UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE HOTELARIA E TURISMO
CURSO DE HOTELARIA

AMANDA MARIA MAGALHÃES DE ALMEIDA

ACOLHENDO A FINITUDE: A presença da Hospitalidade e da Filosofia Death Positive na prática das prestadoras de serviços funerários

Recife
2024

AMANDA MARIA MAGALHÃES DE ALMEIDA

ACOLHENDO A FINITUDE: A presença da Hospitalidade e da Filosofia Death Positive na prática das prestadoras de serviços funerários

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Orientador (a): Mateus Vitor Tadioto

Recife

2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Almeida, Amanda Maria Magalhães.
ACOLHENDO A FINITUDE: A presença da Hospitalidade e da Filosofia Death Positive na prática das prestadoras de serviços funerários / Amanda Maria Magalhães Almeida. - Recife, 2024.
33p

Orientador(a): Mateus Vitor Tadioto
(Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, , 2024.
Inclui referências.

1. Hospitalidade. 2. movimento Death Positive. 3. Acolhimento. 4. Serviços Funerários. I. Tadioto, Mateus Vitor. (Orientação). II. Título.

300 CDD (22.ed.)

AMANDA MARIA MAGALHÃES DE ALMEIDA

ACOLHENDO A FINITUDE: A presença da Hospitalidade e do Movimento Death Positive na prática das prestadoras de serviços funerários

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Hotelaria da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Hotelaria.

Aprovado em: 18/10/2024

Com a nota: 10

BANCA EXAMINADORA

Documento assinado digitalmente
gov.br
MATEUS VITOR TADIOTO
Data: 22/10/2024 13:36:38-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

_____

Prof. Dr. Mateus Vitor Tadioto (Orientador)

Universidade Federal de Pernambuco

Documento assinado digitalmente
gov.br
ISABELA ANDRADE DE LIMA MORAIS
Data: 22/10/2024 14:49:28-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

_____

Profa. Dra. Isabela Andrade de Lima Morais (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Documento assinado digitalmente
gov.br
IRANEIDE PEREIRA DA SILVA
Data: 22/10/2024 17:13:55-0300
Verifique em https://validar.iti.gov.br

_____

Profa. Dra. Iraneide Pereira da Silva (Examinador Externo)

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco

Dedico a todos aqueles que partiram e se encontraram com a Deusa na Terra do Verão. Até nos encontrarmos novamente.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos/todas/todes que acompanharam essa minha jornada, em especial meus pais que aguentaram eu trazendo fatos sobre a morte na hora das refeições e nos momentos mais aleatórios do dia, meu namorado que não me julgou como estranha por querer fazer algo assim e nem quis correr para as colinas, meu cachorro por me aguentar abraçando ele quando estava estressada até me sentir melhor, ao meu orientador Mateus por topar essa empreitada com a pessoa que vós fala e a minha banca maravilhosa composta por Iraneide e Isabela que toparam ler sobre algo que pouca gente fala e me avaliar em mais essa etapa na minha vida.

Também quero agradecer as funerárias entrevistadas por serem meu objeto de estudo e terem me acolhido tão bem durante o período de pesquisa. Agradeço, mais uma vez, a Deusa por permitir que eu estivesse aqui, vencendo mais essa etapa na minha vida.

Cumpriu sua sentença. Encontrou-se com o único mal irremediável, aquilo que é a marca do nosso estranho destino sobre a terra, aquele fato sem explicação que iguala tudo o que é vivo num só rebanho de condenados, porque tudo o que é vivo, morre.
(SUASSUNA, 1975)

RESUMO

O artigo investiga a intersecção entre a hospitalidade e a filosofia do Movimento Death Positive (MDP) nas práticas de empresas funerárias. Por meio de pesquisas empíricas e entrevistas semiestruturadas com dois gestores de funerárias, um localizado na capital e outro no interior de Pernambuco, foram identificados aspectos da hospitalidade comercial e doméstica que permeiam os serviços oferecidos. As entrevistas revelaram que, apesar de não utilizarem a nomenclatura do MDP, os gestores incorporam práticas de acolhimento que visam proporcionar um suporte emocional significativo aos enlutados. Essas práticas refletem não apenas um diferencial competitivo no mercado, mas também um compromisso genuíno com o bem-estar dos clientes em momentos de luto. O estudo destaca que a hospitalidade, entendida como um elo entre prestadores de serviços e clientes, pode contribuir para uma percepção mais positiva da morte. O artigo ainda sugere a necessidade de aprofundar as pesquisas nessa área, enfatizando a relevância da hospitalidade na dinâmica dos serviços funerários, promovendo uma discussão sobre o acolhimento nos rituais de despedida e seu impacto na experiência do luto.

Palavras-chave: Hospitalidade, movimento Death Positive, acolhimento, serviços funerários.

ABSTRACT

The article investigates the intersection between hospitality and the philosophy of the Death Positive Movement (DPM) in the practices of funeral companies. Through empirical research and semi-structured interviews with two funeral home managers, one located in the capital and the other in the interior of Pernambuco, aspects of commercial and domestic hospitality that permeate the services offered were identified. The interviews revealed that, despite not using the MDP nomenclature, the managers incorporate hospitality practices that aim to provide significant emotional support to the bereaved. These practices reflect not only a competitive edge in the market, but also a genuine commitment to the well-being of customers in times of bereavement. The study highlights that hospitality, understood as a link between service providers and customers, can contribute to a more positive perception of death. The article also suggests the need for further research in this area, emphasizing the relevance of hospitality in the dynamics of funeral services, promoting a discussion about hospitality in farewell rituals and its impact on the experience of bereavement.

Keywords: Hospitality, Death Positive movement, care, funeral services.

RESUMEN

El artículo investiga la intersección entre la hospitalidad y la filosofía del Movimiento Death Positive (MDP) en las prácticas de las funerarias. A través de una investigación empírica y de entrevistas semiestructuradas con dos gestores de funerarias, uno ubicado en la capital y otro en el interior de Pernambuco, se identificaron aspectos de la hospitalidad comercial y doméstica que impregnan los servicios ofrecidos. Las entrevistas revelaron que, a pesar de no utilizar la nomenclatura MDP, los gestores incorporan prácticas de hospitalidad que tienen como objetivo proporcionar un apoyo emocional significativo a los deudos. Estas prácticas reflejan no sólo una ventaja competitiva en el mercado, sino también un auténtico compromiso con el bienestar de los clientes en momentos de duelo. El estudio subraya que la hospitalidad, entendida como vínculo entre proveedores de servicios y clientes, puede contribuir a una percepción más positiva de la muerte. El artículo también sugiere la necesidad de seguir investigando en este ámbito, destacando la relevancia de la hospitalidad en la dinámica de los servicios funerarios, promoviendo un debate sobre la hospitalidad en los rituales de despedida y su impacto en la experiencia del duelo.

