

HOSPITALIDADE OPORTUNIDADES E DESAFIOS



ALINE GISELE AZEVEDO LIMA DE BARROS
MÁRCIA FÉLIX DA SILVA
ORGANIZADORAS



EDITORA DO
CCTA

HOSPITALIDADE

OPORTUNIDADES E DESAFIOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES REITORA
Margareth de Fátima Formiga Diniz
VICE-REITORA
Bernardina Maria Juvenal Freire de Oliveira



DIRETOR DO CCTA
José David Campos Fernandes
VICE-DIRETOR
Ulisses Carvalho da Silva



CONSELHO EDITORIAL
Carlos José Cartaxo
Gabriel Bechara Filho
José Francisco de Melo Neto
José David Campos Fernandes
Marcílio Fagner Onofre

EDITOR
José David Campos Fernandes
SECRETÁRIO DO CONSELHO EDITORIAL
Paulo Vieira
LABORATÓRIO DE JORNALISMO E EDITORAÇÃO COORDENADOR
Pedro Nunes Filho

ALINE GISELE AZEVEDO LIMA DE BARROS
MÁRCIA FÉLIX DA SILVA
ORGANIZADORAS

HOSPITALIDADE

OPORTUNIDADES E DESAFIOS

EDITORA DO CCTA
JOÃO PESSOA
2019

Capa e projeto gráfico: José Luiz da Silva
Bibliotecária responsável: Susiquine Ricardo Silva

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

**H828 Hospitalidade: oportunidades e desafios [recurso eletrônico] /
Aline Gisele Azevedo Lima de Barros, Márcia Félix da Silva,
organizadoras. - João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.**

Recurso digital (2,06MB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN: 978-85-9559-151-6

1. Hospitalidade. 2. Hotelaria - Acessibilidade. 3. Hotéis –
Inclusão – João Pessoa-PB. 4. Turismo Pedagógico. 4. Turismo
Cultural – Paraíba. I. Barros, Aline Gisele Azevedo Lima de.
II. Silva, Márcia Félix da.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 640.4

Foi feito depósito legal

Todos os textos são de responsabilidades dos autores.

Direitos desta edição reservados à: EDITORA DO CCTA/UFPB

Cidade Universitária - João Pessoa - Paraíba - Brasil

Impresso no Brasil

Printed in Brazil

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	8
PREFÁCIO	12
INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE NA HOTELARIA: UM ESTUDO EM HOTÉIS DE UMA REDE PARAIBANA	18
Jessika Emmile Vitorino Chaves - Cibelle Batista Gondim - Jammilly Mikaela Brandão	
CONTORNANDO A SAZONALIDADE: ALTERNATIVAS PARA MANTER A RENTABILIDADE DOS HOTÉIS EM PERÍODOS DE BAIXA ESTAÇÃO	25
Elisama Ramos da Silva-- Alex Barbosa - Milena Araújo dos Anjos Hebert Augusto Borba - Aline Gisele Azevedo Lima de Barros	
A RELEVÂNCIA DA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO NOS HOTÉIS DA ORLA DE JOÃO PESSOA.....	36
Keycianne Gomes de Sousa Silva - Pyetro Pergentino de Farias - Milena Araújo dos Anjos - Marcleide Maria Macedo Pederneiras	
INCLUSÃO DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE A ACESSIBILIDADE PARA CEGOS EM HOTÉIS DE JOÃO PESSOA – PB	43
Amanda Ellen de Albuquerque Santiago - Kelly da Silva Souza - Thayná Silva Teixeira de Lima - Jefferson Oliveira da Silva Lacerda - Aline Gisele Azevedo Lima de Barros	
HOSPITALIDADE VIRTUAL: UMA ANÁLISE DO USO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM POR HOTÉIS DE NATAL/RN	50
Paloma Mendes Silva - Catiane Lopes de Lima	
A HOSPITALIDADE E O TURISMO DE EXPERIÊNCIA: AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS BASEADAS NA HOSPEDAGEM DE COUCHSURFING	59
Mellyssa Layla Barbosa Damasceno - Vitória Maria de Souza Alves Martins - Luana Michelli Campos Moraes - Catiane Lopes de Lima	

DA TEORIA À PRÁTICA: A IMPORTÂNCIA DO ENSINO COM AULAS PRÁTICAS NAS DISCIPLINAS DE ALIMENTOS E BEBIDAS NO CURSO DE HOTELARIA68

Karla Pereira de Lima - Pedro Vítor Roque Fernandes de Souza - Jefferson Oliveira da Silva Lacerda - Selma dos Passos Braga

AVENTURANDO-SE PELO SUL: UM ESTUDO ACERCA DA PERCEPÇÃO DOS TURISTAS NO PARQUE ESTADUAL DE VILA VELHA EM PONTA GROSSA - PR76

Pyetro Pergentino de Farias - Andressa Michelotto de Castro - Keycianne Gomes de Sousa Silva - Marcleide Maria Macedo Pederneiras

PASSEIO FOTOGRÁFICO E AS POSSIBILIDADES DE TURISMO PEDAGÓGICO84

Bárbara Ryana Barbosa da Silva - Nathália Suene Formiga Barbosa - Maria das Vitórias Gonçalves dos Santos - Rita Cristiana Barbosa

HOSPITALIDADE ACADÊMICA: DESAFIOS E PERSPECTIVAS ..96

Gabrielly Paiva Sanches dos Santos - Caio Fernando Valentim de Souza Catiane Lopes de Lima

REFLEXÕESTEÓRICASSOBRE A VALORIZAÇÃO DA IDENTIDADE GASTRONÔMICA DO POVO POTIGUARA COMO ELEMENTO PARA O TURISMO CULTURAL NA PARAÍBA106

Ana Luclecia Lima do Nascimento -Aline Gisele Azevedo Lima de Barros

AUTORES113

APRESENTAÇÃO

É com alegria que apresentamos este livro como resultado dos resumos expandidos apresentados oralmente no Encontro Paraibano de Hospitalidade (EPAH 2017) com a temática *Hospitalidade: Oportunidades e Desafios*. Evento este, organizado pelos discentes da disciplina de Planejamento e Organização de Eventos do Curso de Bacharelado em Hotelaria da UFPB.

O livro está organizado em três partes, a primeira e a segunda apresentam os resumos de estudos empíricos, enquanto a terceira parte é composta por estudos teóricos.

