

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

RUAN TAVARES RIBEIRO

HOSPITALIDADE COMO OBJETO DE ESTUDO DA ADMINISTRAÇÃO: uma
análise da produção científica do evento EnANPAD (1997-2020)

São Luís

2021

RUAN TAVARES RIBEIRO

**HOSPITALIDADE COMO OBJETO DE ESTUDO DA ADMINISTRAÇÃO: uma
análise da produção científica do evento EnANPAD (1997-2020)**

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração de Empresas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Drº Sérgio Sampaio Cutrim

São Luís

2021

Ribeiro, Ruan Tavares.

HOSPITALIDADE COMO OBJETO DE ESTUDO DA
ADMINISTRAÇÃO: uma análise da produção científica do evento
EnANPAD (1997-2020) / São Luís/MA. Ruan Tavares Ribeiro. – 2021.

Orientador: Sérgio Sampaio Cutrim.

Monografia (Graduação) - Curso de Administração,

Universidade Federal do Maranhão, 2021.

1. Produção Científica. 2. Hospitalidade. 3. Administração

RUAN TAVARES RIBEIRO

HOSPITALIDADE COMO OBJETO DE ESTUDO DA ADMINISTRAÇÃO: uma análise da produção científica do evento EnANPAD (1997-2020)

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Administração de Empresas da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Aprovado em: 28/04/2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Sérgio Sampaio Cutrim (orientador)

Dr. em Engenharia Naval e Oceania

Universidade Federal do Maranhão

Prof^a Alive Alvares Melo

Dr^a em Administração

Universidade Federal do Maranhão

Prof^a Vilma Moraes Heluy

Me. em Economia

Universidade Federal do Maranhão

HOSPITALIDADE COMO OBJETO DE ESTUDO DA ADMINISTRAÇÃO: uma análise da produção científica do evento EnANPAD (1997-2020)

Ruan Tavares Ribeiro*

Sergio Sampaio Cutrim**

RESUMO

A hospitalidade, enquanto fenômeno humano, tem recebido atenção das diferentes Ciências Humanas e Sociais Aplicadas, notadamente nos estudos da Antropologia da Sociologia, da Geografia, da História e do Turismo. Especificamente na área do Turismo, a hospitalidade contribui com reflexões sobre o acolhimento às necessidades humanas na gestão de organizações e de destinos turísticos. Esses estudos de gestão em turismo, que têm a hospitalidade como objeto, também recebem, concomitantemente, aportes teóricos da ciência da Administração. Apesar da já conhecida relevância da hospitalidade para as práticas de gestão, aqui, parte-se da proposição de que essa é ainda uma lacuna nas discussões no campo da Administração. O presente artigo objetiva, então, analisar a inserção do tema da hospitalidade na produção científica de administração no Brasil. Para isso, lançou-se mão dos artigos publicados nos anais do evento anual da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD). Por meio do vocábulo “hospitalidade”, foram buscados artigos publicados entre 1997 e 2020, tendo como amostra total o resultado de 10 trabalhos. Entre os principais achados da pesquisa, constatou-se que o estudo da hospitalidade possui pouca representatividade nas discussões da Administração e é marcado por descontinuidades temporais entre as edições dos encontros da ANPAD. A pesquisa desvelou também a formação e a filiação acadêmica dos autores dos artigos, os temas investigados e as contribuições (e visões reducionistas) teóricas e aplicadas ao estudo da hospitalidade para a ciência da Administração e vice-versa. Por fim, são apresentadas as limitações e recomendações para futuros estudos.

Palavras-chave: Produção Científica. Hospitalidade. Administração

1 INTRODUÇÃO

A hospitalidade, enquanto fenômeno humano, mobiliza o interesse de pesquisadores de diferentes áreas do saber, sobretudo das Ciências Sociais Aplicadas e Humanas (BASTOS; REJOWSKI, 2015).

Historicamente tem-se notado três principais tradições (ou escolas) teóricas no estudo desse fenômeno, geopoliticamente situadas no norte do globo: a francesa, a norte-americana e a britânica. Sem a pretensão de estabelecer uma linha do tempo dessas tradições aqui, vale apontar algumas características que marcam essas escolas: a francesa demonstra interesse especial pela hospitalidade nos espaços doméstico (no lar, acolhimento familiar) e público (social) por meio da teoria da dádiva de Marcel Mauss (dar-receber-retribuir), ao mesmo tempo em que tende a ignorar a hospitalidade no espaço comercial (CAMARGO, 2008). A norte-americana, por sua vez, privilegia o estudo da hospitalidade em sua versão comercial (CAMARGO, 2008). Por fim, a perspectiva britânica marca uma virada nos estudos em hospitalidade a partir da reunião de um grupo de pesquisadores na obra *In Search of*

*Aluno (a) do Curso de Administração/UFMA. Artigo apresentado para a disciplina de TCC II, na data de 28/04/2021, na cidade de São Luís/MA. Endereço eletrônico para contato: ruantavaresufma@gmail.com;

**Professor Orientador: Sérgio Sampaio Cutrim; Drº. em Engenharia Naval e Oceanografia; Departamento de Ciências Contábeis, Imobiliárias e Administração/UFMA. Endereço eletrônico para contato: sergio.cutrim@ufma.br

Hospitality, organizada pelo inglês Conrad Lashley, publicada, originalmente em inglês, em 2000, e traduzida para o português, no Brasil, em 2005.

De acordo com Camargo (2008), essa mudança de perspectiva traz três principais contribuições para o estudo do fenômeno em questão: a) é a primeira a colocar o turismo sob as lentes da hospitalidade, suscitando novas abordagens nessa área de estudos; b) proporciona reflexões antropológicas, sociológicas e mesmo filosóficas, ao mesmo tempo em que lança mão de estudos de gestão, demonstrando ainda empenho em olhar para o turismo desde “o ponto de vista do residente-anfitrião”; c) e, ainda, rompe com a dualidade dos estudos os espaços doméstico e comercial ao apresentar a hospitalidade doméstica como paradigma de todas as outras, incluindo a comercial, no texto assinado por Lashley (2005).