Palabras clave: Hospitalidad, movimiento Death Positive, acogida, servicios funerarios.

SUMÁRIO

1	**INTRODUÇÃO**	**11**
2	**REFERENCIAL TEÓRICO**	**13**
3	**PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**	**20**
4	**ANÁLISE DE DADOS**	21
4.1	SINALIZADORES DO DOMÍNIO COMERCIAL DA HOSPITALIDADE	21
4.2	SINALIZADORES DO DOMÍNIO DOMÉSTICO DA HOSPITALIDADE	26
5	**CONSIDERAÇÕES FINAIS**	**29**
	REFERÊNCIAS	**31**

1 INTRODUÇÃO

Airès (2012), explica como o tema da morte sempre esteve presente durante a história da humanidade, ocupando um espaço significativo nos rituais sociais. Porém, ainda de acordo com o autor, esses rituais nem sempre foram os mesmos:

> [...] há mais ou menos um terço de século, assistimos a uma revolução brutal das ideias e dos sentimentos tradicionais. [...] Na realidade, trata-se de um fenômeno absolutamente inaudito. A morte, tão presente no passado, de tão familiar, vai se apagar e desaparecer. Torna-se vergonhosa e objeto de interdição (Airès, 2012, p. 84).

Num contexto contemporâneo, surgem também movimentos que buscam retomar o caráter natural da morte, abordando-a como algo inerente à existência, como é o caso do Movimento *Death Positive* (MDP), cujo objetivo é criar um ambiente mais propício para a aceitação da morte e do luto como algo natural, reduzindo assim o tabu em torno da finitude humana.

Esses processos constantes de ressignificação da morte conduzem também a uma realidade contemporânea onde os ritos fúnebres assumem um caráter comercial de prestação de serviços diversos, que abarcam desde os serviços funerários mais tradicionais (de recepção, preparo e sepultamento do corpo), até a organização de rituais mais sofisticados, conduzidos através de cerimoniais elaborados.

Em qualquer contexto, no entanto, permanece a compreensão de que o trato com aqueles que perderam seu ente querido requer sensibilidade e uma postura acolhedora frente às suas demandas. É pelo reconhecimento dessa necessidade de acolhimento que surge a possibilidade de se pensar na hospitalidade como um aspecto que contribui com uma visão menos negativa a respeito da morte.

A partir desse raciocínio é que se delineia o objetivo do presente estudo: analisar em que medida ações de hospitalidade praticadas por empresas prestadoras de serviços funerários podem contribuir com o estabelecimento de uma postura mais positiva perante a morte.

Para responder a esse objetivo, foram entrevistadas duas empresas que prestam serviços funerários, uma localizada em Recife e outra em Serra Talhada (ambas cidades no estado de Pernambuco). As entrevistas, analisadas a partir dos procedimentos de análise temática de conteúdo (Bardin, 1977), foram articuladas

aos sinalizadores de hospitalidade comercial e doméstica expressas de modo implícito na prática dos prestadores de serviços funerários. A partir desse processo analítico, foi possível identificar que, apesar de não estarem ligados explicitamente com o Movimento *Death Positive* (MDP), as práticas hospitaleiras refletem princípios preconizados pelo Movimento, contribuindo para a diminuição do tabu em volta do morrer e da morte.

Ao pontuar tais sinalizadores, o presente trabalho abre a possibilidade de se pensar os horizontes e limites da hospitalidade no trato com a morte e o luto, bem como pode auxiliar na discussão sobre a inserção e importância dos profissionais da hotelaria nesse ramo.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

De acordo com Quadros (2011), o conceito mais difundido de hospitalidade na indústria do turismo é aquele atrelado aos serviços de hotelaria e *catering*. Num âmbito mais abrangente, que não se restringe apenas ao turismo, a hospitalidade também é encarada como um termo mais complexo e carregado de ambiguidades:

> [...] Um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não verbais ou de conteúdos verbais, que constituem fórmulas virtuais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final, são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano. (Camargo, 2004, p. 31).

Desse modo, não é possível definir um conceito claro para a hospitalidade, entretanto, pode-se afirmar que se trata de algo que vai além dos limites da prestação de serviços turísticos, passando por domínios distintos e assumindo diferentes formas de manifestação. De acordo com Camargo (2015, p. 43), inclusive, a hospitalidade se relaciona a uma dinâmica entre tempos "[...] (recepção, a hospedagem, a alimentação, tendo o cuidado de acrescentar o entretenimento) e espaços doméstico, público e comercial [...]".

No que diz respeito a este trabalho, interessa observar o espaço – ou domínio – onde a hospitalidade se materializa como fenômeno. Assim, recorre-se à caracterização dos espaços mencionados.

A Hospitalidade Doméstica: A hospitalidade doméstica está expressa em uma série de regras sociais aprendidas durante a convivência com a sociedade no qual a pessoa está inserida, Bourdieu (1996) chama essas regras de *habitus*, que é um arquétipo que aprendemos ao longo da nossa convivência social e que não estão escritas em nenhum lugar, mas são passadas de geração em geração e, caso não cumpridas, a pessoa é taxada como alguém hostil. Sendo assim, essas ditas leis da hospitalidade ajudam a regular as relações sociais.

Atitudes como saudar as pessoas, agradecer, manter uma postura acolhedora estão intrinsecamente ligadas a uma concepção mais subjetiva do quê significa o acolhimento, dessa necessidade de estreitar e aquecer as relações pessoais. Essas atitudes também são tidas como uma boa educação doméstica.

A Hospitalidade Pública: Se relaciona com as formas de acolhimento numa perspectiva pública e coletiva. Ela se manifesta na forma como as cidades se

organizam para receber seus moradores e visitantes, com prestação de informações, organização das paisagens, formas de acessibilidade, etc. (Grinover, 2006).