A primeira parte aborda a Hospitalidade sob a ótica do Planejamento, da Gestão e da Inovação, através de seis capítulos. No primeiro as autoras Jessika Emmile Vitorino Chaves, Cibelle Batista Gondim e Jammilly Mikaela Fagundes Brandão tratam sobre a inclusão e a acessibilidade na hotelaria com o tema **Inclusão e Acessibilidade na Hotelaria: um estudo em hotéis de uma rede paraibana**. No segundo capítulo os autores Elisama Ramos da Silva, Alex Barbosa, Milena Araújo dos Anjos, Hebert Augusto Borba e Aline Gisele Azevedo Lima de Barros, abordam as alternativas para combater a sazonalidade na hotelaria com o tema **Contornando a Sazonalidade: alternativas para manter a rentabilidade dos hotéis em períodos de baixa estação**. No terceiro capítulo Keycianne Gomes de Sousa Silva, Pyetro Pergentino de Farias, Milena Araújo dos Anjos e Marcleide Maria Macedo Pederneiras abordam a relevância da avaliação de desempenho em hotéis com a temática **A Relevância da Avaliação de Desempenho nos Hotéis da Orla de João**

Pessoa. No quarto capítulo os autores Amanda Ellen de Albuquerque Santiago, Kelly da Silva Souza, Thayná Silva Teixeira de Lima, Jefferson Oliveira da Silva Lacerda e Aline Gisele Azevedo Lima de Barros tratam a acessibilidade para cegos através da inclusão digital com o tema **Inclusão Digital: um estudo sobre a acessibilidade para cegos em hotéis de João Pessoa – PB.** Já no quinto capítulo as autoras Paloma Mendes Silva e Catiane Lopes de Lima abordam o assunto da hospitalidade virtual através do tema **Hospitalidade Virtual: uma análise do uso da rede social *instagram* por hotéis de Natal/RN.** E para finalizar esta primeira parte as autoras Melyssa Layla Barbosa Damasceno; Vitória Maria de Souza Alves Martins; Luana Michelle Campos Morais e Catiane Lopes de Lima tratam sobre hospitalidade e o turismo de experiência através da temática **A Hospitalidade e o Turismo de Experiência: as relações interpessoais baseadas na hospedagem de *couchsurfing*.**

A segunda parte é composta por três capítulos e a Hospitalidade é abordada sob a visão da Sociedade, da Cultura e da Educação. No primeiro capítulo os autores Karla Pereira de Lima, Pedro Vítor Roque Fernandes de Souza, Jefferson Oliveira da Silva Lacerda e Selma dos Passos Braga abordam o ensino através de aulas práticas no curso de Hotelaria através da temática **Da Teoria à Prática: a importância do ensino com aulas práticas nas disciplinas de alimentos e bebidas no curso de hotelaria.** O segundo capítulo apresenta a percepção da integração do homem com a natureza abordada pelos autores Pyetro Pergentino de Farias, Andressa Michelotto de Castro, Keycianne Gomes de Sousa Silva e Marcleide Maria Macedo Pederneiras através do tema **Aventurando-se pelo Sul: um estudo acerca da percepção dos turistas no Parque Estadual de Vila Velha em Ponta Grossa – PR.** E no terceiro capítulo as autoras Bárbara Ryana Barbosa da Silva, Nathália Suene Formiga, Maria das Vitórias Gonçalves dos Santos e Rita Cristiana Barbosa abordam o

Turismo Pedagógico com o tema **Passeio Fotográfico e as Possibilidades de Turismo Pedagógico.**

Para compor a terceira e última parte deste livro surgem os estudos teóricos sobre Hospitalidade, onde no primeiro capítulo a hospitalidade é tratada pelos autores Gabrielly Paiva Sanches dos Santos; Caio Fernando Valentim de Souza e Catiane Lopes de Lima através da temática **Hospitalidade Acadêmica: desafios e perspectivas.** Já para finalizar esta parte e consequentemente este livro a gastronomia é tratada através da temática **Reflexões Teóricas sobre a Valorização da Identidade Gastronômica do Povo Potiguara como Elemento para o Turismo Cultural na Paraíba** pelas autoras Ana Luclécia Lima do Nascimento e Aline Gisele Azevedo Lima de Barros

Finalizando esta apresentação é interessante destacar que a publicação em livro, desses resumos expandidos apresentados no EPAH 2017, foi pensada pela equipe organizadora do evento com o intuito de estimular a produção científica na área de Hospitalidade não apenas na UFPB, mas em toda a região Nordeste, por principalmente os eventos que proporcionam tal tipo de publicação estar praticamente concentrados nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. Portanto, este livro poderá vir a ser um marco para o estímulo de mais iniciativas semelhantes.

Quero deixar registrados ainda os meus mais sinceros agradecimentos a toda a turma organizadora do evento, à Direção do Centro de Comunicação Turismo e Artes (CCTA), nas pessoas de Prof. José David Campos Fernandes (diretor do centro) e de José Luiz da Silva (editor e coordenador da editora do CCTA), ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH), nas pessoas da Prof^a Márcia Félix e do Prof^o. Elbio Pakman, a Coordenação do Curso de Bacharelado em Hotelaria, na pessoa da Prof^a. Daniela Lucena (coordenadora), e a Luiz Octávio de Lima

Camargo, Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade (UAM), pela presteza em elaborar o brilhante prefácio deste livro.

Prof^a. Aline Gisele Azevedo Lima de Barros
Docente da disciplina Planejamento e Organização de Eventos
(Curso de Hotelaria)
Departamento de Turismo e Hotelaria/CCTA/UFPB

PREFÁCIO

Em 1997, ao implantar os cursos de Bacharelado em Turismo e em Hotelaria na Universidade de Sorocaba e ao elaborar os primeiros rascunhos do projeto político-pedagógico desses cursos, vi-me diante de um problema. O turismo já dispunha de um referencial teórico considerável e à altura das pretensões de um curso de bacharelado. Em especial, o grupo de Valene Smith nos EUA já tinha, desde 1970, estabelecido as bases do estudo do turismo nas ciências sociais. Mas, e quanto à hotelaria? Até então só havia cursos técnicos ou no máximo tecnológicos, cujas grades privilegiavam a abordagem do funcionamento interno desses estabelecimentos.

A história dos hotéis colocava um problema adicional: qual devia ser sua função dentro do turismo e das cidades? Sabemos que até o final da Idade Média os meios de hospedagem valorizados eram as casas dos moradores. Chegar numa cidade sem alguém para hospedá-lo era correr um risco de vida ou, no mínimo, ter de buscar os albergues que, por sua vez, eram estabelecimentos malvistas pela população e considerados antro de marginais e prostitutas. Nada que recomendasse o seu cliente para a sociedade local. Na Inglaterra, um dono de albergue não podia depor na Justiça: como confiar em alguém que vive no meio de desconhecidos e de pessoas sem honra?