No Brasil, Bastos e Rejowski (2015) afirmam que as primeiras pesquisas sobre hospitalidade, em nível de pós-graduação, surgiram em 1990, na Universidade de São Paulo (USP), tendo sido uma em seu Mestrado em Administração e outra no Mestrado em Ciências da Comunicação. Ainda segundo essas autoras, num recorte temporal de 1990 a 2013, as dissertações produzidas em instituições universitárias brasileiras concentram-se, em sua maioria, nas Ciências Sociais Aplicadas e nas Ciências Humanas, cujos estudos estão predominantemente nas dimensões econômica (gestão) e social da hospitalidade, com ênfase na análise de espaços comerciais (negócios).

Mas é somente em 2002 que o tema da hospitalidade ganha destaque na academia brasileira com a criação do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade, na Universidade Anhembi Morumbi (UAM), cujo corpo docente, desde o início de sua criação, corresponde às necessidades interdisciplinares desse objeto de estudo, conforme se atesta no livro organizado por Dencker e Bueno (2003).

As dissertações apresentadas neste programa, por exemplo, serviram de objeto de estudo e fontes de dados para estudos como o de Fedrizzi (2009), que propôs a categorização de 10 facetas da hospitalidade com base nos 108 trabalhos publicados pelas primeiras turmas, de 2004 a 2007. Assim, essa autora chegou à conclusão de que as facetas da hospitalidade configuram um sistema composto pela hospitalidade turística, comportamental, espacial, hospitalidade e eventos, hospitalidade e meios de hospedagem, hospitalidade e ensino, hospitalidade e restauração, hospitalidade e gestão, hospitalidade religiosa e hospitalidade organizacional. Facetas como aquelas vinculadas a meios de hospedagem, restauração e gestão estão amparadas em aportes teóricos de ciências como a Administração.

Um exemplo das contribuições da Administração é a abordagem de teorias como a dos *stakeholders* nos estudos sobre hospitalidade (BARAKAT; WADA, 2021). Contudo, isso não

é uma surpresa, visto que o próprio programa de pós-graduação em Hospitalidade da UAM está situado na área Administração Pública e de Empresas, Ciências Contábeis e Turismo, da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). A hospitalidade, portanto, é um objeto de estudo de interesse da Administração, como reconhece o Seminário em Administração (SemeAD), da Faculdade de Economia e Administração (FEA) da USP, com a abertura do grupo de trabalho “Turismo e Hospitalidade” em seus eventos anuais².

No entanto, neste artigo, parte-se da proposição de que a hospitalidade ainda não tem sido um objeto amplamente discutido por pesquisadores em Administração no Brasil, conforme demonstra a literatura sobre produção científica da área (CLOSS; ARAMBURU; ANTUNES, 2009; DAVEL; ALCADIPANI, 2003; MORAES; MOI, 2020). Por essa razão, parte-se do seguinte questionamento: o que se discute sobre hospitalidade na produção científica nacional de Administração?

A hospitalidade ainda não forma parte, por exemplo, do universo de investigações bibliométricas sobre a produção do evento anual da Associação Nacional de Pós Graduação e Pesquisa em Administração (EnANPAD), o maior evento nacional da pós-graduação na área³. Encontram-se análises de temas como turismo (SOUZA; PIMENTEL FILHO; FARIA, 2008), ensino e pesquisa em administração (LORDSLEEM; ARAÚJO; OLIVEIRA; ALEXANDRE, 2009), gestão de custos (ROCHA; REIS; SOUZA; CRUZ; TRACZ, 2010), ética e contabilidade (MONTEIRO; SILVA; PETER; MACHADO, 2011), justiça organizacional (BATTISTELLA; SCHUSTER; DIAS, 2012), controle interno e gestão de riscos (PELEIAS; CAETANO; PARISI; PEREIRA, 2013) e análise de imagem no marketing (ANDRADE; JOAQUIM; GOSLING, 2014), mas ainda há uma lacuna no universo de revisões sistemáticas da literatura sobre a relação entre hospitalidade e Administração.

Um estudo como esse proporcionará reflexões sobre a hospitalidade como objeto de estudo da Administração, para que, assim, se aprofundem as discussões sobre as práticas de gestão e os relacionamentos entre pessoas. Logo, o presente artigo objetiva analisar a inserção do objeto hospitalidade nas publicações da EnANPAD, com vistas à identificação da formação e da filiação acadêmica de seus pesquisadores, dos temas investigados e das possíveis

² O grupo de trabalho “Turismo e Hospitalidade” da edição de 2020 do SemeAD, por exemplo, contou com os seguintes temas: 1. Dimensões e Contextos do Turismo e da Hospitalidade; 2. Turismo e Hospitalidade na Competitividade em Serviços; 3. Planejamento e Gestão em Turismo; 4. Turismo, Hospitalidade, Covid-19 e Políticas de Privatização do Setor.

³ Levantamento realizado no Google Acadêmico e no Portal de Periódicos CAPES por meio dos vocábulos “hospitalidade”, “anpad” e “enanpad”, em 1º Mar 2021.

contribuições teóricas e aplicadas do estudo da hospitalidade para a ciência da Administração e vice-versa.

O artigo segue com o referencial teórico sobre uma discussão conceitual do fenômeno da hospitalidade, da produção científica sobre hospitalidade no Brasil e de uma aproximação teórica entre os estudos da hospitalidade e a ciência da Administração. Em seguida, são apresentados os procedimentos metodológicos, os resultados, a discussão e as considerações finais deste estudo bibliométrico.

2 O QUE É HOSPITALIDADE?

A hospitalidade é, essencialmente, um fenômeno humano (GOTMAN, 2001; BAPTISTA, 2002; MONTANDON, 2003; CAMARGO, 2003; BROTHERTON; WOOD, 2004; LASHLEY, 2004). Para os autores aqui citados, a hospitalidade “é uma relação especializada entre dois protagonistas, aquele que recebe e aquele que é recebido por alguém” (GOTMAN, 2001, p. 66), em seus contextos “doméstico, público ou profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat” (CAMARGO, 2003, p. 19).