A Hospitalidade Comercial: Também chamada de hospitalidade ensaiada pressupõe que a relação anfitrião-hóspede não se torne profunda, sendo interpessoal, anônima e formal.

> A utilização comercial do termo indica, em todo caso, como a hospitalidade permanece uma marca, uma perspectiva e um horizonte para uma interação bem sucedida [*sic*] entre os homens, quer sejam clientes, amigos ou simplesmente estrangeiros com a mão estendida (Montandon, 2002, p. 142).

Segundo Lashley e Morrison (2004) o mercado entende que a hospitalidade é uma prestação de serviços vinculada ao fornecimento de instalações, mantendo certa distância das regras e princípios da hospitalidade, como ato de fortalecer laços sociais. Para Quadros (2011), o domínio comercial da hospitalidade está relacionado ao estabelecimento de uma série de comportamentos e atitudes preestabelecidas. A prática da hospitalidade comercial "[...] está baseada na percepção do que significa excelência em serviços para o cliente e na motivação para a interação social e troca simbólica por parte do prestador de serviços". (Quadros, 2011, p. 51).

É nesse sentido de algo que pode ser aprendido e organizado sobre a forma de atendimento de excelência que a hospitalidade comercial será pensada como um tipo ensaiado de hospitalidade. Ademais, o entendimento comercial acerca desse domínio da hospitalidade está atrelado à precificação, ou seja, não é um atendimento que se faz de modo espontâneo, mas sim porque faz parte do pacote de serviços que são contratados (Carvalho, 2015).

O reconhecimento do caráter comercial da hospitalidade permite pontuar que seu estabelecimento pode ser aproximado tanto aos espaços aos quais está tradicionalmente atrelada, como a hospedagem e alimentação, quanto em ambientes menos óbvios que tenham o atendimento ao público como atividade principal.

Assim, ao considerar que empreendimentos funerários fazem parte do setor de serviços, tem-se a possibilidade de observar as práticas de acolhimento desenvolvidas por estas empresas também sob o viés da hospitalidade comercial.

O mercado, aliás, já tem se atentado a essa possibilidade, como no caso dos cursos de Coordenação de Eventos Funerários (oferecido pelo Senac São Paulo) e de Cerimonialista Fúnebre (promovido pela Faculdade *Eleven*). Além disso, já surgem empresas especializadas no atendimento a cerimônias funerárias, como por exemplo a Anjos da Hospitalidade, empresa sediada em São Paulo que oferece uma assessoria diferenciada para eventos funerários, como missas, cultos, cerimônias de despedida das cinzas e leituras de testamento.

Em entrevista, uma das sócias da empresa Anjos da Hospitalidade explica o que levou à criação do negócio:

> A fragilidade que vem com a morte, muitas vezes, abala tanto os que ficam, que os impossibilitam de tomar providências cruciais para que esse momento não seja ainda mais difícil, a emoção está à flor da pele [...] E para isso estamos aqui, prestando um serviço de muita compaixão e colaboração para que toda a família, realmente, consiga despedir-se plenamente daquele que lhe foi tão estimado (Diário do Turismo, 2017).

O estado emocional resultante da perda de um ente querido, no entanto, não segue um padrão preestabelecido, uma vez que a vivência do luto se constitui em um processo bastante particular.

Freud em seu ensaio Sobre a Transitoriedade diz:

> O luto pela perda de algo que amamos ou admiramos se afigura tão natural ao leigo, que ele o considera evidente por si mesmo. Para os psicólogos, porém, o luto constitui um grande enigma, um daqueles fenômenos que por si sós não podem ser explicados, mas a partir dos quais podem ser rastreadas outras obscuridades. [...]. Mas permanece um mistério para nós o motivo pelo qual esse desligamento da libido de seus objetos deve constituir um processo tão penoso, até agora não fomos capazes de formular qualquer hipótese para explicá-lo. Vemos apenas que a libido se apega a seus objetos e não renuncia àqueles que se perderam, mesmo quando um substituto se acha bem à mão. Assim é o luto (Freud, 1916, p. 2).

Segundo Almeida (2024), luto não se configura apenas como a morte de um ente querido e sim como o rompimento de algum vínculo de grande importância para a pessoa, isso abrange um todo, seja a perda de um emprego, rompimento de um relacionamento. É quando a pessoa se encontra em um estado vulnerável e necessita de mais acolhimento e apoio, seja ele prestado por profissionais ou por pessoas próximas.

Nesse sentido e num contexto específico da prestação de serviços funerários, pode-se inferir que, ainda que haja a possibilidade da criação de um roteiro claro de atendimento que objetive uma experiência de qualidade, o estado emocional dos clientes desse tipo de serviço requer competências que iriam além do pré-definido, abrindo-se assim, espaço para um aspecto mais sensível e subjetivo do acolhimento, que estaria próximo da hospitalidade doméstica.

A relação da hospitalidade doméstica com os serviços funerários, no entanto, esbarra na problemática do trato com a morte ainda como um tabu na contemporaneidade. Sobre isso, Ariès (2012) discorre como a morte passou de um grande espetáculo aceitável para um tabu nos dias de hoje. O filósofo aponta a repressão de fortes emoções em prol da "sociedade da felicidade" e da mudança de visão da sociedade vitoriana para a industrial, como um dos fatores da morte ser tratada a portas fechadas e longe dos olhos de todos.

Mesmo com o aspecto comercial da morte, apontado também por Ariès (2012), existe uma vontade/necessidade de fazer com que a pessoa enlutada siga a sua vida o mais rápido possível, segundo ele "[...] O luto não é mais um tempo necessário e cujo respeito a sociedade impõe: tornou-se um estado mórbido que deve ser tratado, abreviado e apagado" (Ariès, 2012, pg 94).

É nesse contexto de cuidado e desmistificação da morte e do luto que se organiza o movimento *Death Positive* (MDP), antes conhecido como *Death Awareness* (Consciência da Morte) ou *Death Acceptance* (Aceitação da Morte) (Order of Good Death, 2024). A iniciativa surgiu nos Estados Unidos, como uma alternativa para a criação de um ambiente mais propício para a aceitação da morte e do luto como algo natural, além de levar conhecimento para assim diminuir o medo em torno dela. Em 2011, esse movimento ganhou notoriedade após um *tweet* da agente funerária, *youtuber* e escritora Caitlin Doughty questionando o fato de existirem vários sites e discussões sobre ser positivo em relação ao corpo, mas não sobre ser positivo em relação à morte (Gooden, 2020).