Apenas no século XIX, com o impacto combinado das migrações do campo para a cidade, da intensificação das trocas comerciais e

com o aperfeiçoamento das estrutura dos meios de hospedagem, o hotel se impôs à hospedagem doméstica. Seu prestígio aumentou tanto que Gilberto Freyre não teve prurido em afirmar em *Ordem e Progresso* que o Grande Hotel estava para o século XIX como a catedral gótica para a Idade Média. Não é por acaso que Cesar Ritz foi considerado o rei dos hospedeiros e o hospedeiro dos reis.

Mas pode-se dizer que o prestígio dos hotéis ainda exigiu muito tempo para se afirmar. Mesmo nos anos 1950 e 1960, em minha cidade natal, pude testemunhar que as moças perdiam completamente o interesse em alguém que estivesse hospedado em um hotel. Como confiar, dizia-se, em alguém que não se sabe de onde vem, para onde vai, de que família é, e etc?

Nada me parecia muito claro, portanto, e, mesmo sem ter uma ideia clara do que se tratava, apenas por pura instituição escrevi que o curso de Hotelaria se colocava sob a égide das ciências da hospitalidade. Só posteriormente, quando, a partir de 2002, comecei a estudar o tema é que pude desenvolver mais a relação entre hotelaria e hospitalidade.

Em 2011, já visitei o Curso de Hotelaria da UFPB, a convite da mesma professora Aline que organizou a presente obra. Ao receber o convite para escrever o prefácio, pude sentir que o interesse dos professores locais ao me convidarem para falar sobre hospitalidade tinha sido genuíno, tão genuíno que redundou neste surpreendente trabalho coletivo.

Pela primeira vez, pude sentir concretamente algo que sempre defendi: que os cursos de hotelaria deviam passar por uma mudança significativa: sua missão é mais do que oferecer cama e comida para os visitantes. É, na verdade, constituir o núcleo do receptivo turístico e, como tal, responsável por intermediar o hóspede com todas as instân-

cias da cidade. Em outras palavras: salvo em casos excepcionais como o dos resorts e de alguns hotéis 6 estrelas, o interesse do turista não é o hotel e sim a cidade. E o hotel é o equipamento urbano mais bem posicionado para essa nobre função de intermediar o hóspede e a cidade.

Tudo isto ressalta com clareza nos capítulos da presente obra. A ponto de um leitor desavisado poder entender temas como sazonalidade, acessibilidade, avaliação de desempenho na hotelaria, mas com justa razão poderá se perguntar: o que hotelaria tem a ver com inclusão digital, *couchsurfing*, turismo pedagógico, identidade gastronômica, olhar turístico, etc?

Esta, pode-se dizer, é a primeira contribuição da hospitalidade para a hotelaria: mostrar ao aluno que pretende trabalhar em meios de hospedagem que ele dará conta de sua missão com mais garbo se entender que é apenas o intermediário numa relação que o turista quer estabelecer com a cidade visitada. A função, que antes cabia apenas ao *concierge* (e, ainda assim, nos poucos hotéis de maior categoria que tinham alguém designado para a função) agora é coletiva, do hotel como um todo.

Na verdade, a hospitalidade recomenda que o hotel entenda que tem uma dupla tarefa para bem atender ao seu hóspede: propiciar o maior conforto interno possível e o melhor contato possível com a comunidade visitada. O hoteleiro deve entender do interno e do externo, deve conhecer bem o hotel e a cidade, executar bem as tarefas de hospedagem e alimentação e, ao mesmo tempo, a tarefa de aproximar o viajante dos focos de seu interesse na cidade.

Outra contribuição da hospitalidade para a hotelaria é mostrar que o elemento humano é tão ou mais importante que a qualidade da estrutura física. Talvez um viajante deslumbrado possa responder de

forma diferente mas um viajante habitual não teria dúvidas diante da questão: “você prefere um hotel 5 estrelas onde você normalmente é tratado impessoalmente ou uma estrutura mais acolhedora e simples, com muito calor humano e interesse genuíno na sua pessoa?”. Esse viajante habitual não terá dúvidas em escolher a segunda opção. Afinal, estamos cansados da inospitalidade e da hostilidade que experimentamos até mesmo nas cidades onde residimos e, com muito mais intensidade, nas cidades que visitamos! Estamos cansados de tanto anonimato, de sermos tratados como objeto, como se a condição de hóspede retirasse de nós os anseios de qualquer pessoa a qualquer tempo!

Walt Disney definia suas estratégias de acolhimento num parque temático como se dissesse aos seus técnicos: o que mais diverte gente...é gente e não estruturas físicas cujo interesse se esgota rapidamente assim que deixam de ser novidade.

Gente não cansa! Mais do que qualquer outro profissional, o hoteleiro (empresário e funcionário) deve saber como suprir o hóspede de calor humano em terra estranha!

Confesso que sonhei, quando dos eventos da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016 no Rio que as autoridades se dessem conta de que um turista que vem conhecer o Brasil sabe que não está visitando os EUA ou algum país europeu. Não está interessado em autoestradas, viadutos, construções imponentes. Está interessado no povo alegre, festivo, de que tanto ouviu falar. Como seria bom se as autoridades entendessem isso e ao invés dos investimentos que não tínhamos capacidade nem honestidade para fazer tivéssemos gastado dinheiro na preparação de pessoas para receber os visitantes!

É claro então que a hospitalidade tem a dizer à hotelaria: gente é mais importante do que cimento. Ao invés de gastarem R\$ 100 em

estruturas físicas e R\$ 1 em preparação do pessoal, façam o contrário: gastem R\$ 100 em preparação de pessoas e R\$ 1 em estruturas físicas!

Caros professores e alunos da UFPB que se dedicaram à construção do presente livro: se em sete anos foram capazes de publicar uma obra de tanto fôlego, imagino o que vocês conseguirão fazer em mais 10 anos. O caminho é este mesmo! Na vida acadêmica, assim ensinava meu saudoso mestre Joffre Dumazedier, a nossa produção tem de ter cheiro de tempo. O que é cheiro de tempo? É o que resulta de um texto que foi feito e refeito, que transformou horas de sono dos autores em vigília à espera de *insights*, de novas ideias, em trabalho duro em busca dos melhores referenciais teóricos, das melhores e mais adequadas técnicas de pesquisa, de escolha e familiarização com o objeto a ser estudado. E tudo isso só acontece... com tempo e com o tempo.