Para fins didáticos e de operacionalização do conceito de hospitalidade, Camargo (2003) cunhou um modelo de análise denominado “tempos e espaços da hospitalidade humana”. Com esse modelo, o autor buscou superar as limitações das “escolas” francesa e norte-americana, ao propor que a hospitalidade, enquanto fenômeno, perpassa quatro espaços (doméstico, público, comercial e virtual) e quatro tempos (recepcionar, hospedar, alimentar e entreter), de acordo com a Figura 1:

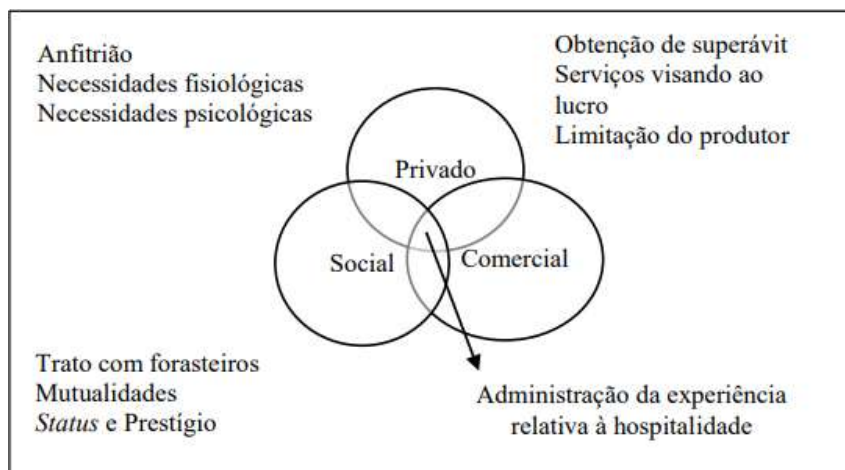
Figura 1 – Tempos e espaços da hospitalidade

Categoria	Recepcionar	Hospedar	Alimentar	Entreter
Doméstica	Receber pessoas em casa, de forma intencional ou casual	Fornecer pouso e abrigo em casa para pessoas	Receber em casa para refeições e banquetes	Receber para recepções e festas
Pública	A recepção em espaços e órgãos públicos de livre acesso	A hospedagem proporcionada pela cidade e pelo país	A gastronomia local	Espaços públicos de lazer e eventos
Comercial	Os serviços profissionais de recepção	Hotéis, Hospitais e casas de saúde. Presídios	A restauração	Eventos e espetáculos. Espaços privados de lazer
Virtual	A net-etiqueta do enviar e receber mensagens por meios eletrônicos	Sites e hospedagens de sites	A gastronomia eletrônica	Jogos e entretenimentos

Fonte: Camargo (2003, p. 19)

Outra contribuição teórica é a de Lashley (2004), que condensou o modelo explicativo da hospitalidade num diagrama de Venn conhecido como “administração da experiência relativa à hospitalidade”, resultado da intersecção de três domínios: social, privado e comercial:

Figura 2 – Administração da experiência relativa à hospitalidade



Fonte: Lashley (2004, p. 6)

Segundo Lashley (2004), o estudo da hospitalidade no domínio privado destaca-se pela ênfase no protagonismo das relações entre o anfitrião e seus hóspedes no espaço doméstico. O estudo do domínio social, por sua vez, nutre-se do contexto social baseado nas perspectivas histórica, cultural ou antropológica, conforme defende o autor: “as ideias em vigor relativas à hospitalidade e ao consumo de produtos e serviços relacionados com a hospitalidade podem então ser fixadas em confronto com períodos históricos e situações sociais do passado” (LASHLEY, 2004, p. 13). No domínio comercial, estuda-se a oferta da hospitalidade como atividade de que visa o lucro, seja no setor público, seja no setor privado (LASHLEY, 2004).

Montandon (2011, p. 31) também contribui com uma análise da cena da hospitalidade que, inspirada na figura épica de Homero, é descrita em “microcenas” formadas por momentos cronológicos, como “a chegada, a recepção, sentar-se, banquetear-se, dizer o nome e a pátria, deitar-se, banhar-se, a entrega de presentes, as despedidas”. Os pressupostos desse autor encontram lugar privilegiado em pesquisas recentes sobre relacionamentos entre anfitriões e hóspedes, tal qual demonstra o estudo de Camargo, Cavenaghi, Pereira e Wada (2018), que relaciona a cena em questão ao “encontro da hospitalidade”, que se dá nos tempos de acolher, ficar e partir.

Em síntese, apesar das abordagens diferentes (e até complementares), a figura humana é central nas abordagens teóricas deste artigo.

3 UMA APROXIMAÇÃO ENTRE OS ESTUDOS DA HOSPITALIDADE E A CIÊNCIA DA ADMINISTRAÇÃO⁴

O domínio comercial da hospitalidade contempla espaços e processos que se nutrem de olhares da Administração. Moretti, Cruz e Silva (2015) afirmam que a hospitalidade, ao inserir o “outro” na comunidade, contribui com o “aprofundamento do campo de conhecimento sobre a relação anfitrião e hóspede contribuindo decisivamente para o desenvolvimento de vantagens competitivas para as empresas adotantes dos seus princípios, normas, leis e valores” (p. 13).

Um exemplo operacional das implicações da hospitalidade em espaços comerciais é dado por Hemmington (2007), que acredita a hospitalidade deve ser lida como uma evolução da gestão dos serviços para um lugar a hospitabilidade⁵ e a generosidade sejam centrais. Para isso, o mesmo autor propõe cinco dimensões-chave da hospitalidade como experiência comercial, a saber: a relação anfitrião-hóspede, a generosidade, teatro e performance, muitas pequenas surpresas e segurança e proteção.