Porém, esse movimento não é algo tão recente. Já era possível encontrar um "embrião" dele nas décadas de 1970 e 1980. Influenciado pelo Movimento de Cuidados Paliativos no Reino Unido, pela legislação que assegurava as pessoas de não receber cuidados médicos indesejados para a manutenção da vida e pela epidemia da *AIDS*, com a não demonização dos portadores, o MDP já começava a ganhar força, porém ainda sem esse nome (Order of Good Death, 2024).

Ainda segundo Order of Good Death (2024) já na década de 1990, ocorreu a popularização dos chamados enterros verdes onde não se tem cimento ou concreto, apenas uma cova na terra, e o movimento dos funerais em casa, que haviam sido “esquecidos” por conta da indústria funerária e suas regras. O MDP como é conhecido hoje começa a ser observado na década de 2010, com a criação dos *Death Cafés,* e o início das pesquisas sobre compostagem humana (Redução Orgânica Natural), além da ressignificação dos cemitérios como um lugar cultural da comunidade.

Atualmente, e de uma forma simplificada, o MDP se estrutura como um movimento que objetiva fazer da morte uma parte comum da conversação sobre vida, orientado para isso, o site Order Of Good Death lista 8 princípios para realizar isso e algumas pequenas contextualizações.

1. Tratar a morte a portas fechadas é prejudicial: Ser secretivo em relação à morte aumenta as chances das pessoas serem exploradas pela indústria funerária e acaba aumentando o tabu e medo em relação ao morrer;
2. A cultura do silêncio precisa ser quebrada: Ao removermos a morte do nosso dia-a-dia, acabamos colocando esse fato como algo que só existe com o outro e não conosco. Precisa-se conversar sobre a morte de maneira mais livre e leve para fazer com que se compreenda o que irá ocorrer;
3. Falar sobre a morte não é mórbido: Ao contrário do que muitos acreditam, falar da morte não é algo mórbido, apesar dessa palavra sempre estar ligada a conotação negativa de algo. Para aumentar essa conversa, os *Death Cafés* foram criados e mantêm reuniões onde seus participantes conversam sobre vários temas que permeiam a morte e o morrer.
4. Cuidar dos mortos não é perigoso: Manusear, abraçar e beijar pessoas mortas não é algo perigoso, porém é necessário o cuidado no manejo caso a pessoa tenha falecido de doenças como *AIDS* ou tuberculose.
5. As leis devem honrar o desejo da pessoa morta: Nesse caso, tanto as leis, propriamente ditas, como as leis sociais devem assegurar que a pessoa morta seja representada na morte como ela se apresentava em vida. Isso implica em utilização de nome social para pessoas trans e travestis, respeito pelos últimos desejos e não ter alguma imposição religiosa (caso a pessoa tenha expressado alguma crença ou não).

6. Morte e sustentabilidade: Viver já causa bastante impacto no meio ambiente e, devemos tentar diminuir o número de toxinas e danos causados por ritos funerários por conta de embalsamamento e outras técnicas, sempre tentando diminuir ao máximo a utilização de recursos.
7. Empoderar o planejamento mortuário por meio da conversa: Planejar os desejos para o final da vida antes que isso aconteça é de suma importância, tanto para que os desejos sejam atendidos pelas leis como para gerar um diálogo aberto sobre os medos e vontades da pessoa que está morrendo, ajudando a família ou entes a honrar os compromissos firmados.
8. Promoção inspira mudança: Quando se começa a promover uma ideia, já começa a mudança de atitudes, com o MDP acontece algo parecido. Com a divulgação dele as pessoas irão mudando suas atitudes e ideias sobre a morte e morrer.

Ainda que os princípios do MDP remetam a um processo mais duradouro de educação para lidar com a morte, há que se considerar que as prestadoras de serviços funerários possuem um papel importante nessa relação, afinal, elas são o principal recurso para viabilizar a despedida de um ente falecido. No setor funerário, o acolhimento se torna algo relevante, já que se trata de uma atividade que mexe com pessoas no seu momento mais vulnerável. Uma palavra errada ou um gesto não pensado pode se transformar em dor para as pessoas que estão contratando o serviço.

No mesmo sentido, durante os ritos fúnebres, uma série de procedimentos precisa ser cumprida para poder desenvolver essa qualidade de serviço prestado, onde a empatia, respeito, acolhimento e hospitalidade se fazem presentes e de máxima importância para com o cliente.

> Esta decisão pode ser difícil, principalmente num momento de luto, as pessoas encontram-se num estado de dor e emocionalmente fragilizadas. Neste sentido, verifica-se por parte dos prestadores de serviços funerários que os clientes podem estar com pouca capacidade de organização racional lógica, e seus familiares necessitam de apoio e compreensão no que diz respeito à estruturação do funeral e de todos os rituais associados conforme cada família. (Caputo, 2008, p. 73-80)

Considera-se então que o profissional que atende os entes enlutados deve estar treinado para acolher de maneira empática, mas sempre mantendo uma

distância, tendo em vista que os clientes precisam de empatia e acolhimento, mesmo que estes estejam ligados a uma transação comercial. Na mesma medida, busca-se do profissional que tenha sensibilidade para lidar com as demandas mais subjetivas nesse momento de perda.

Logo, a hospitalidade a ser desenvolvida pelos serviços funerários não deveria se limitar apenas ao domínio comercial, mas também se pautar na compreensão das necessidades de acolhimento que escapam do caráter formal e mercadológico desse domínio. Cabe pontuar então se esses encontros entre o aspecto ensaiado e o aspecto subjetivo da hospitalidade acontecem na prática e se essa dinâmica poderia indicar horizontes para uma abordagem menos negativa da morte e do luto.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente estudo caracteriza-se como uma pesquisa qualitativa, “Segundo esta perspectiva, um fenômeno pode ser melhor compreendido no contexto em que ocorre e do qual é parte, devendo ser analisado numa perspectiva integrada” (Godoy, 1995, p. 21). Quanto aos procedimentos, foram adotadas técnicas de pesquisa bibliográfica e documental, conforme orientado por Gil (2008).