Gostaria de, daqui a alguns anos, saber quantos desses professores continuaram a carreira acadêmica e quantos desses alunos, que mostraram tanto interesse no estudo, a seguiram. Vivemos tempos duros para o ensino e a pesquisa, vale dizer, para os profissionais da educação, mas há que se ter confiança na ideia de que não há futuro sem educação e de que os governantes, cedo ou tarde, terão que se conscientizar desta verdade!

Gostaria, ao final, de deixar um cumprimento especial para a Professora Aline de Barros (resumindo seu extenso nome). Tenho de agradecer em especial não apenas o convite para prefaciar o livro como também o fato de ter escrito um capítulo de apresentação de todos os autores e temas, o que me permitiu falar mais da minha postura diante do livro, da hospitalidade e da hotelaria. Mas quero parabenizá-la em especial a sua iniciativa de produzir o presente livro.

Como nenhuma obra é puramente individual e é sempre produto de um coletivo, endosso e repito as referências que ela fez aos organizadores do EPAH 2017, cujos trabalhos apresentados nesse evento constituem os capítulos deste livro: professores José David Campos Fernandes, José Luiz da Silva, Márcia Félix, Elbio Pakman e Daniela Lucena.

Todo empreendedor se dá conta de que a realidade nos obriga a diminuir a amplitude e o alcance dos nossos sonhos. Não sei até onde iam os sonhos dos professores acima mencionados. Mas na vida acadêmica, uma obra nunca pode ser dada como terminada. Ela sempre pode ser aperfeiçoada. Este fato me lembra o filme *A noite americana*, em que François Truffaut, diretor e ator no filme (ele faz o papel de um diretor de cinema, ou seja, representou a si mesmo), reflete sobre essa dura realidade ao mostrar que, no início, sonhamos com uma obra prima; na metade da tarefa percebemos que no máximo faremos um bom trabalho; no final, percebemos que o jeito é concluir como for possível.

Isto posto, só cabe dizer à Professora Aline, professores e alunos do curso de Hotelaria da UFPB: o esforço valeu, vocês foram capazes de levar e concluir a tarefa, mas isso é apenas o começo. Do meu lado, tudo o que este velho professor pode dizer é: continuem; o que já está bom pode ainda ficar melhor! E sobretudo: busquem e apreciem o cheiro do tempo!

Parabéns a todos!

Luiz Octávio de Lima Camargo

Professor titular do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade (UAM)

Professor-colaborador do Programa de Mestrado em Turismo (USP-EACH)

INCLUSÃO E ACESSIBILIDADE NA HOTELARIA: UM ESTUDO EM HOTÉIS DE UMA REDE PARAIBANA

¹Jessika Emmile Vitorino Chaves

²Cibelle Batista Gondim

³Jammilly Mikaela Brandão

INTRODUÇÃO

O Brasil é um país muito diversificado, atraente e exótico por natureza, e muitos destinos turísticos nacionais escolhidos por brasileiros e estrangeiros encontram-se nas regiões mais quentes, com destaque para o Nordeste, que vem recebendo um grande número de turistas anualmente. A Paraíba recebe um intenso fluxo turístico⁴, por possuir um dos destinos mais econômicos da região Nordeste. Segundo a Empresa Paraibana de Turismo (PBTUR), o fluxo turístico aumentou cerca

1 Bacharela em Hotelaria; Universidade Federal da Paraíba(UFPB); e-mail: jessikaemmile@hotmail.com

2 Docente do Departamento de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba(UFPB); Doutoranda em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte(UFRN); Mestra em Administração e Bacharela em Turismo (UFPB); e-mail: cibelle_gondim@hotmail.com

3 Doutoranda em Administração, Mestra em Administração e Bacharela em Hotelaria e em Administração; Universidade Federal da Paraíba(UFPB); e-mail: jammillybrandao@gmail.com

4 Estatísticas e Atrativos Turísticos do Brasil. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/jacksonangelo/estatisticas-e-atrativos-tursticas-na-paraba>>

de 15% entre 2012 a 2013. Outro fato importante divulgado pela Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE) baseada em informações de 2012 é de que o turismo interno é um dos mais predominantes no estado, pois a maioria desses turistas são naturais da própria Paraíba. Dentre esses turistas não se pode excluir as pessoas com necessidades especiais (PNEs), grupo que abrange idosos, pessoas com deficiência (PCD), ou com qualquer outra condição, mesmo que temporária, que interfira em sua capacidade de independência ou exija algum tipo de adaptação para permitir tal dependência.

É muito comum ver exemplos de superação exibidos pela mídia, principalmente através dos esportes. Entretanto, é importante refletir sobre as inúmeras dificuldades enfrentadas no dia a dia pelos PNEs, quando estes resolvem se locomover para qualquer outro lugar, para praticar algum tipo de esporte, seja por lazer ou diversão, ou até mesmo, para fazer algum tipo de tratamento em outra região longe de suas residências. Estas pessoas dependem dos meios de hospedagem oferecidos nas cidades, e costumam enfrentar dificuldades em relação à acessibilidade.

Por este motivo foram criadas normas e legislações que estabelecem a obrigatoriedade da acessibilidade nos estabelecimentos hoteleiros e turísticos. Segundo o Ministério do Turismo – MTUR (2006, p. 12-13), desde 1988, foram elaboradas legislações que preveem a acessibilidade nos meios físicos para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. Tornando totalmente relevante a necessidade de adaptação das estruturas para o atendimento adequado dos PNEs. Sendo assim, este trabalho teve o objetivo de analisar a acessibilidade nos espaços físicos de três hotéis de uma rede paraibana.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA LEGISLAÇÕES: LEIS, DECRETOS E PORTARIAS

A legislação foi criada para garantir os direitos humanos dos PNEs, e através das leis é que se pode assegurar o cumprimento da igualdade, no que diz respeito ao uso de estabelecimentos turísticos e hoteleiros. A principal função das leis é possibilitar que as edificações, vias públicas, empresas públicas e privadas, sejam adaptadas a fim de facilitar o acesso das pessoas com necessidades especiais.