Essa abordagem de Hemmington (2007) defende ainda que as organizações de hospitalidade devem dar ênfase à experiência do hóspede, encenando experiências memoráveis e estimulando os cinco sentidos⁶. Para isso, os anfitriões devem desenvolver sua equipe como o elenco da experiência e permitir um ambiente onde se nutre um sentimento de generosidade, se evita parcimônia e não se permite que procedimentos de controle financeiro dominem a experiência do hóspede. Ainda segundo Hemmington (2007), as organizações “capazes de capturar esse senso de teatro e generosidade ganharão vantagem competitiva ao oferecer a seus hóspedes experiências pessoais, memoráveis e que agregam valor a suas vidas” (p. 754).

Para essa discussão, vale trazer a proposta de Moretti (2020) para uma melhor visualização da hospitalidade nos processos organizacionais. Esse autor propôs, em caráter preliminar, um modelo integrado de análise da experiência de consumo, relacionamento e hospitalidade, conforme a Figura 3. Observam-se as diferentes fases do processo de construção da experiência durante o encontro de hospitalidade. A caixa do Processo de Experiência e

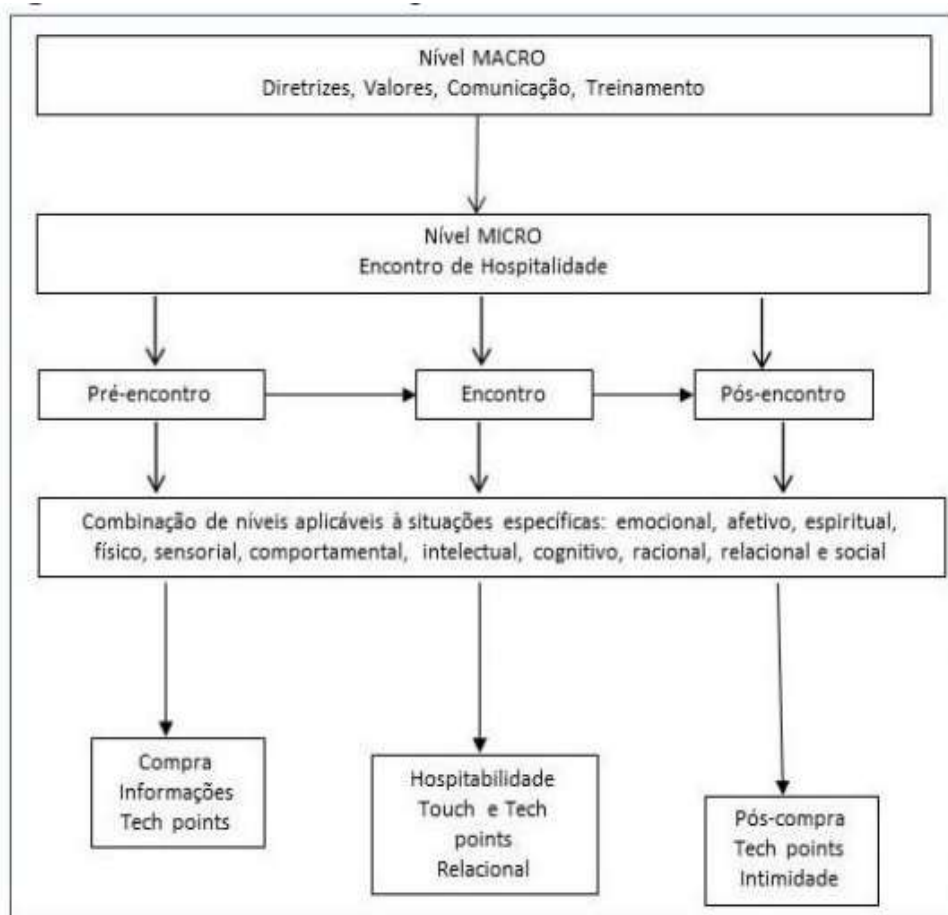
⁴ O título desta seção faz uma referência ao trabalho de Miranda e Zouain (2008), intitulado “A aproximação entre o estudo do turismo e a ciência da administração a luz do modelo Tedqual: caso São Luís”.

⁵ A hospitabilidade, assim como a hospitalidade, é considerada um valor social importante naquela que é tida como a mais simples das sociedades. Entretanto, a hospitabilidade se diferencia por ser a disposição que cada pessoa tem de ser genuinamente hospitaleira, sem expectativas de recompensa nem de reciprocidade (LASHLEY, 2015).

⁶ Hemmington (2007) tem a “economia da experiência”, nos termos de Pine e Gilmore (1999), como uma de suas referências teóricas na proposição do avanço da gestão de serviços para a gestão de experiências com base nos pressupostos da hospitalidade.

Relacionamento em Hospitalidade, em posição superior no modelo abaixo, como cada fase e cada dimensão se relacionam entre si (MORETTI, 2020).

Figura 3 – Proposta preliminar para um modelo integrado de análise da experiência de consumo, relacionamento e hospitalidade



Fonte: Moretti (2020, p. 12)

O modelo de Moretti (2020) reconhece as contribuições dos estudos de diretrizes organizacionais, de gestão de serviços e de comportamento do consumidor e centraliza a hospitalidade (relacionamento entre anfitrião e hóspede) como objeto central de estudo.

Outra contribuição teórica para uma aproximação necessária entre a hospitalidade e a ciência da Administração é o estudo de Barakat e Wada (2021), para quem a teoria de stakeholders permite desvelar os interesses e as influências de todos os envolvidos no processo de criação de valor. Além disso, tal teoria contempla uma abordagem holística e integrada aos fatores éticos, sociais e econômicos.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este é um estudo bibliográfico com contribuições dos procedimentos bibliométricos, que “podem apontar as tendências em determinado domínio de investigação, mapear investigações em colaboração, identificar instituições líderes” (ORTIZ; CÔRREA, 2016, p. 307).