A etapa de campo da pesquisa foi realizada a partir da aplicação de uma entrevista semiestruturada, realizada com gestores de duas empresas que prestam serviços funerários, que contemplam, atividades como a venda de urnas funerárias (caixões e urnas de cremação) e outros serviços inclusos (flores, local para velório, etc.), além de planos funerários. As entrevistas foram realizadas no mês março de 2024, nas modalidades online e presencial.

As duas empresas foram escolhidas intencionalmente, com o objetivo de identificar se haveria alguma distinção entre organizações do setor que operam no interior do estado de Pernambuco em relação àquelas que atuam em Recife e região metropolitana.

As entrevistas foram transcritas e analisadas a partir das técnicas de análise de conteúdo temática (Bardin, 1977). Nesse sentido, foram definidas duas categorias fundamentais de análise: sinalizadores de hospitalidade comercial e sinalizadores de hospitalidade doméstica. Esses sinalizadores foram articulados às falas dos entrevistados, de modo a indicar em que momentos da prestação dos serviços, cada domínio da hospitalidade é exercido.

A segunda etapa da análise do conteúdo consistiu na articulação das práticas de hospitalidade dos prestadores de serviço aos princípios do Movimento Death Positive (MDP), visando identificar como os sinalizadores expressos na prática dos profissionais podem contribuir para uma compreensão menos estigmatizada da morte.

4 ANÁLISE DE DADOS

Vale ressaltar que, inicialmente, a escolha das organizações entrevistadas tinha como objetivo identificar se haveria diferenças significativas entre as prestadoras de serviço que atuam no interior de Pernambuco em comparação com aquelas que atuam em Recife e região metropolitana, isso demandou a caracterização dos empreendimentos.

A primeira empresa iniciou as suas atividades na cidade de Serra Talhada, sertão de Pernambuco, em 1974 como uma funerária, e, em 1997, iniciou a implantação de planos funerários. Atualmente, a empresa possui unidades em outras cidades do sertão do estado e no estado da Paraíba. Ela se encontra em expansão, com a aquisição de um cemitério particular em junção com outra funerária da cidade, e a empresa conta, além dos planos funerários, com uma série de conveniências para seus associados como o empréstimo de equipamento para convalescentes e desconto em lojas parceiras.

A segunda empresa começou as atividades na cidade de Recife, capital de Pernambuco, em 1989 já com a venda de planos funerários e, em 2007, implantou o primeiro Velório Particular da cidade de Recife. No presente momento, a empresa aguarda a liberação do governo para a implantação do seu próprio forno crematório para ofertar aos seus associados a opção de cremação, além de sepultamento, a preços mais acessíveis. A empresa também conta com um laboratório de tanatopraxia e floricultura própria.

Embora as entrevistas não tenham trazido uma distinção significativa no que diz respeito à qualificação dos serviços prestados pelas duas organizações pesquisadas, foi possível identificar sinalizadores de hospitalidade, que remetem a práticas que giram em torno do domínio comercial e doméstico da hospitalidade. Além disso, tais sinalizadores permitiram pensar na relação entre o MDP e a hospitalidade e como a segunda pode contribuir com uma potencialização da primeira.

4.1 SINALIZADORES DO DOMÍNIO COMERCIAL DA HOSPITALIDADE

Pode-se observar o modo como o domínio comercial da hospitalidade se expressa em situações que remetem na fala dos entrevistados, com situações que

se aproximam de uma perspectiva de prestação de serviço, como na descrição das práticas de atendimento de acordo com a solicitação da família com certo distanciamento, sem intencionar uma interação maior com o cliente.

Esse distanciamento se mostra mais claro quando se observa como a categoria “cliente” aparece nas entrevistas de modo generalista, conforme se vê nos seguintes trechos:

> *Além da assistência funerária, temos outros serviços que são oferecidos aos nossos clientes como: empréstimo de equipamento para convalescentes, curso de informática, locação da capela para realização de velórios, descontos em consultórios médicos, farmácias, faculdades e comércio em geral.* (**Entrevistado 1**)

> *Hoje o que a gente tem um grande diferencial é a nossa central de velório. Porque a gente tem salas climatizadas. A gente tem... Eu digo isso porque o que eu ofereço eu sei que é o mínimo. Mas quando comparado ao que o mercado oferece, eu tô lá na frente.* (**Entrevistado 2**)

Na fala do entrevistado 1 o cliente é visto como aquele que adquire o serviço do plano funerário, há uma preocupação em criar a oferta de outros produtos correlatos ao bem-estar e à saúde num contexto de cuidado que funcionam como diferencial da organização. Já na fala do entrevistado 2 o cliente é o que participa da cerimônia de despedida do ente falecido. No trecho, fica clara atenção por proporcionar um ambiente climatizado e com condições adequadas à estada dos clientes.

Vale destacar que em ambas as entrevistas percebem-se como o lugar de cliente é dinâmico nos processos de atendimento, em alguns momentos ele faz referência àquele que adquiriu o plano funerário – que por vezes é o próprio falecido – e em outros é visto como os entes daquele que faleceu. Apesar disso, chama a atenção o fato de que os entrevistados não perdem de vista o caráter comercial de suas atividades. Conforme dito em uma das entrevistas, “*a palavra que move os empresários é o lucro*” (**Entrevistado 2**)

De acordo com Gotman (2009), a atenção e o serviço são contratuais e as “exigências” dos clientes é que determinam essas relações sociais, tendo o contrato como um regulador. Isso pode ser notado nos contratos oferecidos pelas empresas

onde são descritos quais os serviços oferecidos e como serão oferecidos, um exemplo é a possibilidade ou não do cliente contratar um *coffee break* durante o velório, quantidade de cadeiras disponíveis no local e a presença ou não de cerimonialista; as empresas tratam esses “extras” como um diferencial comercial.

Nas palavras do entrevistado 2, o grande diferencial da sua empresa é a central de velórios, onde:

> *[...] a empresa mesmo funciona até as 22 horas de portas abertas [...]. Quando dá às 22h01, a família diz ‘vou passar a noite aqui’, não há problema. A gente fecha as portas, passa a chave e deixa com ela a chave. Mas ela fica dentro. Até porque estamos gastando com segurança mesmo. Então, assim, a gente tenta colocar conforto, mas com segurança para que as coisas funcionem”* (**Entrevistado 2**).