Portanto, só através das legislações será possível ver o cumprimento da acessibilidade nas instalações, no lazer, na saúde, na educação e no trabalho. Dentre essas legislações, destaca-se a Lei nº 11.126, de 27/06/2005 – que “dispõe do direito da pessoa com deficiência visual de ingressar e permanecer em ambientes de uso coletivo acompanhada de cão-guia”. Essa lei determina que o deficiente visual possa permanecer em qualquer ambiente acompanhado do cão guia. Desta forma, os meios de hospedagem devem permitir a entrada de animais com essa finalidade, e não se deve privar os deficientes visuais de usufruírem dos serviços de hospedagem, caso eles andem acompanhados de animais. Na sequência serão apresentadas as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

NORMAS DA ABNT - NBR 15599:2008 E NBR 9050:2004

A norma NBR15599 (ABNT, 2008) estabelece instruções de acessibilidade na prestação dos serviços. Visa também acessibilidade por meio da adaptação de equipamentos, ou seja, equipamentos instalados para serem usados com intuito de se garantir a acessibilidade.

A NBR 15599 (ABNT, 2008, p. 12-13) é uma das normas criadas para garantir a acessibilidade adequada em estabelecimentos hoteleiros.

Pode-se observar também na norma NBR/9050 (ABNT, 2004, p. 84) que “em hotéis, motéis, pousadas e similares, os auditórios, salas de convenções, salas de ginástica, piscinas, entre outros, devem ser acessíveis”.

São inúmeras as observações que a ABNT faz para que sejam utilizados os meios mais adequados e eficientes para a acessibilidade. Essa norma é bem clara sobre a acessibilidade que os meios de hospedagem devem oferecer nas áreas de lazer como piscinas, sala de eventos, entre outros, que devem permitir o uso pelas PNEs. Outras normas complementares criadas pela ABNT, são a NBR 9050 (2004, p. 3) que trata da “acessibilidade em edificações, mobiliários, espaços, e equipamentos urbanos”; e a NBR 13994 (2000, p. 27) que aborda a exigência de “elevadores de passageiros para transporte de pessoas com deficiência”.

Pode-se notar que as normas foram estabelecidas em anos diferentes, demonstrando assim, que, no decorrer dos anos, mais exigências foram criadas para assegurar a permanência da clareza das necessidades das PNEs.

METODOLOGIA

A presente pesquisa classifica-se como um estudo de caráter exploratório e descritivo, seguindo uma abordagem quantitativa, com o intuito de obter resultados específicos, incluindo inicialmente uma pesquisa bibliográfica sobre temas relacionados à acessibilidade. No estudo de campo foram avaliados três hotéis de uma rede paraibana, com intuito de analisar a acessibilidade dos empreendimentos, e contou

com a participação dos gestores através da aplicação de um questionário elaborado especificamente com intuito de conhecer a percepção dos mesmos a respeito da acessibilidade. Durante o estudo foi utilizado um formulário fundamentado segundo as exigências da ABNT NBR 9050, que estabelece as medidas adequadas para os espaços físicos e mobiliários dos estabelecimentos, que podem receber PNEs, proposto por Barros (2012, p. 94-95), que estabelece as medidas adequadas dos espaços físicos e mobiliários. Os resultados foram analisados de acordo com o que é estabelecido nas normas que regulamentam a acessibilidade dos estabelecimentos. Para se obter os resultados com maior precisão, foi utilizado uma fita métrica para a medição dos mobiliários e alturas em geral.

RESULTADOS

Observou-se na pesquisa que a percepção dos gestores em relação à acessibilidade encontra-se distante da realidade que pôde ser observada na pesquisa, pois poucos conhecem sobre os decretos e legislações, e sua importância para que seja prestado um serviço inclusivo. Outro ponto observado foi a falta de estrutura totalmente adaptada nos espaços físicos e mobiliários (incluindo as unidades habitacionais). As áreas de lazer dificultavam o acesso de PNEs, uma vez que suas estruturas foram impensadas a respeito da acessibilidade, tornando dificultoso o acesso à piscina.

Apenas um dos três hotéis que foram avaliados, facilitava aos cadeirantes o acesso à piscina, possuindo uma rampa com inclinação recomendável pela ABNT. Pôde-se observar também a dificuldade no uso dos elevadores: ambos não possuíam pisos táteis e sinalizações em braile para facilitar o uso por pessoas com deficiência visual.

Nas unidades habitacionais adaptadas pelos estabelecimentos verificou-se que nenhum deles possuía box nos banheiros, mas as pias estavam com alturas irregulares. Notou-se também que nenhum dos três hotéis possuía espelhos com inclinação de 10°, adequada para cadeirantes. Quanto as barras de apoio nos banheiros, dois dos hotéis avaliados possuíam dimensões adequadas de 0,76 m. E os guarda objetos de uso rotineiro (guarda roupa), em duas empresas, encontravam-se adequados com altura de 1,20 m a 1,40 m, seguindo a altura recomendável.

As alturas das camas com colchão eram todas inadequadas segundo à ABNT, que exige 0,50 m de altura. Os cardápios disponíveis dentro das UHs e nos restaurantes não estavam sinalizados em braile. Quanto à circulação dos corredores, pôde-se identificar que todos encontravam-se com as dimensões adequadas de 0,90 m a 1,50 m.

CONCLUSÃO

Concluiu-se, então, que os três hotéis da rede paraibana ainda não se encontram totalmente acessíveis segundo as leis acerca da acessibilidade, tornando-os vulneráveis a sofrerem processos judiciais pelo não cumprimento das legislações, e ainda perderem a oportunidade de serem integrantes daqueles que praticam a inclusão social nos meios de hospedagem.

Sobre a avaliação dos gestores, eles demonstraram também que apesar de pertencerem a uma mesma rede, os mesmos possuem opiniões diferentes umas das outras, comprovando que a rede, de forma geral, ainda não dá relevância à questão da acessibilidade para receber melhor as pessoas com necessidades especiais.

Verificou-se também que a Paraíba recebe muitos turistas, mas ainda não atentou para importância do bem receber, necessário para se promover igualdade entre os diversos turistas que visitam a região utilizando os meios de hospedagem da região.

REFERÊNCIAS

ABNT NBR NM 313:2008. **Elevadores de passageiros** – Requisitos de segurança para construção e instalação – Requisitos particulares para a acessibilidade das pessoas, incluindo pessoas com deficiência. Disponível em: <http://www.pessoacomdeficiencia.gov.br/app/sites/default/files/arquivos/%5Bfield_generico_imagens-filefield-description%5D_23.pdf>.