Com o objetivo de analisar a hospitalidade como objeto de estudo na produção científica da Administração no Brasil, lançou-se mão dos artigos publicados nos anais do EnANPAD, no período de 1997 a 2020. Os anais desse evento formam parte deste *corpus* “por sua representatividade na Área de pesquisas em Administração” (BATTISTELLA; SCHUSTER; DIAS, 2012, p. 7), logo, trata-se de um universo relevante para uma visão holística da discussão sobre hospitalidade em Administração.

O *website* do EnANPAD serviu como fonte de dados para a pesquisa, de onde resultaram 14 artigos por meio do vocábulo “hospitalidade”, tido como a palavra-chave para busca na base de dados desse endereço eletrônico⁷. Contudo, quatro foram rejeitados porque o termo “hospitalidade” consta apenas na atuação de alguns de seus autores – Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da UAM ou Escola de Negócios e Hospitalidade da Faculdade de Desenvolvimento do Rio Grande do Sul (FADERGS) –, portanto, não se trata de textos sobre o tema em análise.

Ao todo, 10 artigos foram analisados com base nos seguintes critérios previamente estabelecidos com base na literatura (SOUZA; PIMENTEL FILHO; FARIA, 2008; BATTISTELLA; SCHUSTER; DIAS, 2012; ORTIZ; CORRÊA, 2016; SOUSA; TOMAZZONI, 2017): a) ano de cada publicação, b) abordagem da pesquisa (qualitativa, quantitativa ou mista), c) vínculo acadêmico à época da publicação, d) formação acadêmica dos autores à época da publicação, e) categoria temática do estudo e f) (des)continuidade de estudos dos autores sobre hospitalidade após a data de publicação do(s) artigo(s) aqui analisado(s). Os critérios referentes aos autores foram buscados na Plataforma Lattes e aquele relacionado à categorização do tema dos trabalhos foi baseada numa interpretação a partir das “Divisões Temáticas” e dos “Temas de Interesse” dos anais do EnANPAD e do aporte teórico das facetas da hospitalidade conforme Fedrizzi (2009). Essas últimas categorias temáticas obedeceram também ao critério de apresentarem um conteúdo homogêneo e serem, por fim, mutuamente excludentes (CARLOMAGNO; ROCHA, 2016).

⁷ Levantamento e análise realizados no website <http://www.anpad.org.br/home_eventos_at.php>, no período de 10 a 16 Abr 2021.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados estão divididos em duas partes. Primeiramente, são apresentadas as ocorrências dos artigos publicados nos anais dos eventos da ANPAD no período de 1997 a 2020, evidenciando quais edições (anos), instituições e formações acadêmicas foram contemplados.

Em seguida, os artigos são categorizados de acordo com os temas de seus objetos de estudo. Nesta parte, encontram-se as características, o entendimento de hospitalidade (ou o silenciamento de qualquer entendimento sobre esse fenômeno) e as possíveis contribuições de cada categoria temática para a intersecção dos estudos em hospitalidade e em Administração. Ao todo, chegou-se a sete categorias, quais sejam: Hotelaria e Serviços, Hotelaria e Inovação, Liderança em Empresas de Hospitalidade, Hotelaria e Estratégia, Restauração, Estado e Sociedade Civil, e *Stakeholders*.

5.1 A produção científica sobre hospitalidade em números

A discussão sobre hospitalidade nos eventos da ANPAD ainda possui pouca representatividade em termos numéricos (de artigos) e temporais (edições do evento). Entre as 24 edições anuais analisadas, foram encontrados somente trabalhos em oito, tendo sido nos anos de 2004, 2006, 2007, 2008, 2010, 2016, 2017 e 2019. O primeiro registro, em 2004, deu-se dois anos após a abertura do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da UAM e a publicação das duas primeiras obras organizadas sobre o tema da hospitalidade no Brasil (DIAS, 2002; DENCKER; BUENO, 2003). Os demais trabalhos surgiram nos anos subsequentes até 2010, com exceção de 2005 e 2009, quando nada foi publicado.

Os textos mais recentes apresentados no evento foram nos anos de 2016, 2017 e 2019, também num período próximo à abertura do doutorado em Hospitalidade, na UAM (2015). Esse marco temporal é relevante como resultado porque os autores que participaram do EnANPAD nesse período estavam, de alguma forma, vinculados às discussões do programa de pós-graduação supracitado. Por exemplo, o trabalho do pesquisador Davi Andrade, apresentado em 2016, circulou em discussões no doutorado em Hospitalidade. Os outros dois apresentados em 2017 e 2019 são signatários de professores e pesquisadores do mesmo programa.

Entre os 10 trabalhos analisados, sete são assinados em coautoria por pesquisadores seja com formação inicial (graduação) em Turismo e em Hotelaria, seja por docentes nas áreas de Turismo, Hotelaria e Hospitalidade, sobretudo na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), na Universidade Anhembi Morumbi (UAM) e na Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Isso indica que a maior parte das discussões propostas sobre hospitalidade no campo

da Administração, por meio do EnANPAD, são de profissionais com formação ou atuação direta na área de Turismo e afins, não diretamente no campo da Administração. Nota-se ainda que, por meio do currículo desses pesquisadores – Turismo e áreas afins –, houve continuidade com as pesquisas sobre hospitalidade para além do evento em análise, ao passo em que os demais lançaram mão apenas de uma publicação, como é o caso de Andrade (2004), Teixeira e Cunha (2008) e Klement (2010).

O Quadro 1 compila o ano de cada edição do evento, o número de artigos apresentados, o vínculo acadêmico e a formação acadêmica dos autores.