Já o entrevistado 1, conta que o diferencial de sua empresa não se encontra no momento do velório e sim na assistência familiar que eles oferecem, como o empréstimos de utensílios (cadeiras de rodas, muletas, cadeiras de banho) para pessoas convalescentes dentro do plano contratado, além de desconto em empresas parceiras como farmácias e unidades de ensino. Sobre isso, diz:

> *[...] hoje o mais simples e rotineiro é o empréstimo de equipamentos para convalescentes onde disponibilizamos cadeiras de rodas, cadeiras de banho, muletas, andadores, bengalas e o mais complexo podemos dizer que é o funeral em si [...]* (**Entrevistado 1**).

Esses serviços diferenciais das empresas ocorrem de acordo com a demanda de maneira ininterrupta, prezando pela sustentabilidade financeira. Já quando observados enquanto indicadores de hospitalidade no domínio comercial e no contexto exclusivo dos serviços funerários são possíveis perceber também como alguns desses diferenciais oferecidos se relacionam com princípios do MDP.

A atenção ao princípio “morte e sustentabilidade” do MDP, pode ser observada através da preocupação com os resíduos gerados dos procedimentos com ambos os entrevistados, citando que os destinam para empresas que possam descartá-los de maneira sustentável e correta. O entrevistado 2 citou que, no

laboratório de tanatopraxia, possui filtros para remover o maior número de sujidades das águas utilizadas antes de devolver para a rede de esgoto. Como pode-se ver no trecho que segue:

> *A única que tem contrato com a empresa de recolher os restos de lixo, somos nós. As outras que tem o contrato, que recolhe só aquela caixinha, que pega só as agulhas, os bisturis, etc. [...] O lixo, a gente passa por três cisternas para poder ir para o esgoto normal [...] Também somos a única empresa, em relação aos laboratórios de preparação de corpo, que temos essa preocupação e esse tratamento.* (**Entrevistado 2**).

Já o entrevistado 1 aponta que:

> *[...] Temos uma empresa contratada que realiza a coleta do material infecto contagioso para descarte adequado e selecionamos além de estarmos separando o lixo que possa ser reciclado nos nossos escritórios na funerária." (***Entrevistado 1***)*

Nota-se que a fala dos entrevistados também sinaliza um contexto de possível mudança na aceitação da morte e a quebra do tabu. Essa questão é evidenciada no momento em que se fala sobre a relação dos prestadores de serviço com o cliente que os procura:

> [...] *a população está cada vez mais preocupada com o momento da partida, de como agir nesse momento que na maioria das vezes ficamos sem saber como agir e o que fazer para resolver todas as questões que envolvem um atendimento funeral*" (**Entrevistado 1**).
> *[os] clientes que procuram a gente, um bom percentual já fazem diretamente, ou até mesmo que eles voltam, que já sabem que a gente já atende, e eles já procuram, já pedindo com serviços já.* (**Entrevistado 2**).

Outro princípio do MDP que pode ser relacionado às dinâmicas de hospitalidade comercial observadas nas entrevistas, é o respeito aos desejos da pessoa morta. Durante o atendimento aos clientes, as empresas procuram honrar as

pessoas mortas, respeitando suas decisões em vida, isso pode ser visto no seguinte trecho:

> *[...] A gente faz o atendimento, questão das burocracias, os documentos necessários, a retirada do corpo do hospital, eu estou trazendo alguns termos, mas no atendimento a gente não usa corpo falecido [...] a gente identifica pelo nome da pessoa, [...]. Aí assim, a retirada do corpo do hospital, ou quando é em residência aí a gente leva para [...] o Serviço de Verificação de Óbito. E aí a gente faz a arrumação do corpo, higienização, quando necessário, a família define velório, onde ela quer sepultar, e a gente leva, providência o documento cartório e encerra o processo. Encerra o processo no grosso [...]* (**Entrevistado 2**).

As respostas ainda sugerem um empoderamento funerário durante as conversas para a escolha do plano:

> *[...] No plano, a gente já tem algumas pessoas que chegam, quando eu quero, eu vou... Tem uma pessoa que diz, "eu quero uma música lá, [...] e tal, não sei o quê* (**Entrevistado 2**).
>
> *Fomos adequando nossos serviços para cada uma das situações como por exemplo a implantação do cerimonial musical onde a família escolhe as músicas que mais gostam e a transmissão ao vivo do velório para aproximar até mesmo quem está distante neste momento e prestar suas homenagens.* (**Entrevistado 1**).

Note-se que todos os aspectos mencionados funcionam como indicadores de hospitalidade num domínio comercial, pois representam parte do serviço prestado pelas empresas, são etapas e processos que fazem parte ou do atendimento básico e padrão desses empreendimentos, ou de particularidades definidas contratualmente.

Porém, muitas vezes, a hospitalidade comercial se mistura com a doméstica, quando preza por experiências únicas e personalizadas, fazendo com que seja difícil separar qual é qual. O principal ponto acaba sendo o acolhimento das pessoas enlutadas no momento da dor da perda de um ente.

4.2 SINALIZADORES DO DOMÍNIO DOMÉSTICO DA HOSPITALIDADE

A hospitalidade doméstica se preocupa também com o conforto das pessoas que estão utilizando um determinado serviço, e isso inclui as necessidades fisiológicas (comer e beber) e psicológicas. O anfitrião se preocupa com o bem-estar das pessoas sob seu teto (Lashley, 2015).

No contexto estudado, os empresários entrevistados demonstraram esse cuidado de bem acolher aqueles que estão em situação de fragilidade por conta da perda de um ente querido, oferecendo a essas pessoas o apoio na hora de tomar as decisões e fornecendo uma pessoa que monitore para que não falte nada durante a cerimônia.

> *Hoje contamos com nossos colaboradores que acolhem os enlutados tentando passar tranquilidade e segurança neste momento difícil prestando uma assistência mais humana e empática* (**Entrevistado 1**).
> *[...] Então a gente tem um processo com a recepcionista que faz o acolhimento.* (**Entrevistado 2**).