ABNT NBR NM 9050:2004. **Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbano**. Segunda edição. Disponível em: <http://emap.fgv.br/sites/emap.fgv.br/files/u77/abnt_nbr_9050_.pdf>

BARROS, Cybele Ferreira Monteiro de. **Acessibilidade**: orientações para bares, restaurantes e pousadas. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

BRASIL. **Lei Nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000**. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Poder Executivo, Brasília, DF. Disponível em: <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l10098.htm>.

CAMISÃO. Verônica. **Turismo e Acessibilidade**. In: Turismo Social: Diálogos do Turismo: uma viagem de inclusão / Ministério do Turismo, Instituto Brasileiro de Administração Municipal. - Rio de Janeiro: IBAM, 2006

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Código Mundial de Ética do Turismo**. Disponível em: <<http://www.portaleducacao.com.br/turismo-e-hotelaria/artigos/6329/codigo-mundial->>

CONTORNANDO A SAZONALIDADE: ALTERNATIVAS PARA MANTER A RENTABILIDADE DOS HOTÉIS EM PERÍODOS DE BAIXA ESTAÇÃO

Elisama Ramos da Silva¹

Alex Barbosa²

Milena Araújo dos Anjos³

Hebert Augusto Borba⁴

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros⁵

INTRODUÇÃO

O turismo teve seu início devido à necessidade do homem em se deslocar motivado inicialmente pela carência de ampliar a sua visão de mundo, como também pela comercialização de diversos itens que não existiam em sua localidade. “Cada época da história da humanidade de-

1 Graduanda do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: elisamaramos2016@gmail.com

2 Graduando do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: allex.brb20@gmail.com

3 Graduanda do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: milenaaraujoufpb@gmail.com

4 Graduando do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: hebertaugust@gmail.com

5 Docente do Departamento de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Mestra em Engenharia da Produção e Bacharela em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: alinelima@ccta.ufpb.br

envolveu algum tipo de viagem de acordo com seus meios materiais disponíveis, com seus conhecimentos científicos adquiridos e com suas convicções em vigor” (CASTELLI, 2001, p.13).

O desenvolvimento dos meios de transporte, da tecnologia e dos meios de comunicação, associados às primeiras leis trabalhistas que davam o direito a uma redução da jornada de trabalho, férias remuneradas entre outros benefícios que possibilitaram um maior fluxo de pessoas com o intuito de viajar por diferentes razões e motivos, também foram razões para o desenvolvimento do turismo.

Um dos serviços essenciais para o desenvolvimento do turismo é o setor hoteleiro, que tem como função principal fornecer hospitalidade de qualidade. A Hotelaria é uma área que vem se desenvolvendo no mundo, e no Brasil não seria diferente, principalmente na região nordeste destacando-se pela sua riqueza cultural, com o folclore, música, gastronomia e artes; como também pela diversidade das belezas naturais.

Um dos destinos procurados no nordeste brasileiro é a cidade de João Pessoa, que conta com uma considerável rede hoteleira, onde um dos maiores desafios para este setor é a sazonalidade, que se caracteriza pela diminuição na rentabilidade do hotel no período de baixa estação, visto que o número de hóspedes não é suficiente para manter os custos do empreendimento, ocasionando em alguns casos na diminuição do quadro de funcionários e queda na qualidade dos serviços prestados. Por isso é comum que os hotéis busquem alternativas para minimizar esses impactos negativos.

Considerando a realidade na área de hotelaria, onde a queda da demanda turística é um grande problema em períodos de baixa estação,

questionam-se, nesta pesquisa, quais as alternativas para minimizar os efeitos da sazonalidade em empreendimentos hoteleiros?

E para responder a este questionamento, traçou-se o objetivo geral com o intuito de pesquisar quais os meios alternativos utilizados pelos hotéis em João Pessoa-PB para contornar a sazonalidade, como também os objetivos específicos visando apresentar se o hotel investigado utiliza o Day Use, serviços de alimentos e bebidas e eventos, além das contribuições de cada alternativa nas receitas dos hotéis; caracterizar a estrutura física disponibilizada pelos hotéis e identificar o perfil do público que essas alternativas atraem.

O desenvolvimento deste estudo se pressupõe de grande relevância, ao considerar a carência de investigação científica sobre as alternativas desenvolvidas na rede hoteleira para driblar os impactos negativos causados pela sazonalidade. Além disso, é importante ressaltar que apesar de ser um estudo local, com características peculiares, os resultados da pesquisa podem auxiliar a rede hoteleira que enfrentam dificuldades com as alternâncias temporais, ao conhecerem estratégias que possam ser aplicadas e/ou aperfeiçoadas, a fim de garantir a qualidade dos serviços prestados e certa estabilidade do quadro de funcionários em épocas de crise.

SAZONALIDADE E ALGUMAS ALTERNATIVAS PARA A DIMINUIÇÃO DE SEUS EFEITOS NA HOTELARIA

Mesmo diante de todo o glamour que a hotelaria pode incentivar, também existem problemas que atingem este setor, que é o caso do período sazonal. “O fenômeno da sazonalidade é considerado um dos maiores entraves da atividade turística comprometendo a sua es-

tabilidade e trazendo efeitos danosos a toda cadeia produtiva do setor” (MEDEIROS, 2007, p.74). Por isso é comum que os hotéis busquem alternativas para minimizar esses impactos negativos. Algumas alternativas encontradas para reduzir tais efeitos são os serviços de *day use*, os serviços do setor de alimentos e bebidas e os serviços do setor de eventos. Esses três serviços têm sido grandes aliados da hotelaria e têm contribuído para o aumento da receita favorecendo a rentabilidade dos hotéis na baixa estação.

DAY USE

O *Day Use* é um recurso inovador da hotelaria moderna. A hospedagem *Day Use* consiste na oportunidade do hóspede desfrutar dos serviços oferecidos pelo hotel sem a necessidade de pernoitar (MARQUES, 2004). A Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Distrito Federal (ABIH-DF), afirma que o serviço *day use* beneficia tanto hóspedes como as redes de hotéis: para os estabelecimentos com boa infraestrutura é uma oportunidade para aumentar o faturamento, além de alcançar clientes que jamais procurariam o hotel caso não houvesse essa opção de tarifa, como os moradores da própria cidade.