Quadro 1 – Produção científica sobre hospitalidade no EnANPAD

Ano	Artigos	Vínculo acadêmico dos autores	Formação acadêmica dos autores	
			Graduação	Pós-graduação
2004	1	Universidade Federal de Sergipe (UFS)	Administração (1)	Administração (1)
2006	3	Universidade Federal do Pernambuco (UFPE) Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	Nutrição (1) Ciências Sociais (1) Administração (1) Turismo (2)	Administração (4) Ciências da Comunicação (1)
2007	1	UFPE	Hotelaria (1) Administração (1)	Gestão da Qualidade em Serviços (1) Administração (1)
2008	1	Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR)	Engenharia de Computação (1) Administração (1)	Administração (2)
2010	1	Universidade Presbiteriana Mackenzie (Mackenzie)	Administração (1)	Administração (1)
2016	1	Universidade Federal do Maranhão (UFMA) Universidade de São Paulo (USP)	Turismo (1) Administração (1)	Desenvolvimento e Meio Ambiente (1) Administração (1)
2017	1	UAM	Engenharia Elétrica (1) Administração (2)	Administração (3)
2019	1	UAM	Administração (1) Turismo (1)	Administração (1) Ciências da Comunicação (1)

Fonte: dados da pesquisa (2021)

5.2 Categoria “Hotelaria e Serviços”

Nesta categoria, encontram-se os trabalhos de Andrade (2004), Durão, Barbosa, Teixeira e Farias (2006) e Durão, Mendonça e Barbosa (2006). A concepção de hospitalidade está reduzida ao sinônimo de hotelaria, como costuma descrever a abordagem norte-americana (CAMARGO, 2008). É comum, nesses três trabalhos, o fato de que apenas seus títulos mencionam o termo “hospitalidade” sem nenhuma reflexão teórica sobre o fenômeno em questão.

Entretanto, em Durão et al. (2006) e em Durão, Mendonça e Barbosa (2006), é apresentado o termo “encontro de serviços de hospitalidade”, emprestado dos estudos de Marketing de Serviços, mas sem nenhuma reflexão teórica sobre suas implicações ao objeto “hospitalidade”. Entretanto, mais recentemente, Moretti, Cruz e Silva (2015), Silva e Moretti (2017) e Moretti (2020) aportaram considerações epistemológicas para as bases que fundamentam esse conceito. Moretti (2020), por exemplo, avança com a proposta de um modelo integrado da experiência de consumo que une saberes de hospitalidade e do Marketing de Serviços, implicando diretamente as práticas gerenciais e operacionais de mercado. Logo, nota-se, aqui, o avanço teórico e prático do que Durão et al. (2006) e Durão, Mendonça e Barbosa (2006) iniciaram no EnANPAD, mas não estavam focados no estudo da hospitalidade, em si.

5.3 Categoria “Hotelaria e Inovação”

Aqui, enquadra-se somente o trabalho de Klement (2010), que busca compreender a inovação no setor hotelaria, mas ao mesmo tempo, reduz a hospitalidade a esse setor comercial, assim como já discutido na categoria anterior – “Hotelaria e Serviços”.

5.4 Categoria “Liderança em Empresas de Hospitalidade”

Esta categoria é formada pelo trabalho de Didier e Mendonça (2007). Trata-se de um ensaio teórico que, apesar de não apresentar o conceito nem teorias de hospitalidade que fundamentam o estudo, pontua as empresas de hospitalidade como hotéis, bares e restaurantes, vinculando-se, dessa forma, ao pensamento reducionista norte-americano (CAMARGO, 2008).

Assim como a categoria “Hotelaria e Serviços”, esse tipo de abordagem pode conduzir à interpretação de que a hospitalidade se reduz a um tipo de negócio. De fato, a hospitalidade está presente no espaço/domínio comercial, como já discutido por Lashley (2004) e por Camargo (2004), com a oferta de hospedagem, alimentação e entretenimento, por exemplo. Essas categorias, por sua vez, formam parte de um universo humano que implica o relacionamento entre pessoas: de um lado, quem acolhe; do outro, quem é acolhido, que é sempre o outro, podendo ser um estrangeiro, um desconhecido, um hóspede... Aqui cabem ainda as reflexões de Hemmington (2007) sobre a hospitalidade ser vista como um avanço do serviço à experiência, ou seja, como o próprio autor exemplifica, em vez “clientes”, a hospitalidade olha para “hóspedes”; em vez de “gerentes” ou “funcionários/colaboradores”, se está diante dos “anfitriões”. Em outras palavras, antes de um negócio, é um fenômeno humano.

5.5 Categoria “Hotelaria e Estratégia”

Andrade e Polo (2016) compõe esta categoria com a proposição de um modelo teórico para testes empíricos “das correlações entre hospitalidade, recurso estratégico e vantagem competitiva” (p. 14). Portanto, os autores acreditam que a hospitalidade pode ser um recurso estratégico na hotelaria (um dos espaços comerciais da hospitalidade).

5.6 Categoria “Restauração”

Nesta categoria, Alves, Stefanini e Silva (2017), tomando como recorte espacial os restaurantes, chamam a atenção para a necessidade de os estudos em hospitalidade despertarem para o entendimento de como a consciência ambiental pode afetar as relações entre as práticas sustentáveis, a imagem de sustentabilidade e o vínculo do restaurante com a lealdade do público com essa consciência.

5.7 Categoria “Estado e Sociedade Civil”

O artigo de Teixeira e Cunha (2008) forma parte desta categoria, com uma análise da interação entre os atores sociais (sociedade civil organizada) e o governo (Estado), lançando mão de elementos de tecnologias da informação e comunicação (TIC) para a prática da democracia de forma eletrônica (e-democracia). Essa análise foi mediada à luz da teoria da hospitalidade aplicada à relação “entre uma comunidade e uma tecnologia nova”, nas palavras dos autores (TEIXEIRA; CUNHA, 2008, p. 2).

Esta é uma abordagem diferente das demais discutidas neste levantamento bibliográfico dos anais do EnANPAD porque trata do domínio social, nos termos de Lashley (2004), ou público, nos termos de Camargo (2003). Isso remete à constatação de Oliveira e Rejowski (2013) sobre a hospitalidade ser analisada, em outras áreas do saber, em diferentes tipos de organização.