Outro sinal de hospitalidade doméstica é que, durante as entrevistas, verificou-se que os entrevistados citaram o termo acolhimento (e derivações como acolher, acolhe, acolhido) 18 vezes, mostrando certa centralidade desse aspecto em suas atividades. Isso pode ser observado nos seguintes trechos:

> *Nós tratamos a família enlutada com empatia, damos o acolhimento necessário para amenizar a dor, as preocupações e burocracias que surgem nesse momento de luto.* (**Entrevistado 1**)
> *[...] As pessoas quando são bem acolhidas no momento de dor e perda tendem a aceitar a morte com maior naturalidade.* (**Entrevistado 1**).
> *[...] Dar suporte e assistência para que as pessoas aceitem a perda. Nessas situações o apoio mais íntimo contribui para que o enlutado consiga assimilar aos poucos essa nova realidade.* **(Entrevistado 1**).

> *Então esse tratar da gente que a gente entende como uma boa acolhida, ou pelo menos para diminuir a dor de quem está passando pela fase do luto, da última homenagem. [...].* (**Entrevistado 2**)
>
> *[...] Se você tem um ambiente para puxar uma homenagem, você vai mostrar imagens, fala de pessoas, uma coisa, um ambiente leve, uma musicazinha que lembre aquela pessoa, que lembre os bons momentos, as pessoas vão sair dali como realmente uma despedida.* (**Entrevistado 2**)
>
> *[...] porque o que a gente tem que fazer é quebrar aquele processo de dor e sofrimento que é o último momento. E a gente quer crescer a lembrança do que fica de uma pessoa quando parte.* (**Entrevistado 2**)

De acordo com Cappellano dos Santos e Perazzolo (2012), o acolhimento é um fenômeno que acontece no espaço entre dois sujeitos que desejam acolher e ser acolhidos num processo de percepção mútua e que se articula em um ciclo contínuo onde as demandas sempre se atualizam. No contexto deste estudo, as falas dos entrevistados sinalizam o reconhecimento de que as pessoas que procuram o serviço funerário encontram-se sensibilizadas e, por algumas vezes, traumatizadas com a morte de seu ente querido. O acolhimento então, se dá num contexto que vai além do que é pré-estabelecido nos planos funerários ou no contrato assinado, direcionando-se para uma dimensão muito mais subjetiva da hospitalidade.

Dito de outro modo, a sensibilidade e o zelo com os quais os entrevistados observam e reconhecem a situação dos entes enlutados, permite pensar na dimensão doméstica da hospitalidade enquanto forma de acolher sem o caráter comercial de prestação de serviço. Os exemplos dados nas falas sinalizam para essa dimensão ética e incondicional da hospitalidade.

Além disso, ao se considerar que essas formas acolhimento remetem a indicadores de hospitalidade doméstica, pode-se também realizar uma aproximação onde a hospitalidade doméstica contribuiria positivamente para os princípios do MDP, refletindo nas falas dos entrevistados, onde a criação de um ambiente de suporte e acolhimento ajudaria os enlutados, conforme destaca-se nos trechos:

> *O que a gente tem que fazer é quebrar aquele processo de dor e sofrimento que é o último momento. E a gente quer crescer a lembrança do que fica de uma pessoa quando parte. [...] nós somos o complemento de cada família, eu*

> *digo isso direto. Todos nós passamos a ser mais um em cada família, porque a pessoa tem que fazer um procedimento.* (**Entrevistado 2**).

A fala do entrevistado 2 ressalta o papel de quebrar o ciclo de dor e sofrimento das últimas homenagens, mostrando como o profissional de hospitalidade se torna, mesmo que por instantes, parte da família e acaba contribuindo para uma partida mais “leve”.

> *Dar suporte e assistência para que as pessoas aceitem a perda. Nessas situações o apoio mais íntimo contribui para que o enlutado consiga assimilar aos poucos essa nova realidade. [...] damos o acolhimento necessário para amenizar a dor, as preocupações e burocracias que surgem nesse momento de luto*. (**Entrevistado 1**).

Já para o entrevistado 1, esse suporte emocional e prático é algo necessário para que a pessoa enlutada consiga começar a assimilar a sua nova realidade. Dessa forma, a hospitalidade doméstica não apenas proporciona conforto e acolhimento, mas também atua como um elemento crucial para a aplicação dos princípios do MDP, ajudando os enlutados a lidar com as dificuldades de forma mais leve e humana.

Durante as entrevistas, pode-se notar que a prestação do serviço funerário tem um viés que contribui com o empoderamento das pessoas na hora da tomada de decisões sobre os ritos fúnebres para que esses ritos sejam homenagens para a pessoa que partiu e não algo engessado, fazendo com que a aceitação dessa morte possa se tornar um pouco mais simples e humanizada.

Com base no raciocínio percorrido, pode-se dizer que as práticas de hospitalidade desenvolvidas pelas prestadoras de serviço funerário, estejam elas situadas no domínio comercial ou doméstico, podem contribuir para uma concepção menos negativa da morte. Isso pode estar relacionado tanto ao caráter de promoção do bem-estar, intrínseco à hospitalidade, quanto à sensibilidade dos profissionais que participaram da pesquisa, que demonstraram o exercício de uma postura sensível e ética no trato com seus clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A finitude humana é, historicamente, um tema que mobiliza os mais diversos tipos de abordagens e discussões. A morte como fim insuperável está presente na cultura, na ciência e na religião e, em um contexto pós-industrial, é captado também pela lógica capital que organiza uma série de produtos e serviços oferecidos, por ocasiões àqueles que planejam suas cerimônias de despedida e, em outros momentos, àqueles que participam dessas cerimônias como entes enlutados.

Foi o entendimento da existência dessas relações comerciais de prestação de serviço e a percepção empírica de que esses serviços se correlacionam com aspectos da hospitalidade que levou à formulação do objetivo de pesquisa do presente trabalho, orientado para analisar como ações de hospitalidade praticadas por empresas prestadoras de serviços funerários podem contribuir com o estabelecimento de uma postura mais positiva perante a morte.

Após os procedimentos de pesquisa bibliográfica e documental e a aplicação de uma entrevista semiestruturada com duas empresas funerárias, foi possível identificar então as relações entre as práticas de hospitalidade e os princípios estabelecidos pelo Movimento *Death Positive* (MDP).