O hóspede tem direito a possibilidade de aproveitar tudo que o hotel proporcionar como *wi-fi*, piscinas, SPA, restaurante, estrutura de lazer e todas as mordomias daquele estabelecimento. Esse serviço torna-se mais atrativo, tendo em vista que as tarifas são mais baixas oferecendo descontos aos clientes que podem variar de acordo com a temporada e demanda. (PEREIRA E EICHENBERG, 2016)

SERVIÇOS DO SETOR DE ALIMENTOS E BEBIDAS

Com o avanço das tecnologias, a hotelaria e o setor de alimentos e bebidas (A&B) sofreram diversas inovações, seja no modo de

servir e de atender, como na maneira de preparação dos alimentos, e assim, desenvolveram inúmeras técnicas que juntas, construíram um equilíbrio entre o serviço e a demanda.

Os hotéis podem dispor de vários tamanhos, e com isso, o setor de A&B se molda ao hotel em que está inserido, podendo partir do mínimo de serviços, até os tipos de hotéis que tem como base uma cultura gastronômica mais avançada, e assim, possuir um serviço mais aprimorado. Muitas vezes no momento da escolha do hotel, o hóspede busca serviços mais diferenciados, e a concorrência torna-se bem mais acirrada.

O setor de A&B possui uma singularidade que faz a diferença na captação de recursos de um empreendimento hoteleiro, que é a possibilidade de atender pessoas que não estejam hospedadas em seu hotel; desse modo, alguns hotéis de maior porte permitem que seus restaurantes e bares permaneçam em pleno funcionamento para poder atendê-los, aumentando assim a sua receita, mesmo com o hotel estando com uma baixa ocupação. Isso acontece comumente em datas comemorativas, como no dia das mães: o mês de maio é um mês considerado de baixa estação, porém grande parte dos restaurantes está repleta de clientes comemorando o presente dia. (PORTAL DA EDUCAÇÃO, 2012).

EVENTOS

A hotelaria tem se aproveitado da crescente demanda de eventos, principalmente corporativos, mesmo tendo como atividade principal a hospedagem e o acolhimento dos clientes, como uma oportunidade de oferecer espaços direcionados para os eventos sociais e empresariais

oferecendo equipamentos multifuncionais como retroprojetores, *wi-fi*, computadores, salas de reunião, auditórios, entre outros, e assim, podendo driblar a sazonalidade presente nesse nicho de mercado. (ALENCAR, 2012)

De acordo com Schommer (2002, p. 01 *apud* ZANELLA, 2004, p.60):

evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica etc.

Segundo Bahl (2003, p.122) “a promoção de eventos é uma alternativa que pode contribuir para manter alta a taxa de ocupação, além de trazer lucros e consolidar a imagem da empresa”. De acordo com Cândido e Vieira (2003) os eventos que a hotelaria mais capta, são cursos, palestras, jantares, empresariais, promocionais, casamentos, formatura e etc.

METODOLOGIA

A pesquisa desenvolvida caracteriza-se como um estudo de caso, seguiu uma abordagem qualitativa de análise, e classifica-se com relação a sua finalidade como uma pesquisa exploratória. Segundo Gil (2008, p. 27) pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato. Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

Para alcançar o objetivo proposto utilizou-se a pesquisa bibliográfica, fundamentada na leitura de artigos científicos, livros, trabalhos de conclusão de curso, por meio digital ou impresso, e consultas a materiais disponíveis na internet.

Os dados da pesquisa foram coletados no dia 17 de maio de 2017, a partir da aplicação de um formulário no empreendimento hoteleiro de viés corporativo, que solicitou em não ser identificado, situado na cidade de João Pessoa. O formulário foi composto por 14 perguntas fechadas e abertas. As sete (7) primeiras questões estavam relacionadas com o perfil do respondente (sexo, faixa etária, estado civil, tempo de serviço, nível de escolaridade e cargo ocupado) e as sete seguintes foram associadas às questões relacionadas à como a sazonalidade interfere no meio de hospedagem e quais as alternativas rentáveis utilizadas por eles para minimizar esse efeito. Após a coleta de dados foi feita a análise e interpretação das respostas obtidas, transformando-as em texto corrido. A pesquisa apresentou algumas limitações, devido apenas um hotel ter tido disponibilidade para colaborar com a presente análise.

RESULTADOS

A investigação sobre as alternativas que o setor hoteleiro utiliza para contornar a sazonalidade são inúmeras, entretanto, o foco deste trabalho também foi apresentar se o meio de hospedagem investigado utilizava o setor de alimentos & bebidas, de eventos e o serviço de *day use* como ferramenta para contornar o período sazonal e manter sua rentabilidade.

A partir do formulário aplicado ao meio de hospedagem, primeiramente foi feita uma análise do perfil do entrevistado, onde consta

que o mesmo é do sexo masculino, solteiro e com 27 anos de idade. Possuindo ensino superior completo, com tempo de serviço de três anos no setor de recepção, sem ter exercido em nenhum momento um cargo de chefia. O gerente geral não estava disponível no momento em que foi aplicado o formulário, porém este recepcionista possuía um grande conhecimento acerca do hotel e das atividades realizadas no mesmo, devido ao seu tempo de serviço.

Nas questões referentes à análise do meio de hospedagem procurou-se compreender se as três alternativas avaliadas no referencial (alimentos & bebidas, eventos, *day use*) eram utilizadas pelo meio de hospedagem, se existiam outras formas de manter a rentabilidade do hotel em períodos de baixa estação e como tais alternativas influenciavam positivamente no funcionamento e na receita do hotel.

A primeira questão visava saber de qual forma a sazonalidade afeta o meio de hospedagem, tendo como resposta que, por ser um hotel de segmento corporativo, não é muito afetado, pois mesmo nos períodos de baixa estação, o hotel é frequentado por empresários e trabalhadores que acabam suprindo a demanda de ocupação, ou seja, é um hotel que recebe, na maioria das vezes, hóspedes que vem a eventos, ou seja, mesmo se o hotel não realiza diretamente eventos, mas se beneficia dos eventos que acontecem na cidade.

A pergunta seguinte procurou identificar qual o setor do estabelecimento mais afetado durante a baixa estação, foi respondido que a parte mais afetada seria o restaurante, já que não recebe tanta movimentação nessas épocas, mesmo que o hotel esteja com uma boa ocupação.

Outro ponto observado era conhecer quais os serviços prestados, na empresa que contribuem para manter a rentabilidade do hotel nos períodos de baixa estação. Obteve-se como resposta, dentre as alter-

nativas apresentadas, que o hotel apenas se utiliza de serviços de eventos e abertura de restaurantes para público interno e externo, não optando pelo serviço de *day use*.