5.8 Categoria “Stakeholders”

Esta categoria é formada pelo trabalho de Barakat e Wada (2019), que busca fortalecer a teoria de *stakeholders* na área de estudos da hospitalidade. As autoras concluem que a literatura mostra “a importância dessas relações para a competitividade organizacional, a melhoria dos serviços, a cocriação de valor e outras ações estratégicas”, mas que a aplicação dessa teoria ainda é limitada no campo da hospitalidade.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este artigo, que partiu da proposição de que a hospitalidade ainda não tem sido um objeto amplamente discutido por pesquisadores em Administração no Brasil, recorreu aos artigos publicados nos anais do EnANPAD, no período de 1997 a 2020. Com base nos 10 artigos encontrados, apontam-se algumas considerações finais:

a) A maioria dos pesquisadores que já discutiram a hospitalidade no encontro da ANPAD possuem formação inicial ou atuação direta em turismo. Além disso, são os únicos que deram continuidade ao estudo do tema após sua participação nas edições do evento em questão;

b) O estudo da hospitalidade é possui pouca representatividade nas discussões da Administração e é marcado por descontinuidades nas datas espaçadas entre as edições do evento analisado;

c) Os estudos das categorias “Hotelaria e Serviços”, “Hotelaria e Inovação” e “Liderança em Empresas de Hospitalidade” projetam uma visão reducionista da hospitalidade, sendo sinônimo somente de “hotelaria” ou de outras empresas que proveem alimentação e entretenimento, como bares e restaurantes. Isso evidencia um silenciamento sobre a hospitalidade enquanto fenômeno humano, para além de um tipo de negócio;

d) A hospitalidade, enquanto objeto de estudo, pode contribuir com a ciência da Administração por meio de um olhar humanizado para as relações entre pessoas – quem acolhe e quem é acolhido com todas as subjetividades aqui implicadas. Da mesma forma, a Administração pode contribuir com teorias como aquelas vinculadas ao Marketing de Serviços e à gestão de *stakeholders*, como tem sido feito nos últimos anos. Assim, ambas as áreas podem se beneficiar mutuamente com olhares interdisciplinares.

Portanto, o artigo cumpre seu objetivo com a análise da inserção do objeto hospitalidade nas publicações da EnANPAD, identificando a formação e a filiação acadêmica de seus pesquisadores, os temas investigados e as contribuições (e visões reducionistas) teóricas e aplicadas ao estudo da hospitalidade para a ciência da Administração e vice-versa.

Como todo estudo científico trabalha com limitações espaciais e temporais, acredita-se que aqui se encontra uma visão parcial da hospitalidade enquanto objeto de estudo da Administração. Isso quer dizer que outras fontes de dados, sejam de outros eventos nacionais sejam de periódicos de Administração, podem contribuir com novos olhares e, quiçá, uma amostra maior para análise.

REFERÊNCIAS

- ALVES, C. A.; STEFANINI, C. J.; SILVA, L. A. da. High and low green conscientious in restaurants: a multi-group analysis using PLS. In: Encontro Anual da ANPAD, 2017, São Paulo – SP. **Anais...** São Paulo, 2017, p. 1-16.
- ANDRADE, V. M. de. Gerenciamento de impressões em serviços de hospitalidade: investigando o Servicescape em hotéis com base na metáfora teatral. In: Encontro Anual da ANPAD, 2004, Curitiba – PR. **Anais...** Curitiba, 2004, p. 1-15.
- ANDRADE, M. A. M. de; JOAQUIM, N. de F.; GOSLING, M. Metodologias de análise de imagem no marketing: um estudo bibliométrico dos anais do EnANPAD. **Teoria e Prática em Administração (TPA)**, v. 4, n. 1, p. 180-200, 2014.
- ANDRADE, D. A. da C.; POLO, E. F. Hospitalidade como recurso estratégico na hotelaria: proposição de um modelo conceitual. In: Encontro Anual da ANPAD, 2004, Costa do Sauípe – BA. **Anais...** Costa do Sauípe, 2016, p. 1-18.
- BAPTISTA, I. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, C. M. (Org.). **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2002, p. 157-164.
- BARAKAT, S.; WADA, E. K. A hospitalidade sob a ótica da teoria dos stakeholders: uma proposta de fundamentação. In: Encontro Anual da ANPAD, 2019, São Paulo – SP. **Anais...** São Paulo, 2006.
- BARAKAT, S.; WADA, E. K. Stakeholder theory in the hospitality field: Insights drawn from a systematic literature review. **Hospitality & Society**, v. 11, p. 1-25, 2021.
- BASTOS, S.; REJOWSKI, M. Pesquisa científica em hospitalidade: desafios em busca de uma configuração teórica. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 132 - 159, mai. 2015.
- BATTISTELLA, L. F.; SCHUSTER, M. da S.; DIAS, V. da V. Análise da evolução das publicações do tema justiça organizacional no Brasil: um estudo bibliométrico nos eventos da ANPAD e do SemeAD. **Estudos do ISCA**, Série IV, n. 4, p. 1-17, 2012.
- BROTHERTON, B.; WOOD, R. C. Hospitalidade e administração da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Org.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole, 2004, p. 191-221.
- CAMARGO, L. O. L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A.; BUENO, M. S. (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson Learning, 2003, p. 7-28.
- CAMARGO, L. O. de L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CAMARGO, L. O. de L. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul.- dez. 2008.

CAMARGO, L. O. L.; CAVENAGHI, A. J. ; PEREIRA, D. C. ; WADA, E.K. Os fãs do SESC em São Paulo: um estudo sobre hospitalidade e acolhimento. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 12, n. 2, p. 46–64, maio/ago. 2018.

CARLOMAGNO, M. C.; ROCHA, L. C. da. Como criar e classificar categorias para fazer análise de conteúdo: uma questão metodológica. **Revista Eletrônica de Ciência Política**, v. 17, n. 1, p. 173-188, 2016.

CLOSS, L. Q.; ARAMBURU, J. V.; ANTUNES, E. di D. Produção científica sobre o ensino em administração: uma avaliação envolvendo o enfoque do paradigma da complexidade. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**, v. 7, n. 2, p. 150-169, mai.-ago., 2009.

