidade urbana. In H. C. Vargas, & R. Paiva (Eds.), *Turismo, arquitetura e cidade* (pp. 257-285). Manole.
- Soares, F. C., & Camargo, L. O. L. 2015. Produção científica sobre comensalidade no Brasil: estudo documental de teses e dissertações (1997-2011). *Rosa dos Ventos*, 7(2), 191-204.
- Spolon, A. P. G. 2015. *Hospitalidade em rede: propriedades estruturais e arranjos relacionais da rede de produção de conhecimento científico em Hospitalidade, no Brasil (1990-2014)*. [Tese de Pós-Doutorado, Universidade de São Paulo].
- Spolon, A. P. G., Moraes, E. A., Rosa, L. G. R., Silva, W. C. D. 2011. *Hospitalidade* (v. 1). Fundação CECIERJ.

- Sthapit, E., & Jimenez-Barreto, J. 2018. Exploring tourists' memorable hospitality experiences: An Abirnb perspective. *Tourism Management Perspectives*, 28, 83-92.
- Tasci, A. D., Aktas, G., & Acikgoz, F. 2021. Cultural differences in hospitableness: a study in Turkish culture. *Tourism and Hospitality Management*, 27(2), 339-361.
- Telfer, E. 2010. The philosophy of hospitableness. In C. Lashley, & A. Morrison (Eds.), *In search of hospitality* (pp. 38-55). Routledge.
- Tricário, L. T.; Oliveira, J. P.; Rossini, D. M. 2018. Meios de hospedagem como signo de hospitalidade urbana. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 28-56.
- Valduga, V., & Minasse, M. H. S. G. G. 2021. As práticas do Slow Food no Brasil: uma análise das relações de hospitalidade e turismo no cotidiano da região Sul do país. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15, 1-18.
- Van Eck, N., & Waltman, L. 2010. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Woosnam, K. M., Joo, D., Aleshinloye, K. D., & Denley, T. J. 2021. Emotional solidarity and destination loyalty amid the COVID-19 pandemic: a comparison of two scales. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(6), 541-553.

Notes

- ¹ Foram considerados artigos com relação direta à hospitalidade aqueles alinhados à noção de hospitalidade adotada neste trabalho (dádiva, acolhimento, relações sociais etc.); e com relação indireta aqueles focados em setores ou empreendimentos (hotelaria e restaurantes) ou ensino e cursos da área de Turismo e Hospitalidade.

Recibido: 03/08/2022
Reenviado: 11/09/2022
Aceptado: 29/09/2022
Sometido a evaluación por pares anónimos