Foi possível observar que, embora não utilizem essa nomenclatura explicitamente, os gestores dos empreendimentos adotam práticas de hospitalidade num domínio comercial - expresso nos diferenciais de prestação de serviços - e também num domínio doméstico - caracterizado pela disponibilidade em acolher o outro que passa por um momento de perda sem qualquer interesse comercial.

Ao serem trabalhadas como indicadores, essas práticas permitiram compreender que serviços e posturas correlatos à hospitalidade podem ser aproximadas com os princípios norteadores do MDP, havendo então a possibilidade de se considerar que a hospitalidade é um elo importante na promoção de uma visão mais positiva sobre a morte.

Há que se ressaltar ainda que o estudo foi conduzido a partir de dados obtidos junto a dois gestores de empresas que oferecem esse tipo de serviço, logo, os resultados apresentados se constituem principalmente em sinalizadores para pesquisas futuras, uma vez que a amostra estudada é pequena frente ao universo de empresas que praticam esse acolhimento a pessoa enlutada. Para além da possibilidade de expansão da pesquisa, chama-se também a atenção para o fato de

que o presente trabalho baseia-se numa concepção mais generalista acerca da hospitalidade, concentrando-se em dois domínios desse fenômeno e a articulação a uma corrente específica do pensamento sobre hospitalidade poderá levar a resultados e reflexões distintas.

Por fim, espera-se que com este trabalho seja possível chamar a atenção para a importância das relações entre hospitalidade e morte, promovendo assim uma discussão sobre os processos de acolhimento nos ritos funerários e a relevância do profissional de hotelaria como ator importante nessa dinâmica.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, T. **Ressignificação do Luto**. Disponível em: <https://infinito.etc.br/ressignificacao-do-luto-como-dar-um-novo-sentido-para-as-dores-da-perda-2>. Acesso em: 28 ago. 2024.

Anjos da Hospitalidade nasce buscando o nicho de eventos fúnebres. Disponível em: <https://diariodoturismo.com.br/anjos-da-hospitalidade-nasce-buscando-o-nicho-de-eventos-funebres/>. Acesso em: 22 fev. 2024.

ARIÈS, P. **História da morte no Ocidente**: da Idade Média aos nossos dias [Ed. especial]. - Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 2012.

BOURDIEU, P. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas: Papirus Editora, 1996.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

CAMARGO, L. O. de L. **Hospitalidade.** São Paulo: Aleph, 2004.

CAMARGO, L. O. de L. O**s interstícios da hospitalidade**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42-69, mai. 2015

CAPPELLANO DOS SANTOS, M. M.; PERAZZOLO, O. A. **Hospitalidade numa perspectiva coletiva**: O corpo coletivo acolhedor. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, [S. l.], v. 6, n. 1, p. 3–15, 2012. DOI: 10.7784/rbtur.v6i1.484. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/484>. Acesso em: 2 out. 2024.

CAPUTO, R. F. **O homem e suas representações sobre a morte e o morrer**: um percurso histórico. Rev. Multidisciplinar da Uniesp, [S.l], p 73-80, 2008

CARVALHO, A. N. de. **Hospitalidade doméstica e comercial**: Desdobramentos e apropriações em fazendas históricas rurais. Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica, Vol 17, n.3, p 569 - 600, Set. - Dez. 2015

Coordenação de Eventos de Funeral - Senac SP - Senac São Paulo. Disponível em: <https://www.sp.senac.br/cursos-livres/curso-de-coordenacao-de-eventos-de-funeral>. Acesso em: 22 fev. 2024.

Death Positive Movement. Disponível em: <https://www.orderofthegooddeath.com/death-positive-movement/>. Acesso em: 22 Fev. 2024

FONSECA, J. A. C. **Hospitalidade em serviços funerários e a pandemia da COVID-19**: um estudo de caso no Grupo Pax União - Jardim da Paz de São Luís (MA). 2021. Monografia (Graduação em Hotelaria) - Centro de Ciências Sociais, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2021.

FREUD, S. **Sobre a Transitoriedade**. Journal of Chemical Information and Modeling, v. 53, n. 9, p. 1689–1699, 2013.

GIL, A. C. **Método e técnicas de pesquisa social**: 6. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: conceitos fundamentais. **Revista de Administração de Empresas - RAE**. São Paulo, v. 35, n.3, 1995, p. 20-29

GOODEN, T. **The Death Positive Movement encourages us to face death directly**. Disponível em: <https://nerdist.com/article/death-positive-movement/>. Acesso em: 15 jan. 2024.

GOTMAN, A. **O Comércio da Hospitalidade é Possível?** Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VI, n. 2, p. 3-27, jun.- dez. 2009.

GRINOVER, L. **A hospitalidade urbana**: acessibilidade, legibilidade e identidade. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006.

HALE, L. **Death positive**: An analysis of an authenticity movement (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas. 2018.

History of the Death Positive Movement | The Order of the Good Death. Disponível em: <https://www.orderofthegooddeath.com/history-of-death-positive-movement/>. Acesso em: 22 Fev. 2024

LAS CASAS, A. L. **Qualidade total em serviços**: conceito, exercícios e casos práticos. 3 ed. São Paulo: Atlas, 1999 p. 206

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

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, Conrad e MORRISON, Alison (orgs.). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas de um mundo globalizado. São Paulo: Manole, 2004

LELAND, J. **The Positive Death Movement Comes to Life**. New York Times, 2018. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2018/06/22/nyregion/the-positive-death-movement-comes-to-life.html>. Acessado em 09 Jan. de 2024

MONTANDON, A. Hospitalidade, ontem e hoje. In: DIAS, Celia Maria de Moraes (org). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002, p. 172-196.

QUADROS, A. H. de. **A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. VIII, n. 1, p. 43-57, jan.-jun. 2011.

SANTOS, E. O. **A hospitalidade no momento da partida**: Uma análise dos rituais fúnebres durante o período da pandemia do COVID-19. Monografia (Especialização em Gestão dos Serviços de Hospitalidade) – Especialização em Gestão dos Serviços de Hospitalidade. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Goiás. Goiânia, p 25. 2022.

What Death Positive is NOT | The Order of the Good Death. Disponível em: <https://www.orderofthegooddeath.com/article/what-death-positive-is-not> Acesso em: 22 Fev. 2024.

ZEITHAML, V.; PARASURAMAN, A.; BERRY, LL. **Delivering service quality**: balancing customers perceptions and expectations. New York: The Free Press; 1990.