DAVEL, E.; ALCADIPANI, R. Estudos críticos em administração: a produção científica brasileira nos anos 1990. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 43, n. 4, p. 72-85, dez., 2003.

DENCKER, A. de F. M.; BUENO, M. S (orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

DIAS, C. M. M. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. São Paulo: Manole, 2002.

DURÃO, A. F.; BARBOSA, M. de L. de A.; TEIXEIRA, A. K.; FARIAS, S. A. de. Gerenciamento de impressões em encontros de serviços de hospitalidade contribui para a qualidade percebida? In: Encontro Anual da ANPAD, 2006, Rio de Janeiro – RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, 2006, p. 1-17.

DURÃO, A. F.; MENDONÇA, J. R. C. de; BARBOSA, M. de L. de A. Encontros de serviços de hospitalidade: o gerenciamento de impressões de funcionários de linha de frente e a satisfação do hóspede em foco. In: Encontro Anual da ANPAD, 2006, Salvador – BA. **Anais...** Salvador, 2006, p. 1-16.

FEDRIZZI, V. L. F. Facetas da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. VI, n. 2, p. 96-114, jul.- dez. 2009.

GOTMAN, A. **Le sens de l'hospitalité: essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre**. Paris: Presses Universitaires de Frances, 2001.

HEMMINGTON, N. From service to experience: understanding and defining the hospitality business. **The Service Industries Journal**, v. 27, n. 6, p. 747-755, 2007.

KLEMENT, C. F. F. Serviços em hotelaria: estudo de casos sobre inovação em hospitalidade. In: Encontro Anual da ANPAD, 2010, Rio de Janeiro – RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, 2010, p. 1-17.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004, p. 1-24.

LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 70-92, mai. 2015.

LORDSLEEM, N. L. C.; ARAÚJO, R. M. de; OLIVEIRA, B. M. K. de; ALEXANDRE, M. L. de O. Ensino e pesquisa em administração: um estudo bibliométrico de publicações do EnANPAD (2001-2008). **Rev. Ciênc. Admin.**, Fortaleza, v. 15, n. 2, p. 334-355, jul./dez. 2009.

MIRANDA, A. L.; ZOUAIN, D. M. A aproximação entre o estudo do turismo e a ciência da administração a luz do modelo Tedqual: caso São Luís. **Turismo - Visão e Ação**, v. 10, n. 1, p. 113-132, 2008.

MONTANDON, A. Hospitalidade ontem e hoje. In: DENCKER, A. F. M.; BUENO, M. S. (Orgs.). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003, p. 131-143.

MONTANDON, A. Espelhos da hospitalidade. In: MONTANDON, A. (Org.). **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. Trad. Marcos Bagno e Lea Zylberlicht. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011, p. 31-37.

MONTEIRO, J. E. R.; SILVA, G. I. S. da; PETER, M. da G. A.; MACHADO, M. V. V. Ética e contabilidade: estudo bibliométrico das publicações dos anais do EnANPAD na primeira década do século XXI. In: Seminários em Administração SemeAD, XIV, 2011, São Paulo – SP. **Anais...** São Paulo, 2011, p. 1-15.

MORAES, C. A.; MOI, P. C. P. 40 anos de produção científica em Administração: Mapeamento e sistematização do conhecimento. **Revista Estudos e Pesquisas em Administração**, v. 4, n. 3, set.-dez., 2020.

MORETTI, S. L. A.; CRUZ, M. C.; SILVA, C. C. B. A hospitalidade e experiência de consumo no encontro de serviços: contribuições de um estudo bibliométrico em bases de dados nacionais e internacionais no período de 1982-2014. In: XII Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2015, Natal - RN/Brasil. **Anais...** São Paulo: Educus, 2015.

MORETTI, S. L. A. Hospitalidade, hospitabilidade e encontros de serviços: proposta preliminar de um modelo integrado da experiência de consumo. In: MORETTI, S. L. A. **Hospitalidade e encontro de serviços: pesquisas sobre a experiência de consumo**. Curitiba: Editora Artemis, 2020, p. 1-16.

OLIVEIRA, A. R. de; REJOWSKI, M. Hospitalidade nas organizações: produção científica como indicador de um novo segmento de mercado em ascensão. **TURyDES – Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local**, v. 6, n. 15, p. 1-13, dez., 2013.

ORTIZ, F. A.; CORRÊA, C. H. W. Tecnologías de la información y comunicación en el turismo. Análisis de la producción académica en revistas brasileñas. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 25, n. 3, p. 304-318, 2016.

ROCHA, D. T. da; REIS, J. A. F. dos; SOUZA, A.; CRUZ, J. A. W.; TRACZ, L. Gestão de custos: um estudo bibliométrico e sociométrico da produção científica do EnANPAD 1997-2008. In: Congresso Brasileiro de Custos, XVII, 2010, Belo Horizonte - MG. **Anais...** Belo Horizonte, 2010, p. 1-16.

SILVA, C. C. B.; MORETTI, S. L. A. Hospitalidade, valores organizacionais e hospitalidade: criação de experiências positivas no encontro de serviços. In: XIV ANPTUR, 2017, Balneário Camboriú - SC. **Anais...** Balneário Camboriú, 2017.

SOUSA, E. do N.; TOMAZZONI, E. L. El análisis de contenido em las investigaciones turísticas em Brasil: ¿qué muestran las revistas brasileñas de turismo? **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 26, n. 1, p. 42 – 61, 2017.

SOUZA, M. J. B. de; PIMENTEL FILHO, G.; FARIA, S. de. Contribuições para a construção do conhecimento científico em turismo: uma análise bibliométrica dos artigos publicados no EnANPAD entre 1997 e 2006. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. 13, n. 26, 57-70, 2º sem. 2008.

TEIXEIRA, J. B.; CUNHA, M. A. V. C. da. Relação entre sociedade organizada e governo através de infocentros sob a luz da teoria da hospitalidade: estudo de caso. In: Encontro Anual da ANPAD, 2008, Rio de Janeiro – RJ. **Anais...** Rio de Janeiro, 2008, p. 1-16.