No caso de ter sido assinalado o uso de eventos, foi afirmado pelo entrevistado que o hotel possui uma sala com capacidade para 20 pessoas para a realização de eventos, em geral corporativos. E o setor de alimentos e bebidas que também foi marcado como uma das alternativas utilizadas pelo hotel é aberto também ao público externo com um cardápio variado e com preços acessíveis, dessa forma atraindo um público diversificado, desde reuniões familiares a encontros de negócios.

Por fim, procurou-se entender se essas alternativas fizeram com que o hotel modificasse sua estrutura para atender a diversos públicos atraídos por essas possibilidades de serviços. Tendo assim como resposta final, que toda estrutura ainda é a original, sem nenhuma modificação na planta do hotel.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa tratou compreender quais métodos os hotéis se utilizam para contornar a sazonalidade que os atinge todos os anos, por isso foi elaborado um formulário com questões que procuravam entender se as três alternativas vistas no referencial teórico eram utilizadas pelo hotel e se existiam alternativas, além dos setores de eventos, A&B e *day use*.

Notou-se que por ser um hotel corporativo, ele não é tão afetado pela sazonalidade, em razão de que há sempre um público de empresários e trabalhadores que frequentam o meio de hospedagem mesmo em baixa estação devido aos eventos que acontecem na cidade. O hotel

dispõe apenas de uma sala com capacidade para 20 pessoas onde são realizados os eventos. Outro dado que o hotel apresentou, é que o restaurante é aberto para o público externo a preços acessíveis, e com isso, agrega um retorno financeiro mesmo sem as pessoas estarem hospedadas. O único ponto que não foi possível de analisar, foi o *day use*, pois ele não é usado no mesmo.

Desse modo, analisando as informações obtidas, considera-se como um maior agregador de renda para o hotel o setor de A&B, através da abertura de seu restaurante para o público externo.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, André. **Hotelaria aposta em eventos para aumentar rentabilidade**. Revista Hotéis, 2012.

BAHL, Miguel. **Eventos: A Importância para o Turismo do Terceiro Milênio**. São Paulo: Roca, 2003.

BRAGA, Gustavo Henrique. **Diária sem pernoite estimula procura por hotéis**. Ministério do Turismo, 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5089-diaria-sem-pernoite-estimula-procura-por-hoteis.html>. Acesso em 15 de out. 2017.

CANDIDO, Indio; VIEIRA, Elenara Viera de. **Gestão de Hotéis**. Técnicas, Operações e serviços. Caxias do Sul: Edusc, 2003.

CASTELLI, Geraldo. **Administração Hoteleira**. 8 ed. Caxias do Sul (RS): EDUCS. 2001.

GILL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas S.A, 2008.

MARQUES, J.Albano. **Manual de Hotelaria**. Políticas e Procedimentos. 2 ed. Rio de Janeiro: Thex Editora, 2004.

MEDEIROS, Andressa. **Turismo de eventos como estratégia no combate a sazonalidade: uma análise na hotelaria de Natal- RN**. Natal- RN .2007.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Diária Sem Pernoite Estimula Procura Por Hotéis**. 2015, Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/5089-diaria-sem-pernoite-estimula-procura-por-hotels.html> Acesso em 29 de abr. 2017

PEREIRA, Francielly de Lima; EICHENBERG, Fábio Orlando. Efeitos Dinâmicos da Sazonalidade: estudo de caso da estância mimosa ecoturismo em bonito-MS. Revista Turydes, 2016.

PORTAL DA EDUCAÇÃO. **Cargos e funções de A&B na hotelaria**. 2012, Disponível em: <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao/vargos-efuncoes-de-ab-na-hotelaria/13296>> Acesso em 27 de abr. 2017

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de Organização de Eventos: Planejamento e Operacionalidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2004.

A RELEVÂNCIA DA AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO NOS HOTÉIS DA ORLA DE JOÃO PESSOA

Keycianne Gomes de Sousa Silva¹

Pyetro Pergentino de Farias²

Milena Araújo dos Anjos³

Marcleide Maria Macedo Pederneiras⁴

INTRODUÇÃO

O turismo é uma das áreas econômicas que mais cresce no mundo atingindo uma elevada lucratividade, esse fato faz com que as pessoas queiram estar presentes no *trade* turístico. Na intenção que tudo saia dentro do planejado é preciso que um grupo se locomova gerenciando todo esse efeito multiplicador, no qual envolvem guias, agências, operadoras, transportes e principalmente a gestão da qualidade, garantindo uma elevada satisfação do consumidor, objetivando o seu retorno

1 Graduada do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: keycigomes@gmail.com

2 Graduando do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: pyetrofarias@gmail.com

3 Graduada do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: milenaaraujofpb@gmail.com

4 Docente Departamento de Turismo e Hotelaria e PROFIAP, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutora em Administração. E-mail: marcleide@gmail.com

e até mesmo o *marketing* que ele pode gerar através de redes sociais e conversas informais (TEIXEIRA, 2002).

Quando se trata de organizações hoteleiras a hospitalidade é indispensável. No intuito de se obter qualidade no atendimento ao cliente, esses gestores precisam que seus colaboradores estejam aptos para prestar assistência a seus hóspedes, em conformidade com que isso Araújo (2012) cita que é necessário seguir algumas etapas: sensibilização das pessoas envolvidas; definição de metas; avaliação dos processos; definição de indicadores de *performance*; e controle/acompanhamento.

No mundo moderno as organizações necessitam estar sempre se atualizando, pois a imprevisibilidade da globalização ocasiona as frequentes mudanças no andamento da gestão empresarial. Ao mesmo tempo em que a tecnologia avança, o nível de competência do colaborador passa a ser mais relevante ao empreendimento, de modo que as suas competências e o seu potencial começam a ser avaliados, objetivando trabalhar os pontos a serem melhorados, visando o crescimento do colaborador junto ao da organização (LUCENA, 1992).

Através desse advento, observa-se a necessidade de introduzir a medição de desempenho com a finalidade de mensurar o desempenho das organizações e adquirir informações para tomada de decisão para que essas empresas se mantenham no mercado.

Do exposto a pesquisa busca responder: **Quais as características na avaliação de desempenho organizacional dos hotéis na orla de João Pessoa?** Diante disso este estudo tem como objetivo identificar as características na avaliação de desempenho dos hotéis na orla de João Pessoa – PB. Visto isso à pesquisa se justifica por auxiliar a academia a entender as tomadas de decisões que vem ocorrendo em empresas de

João Pessoa, assim como apresentar ao mercado as análises do referido estudo.

A IMPORTÂNCIA DA MEDIÇÃO DE DESEMPENHO NA HOSPITALIDADE

No âmbito da gestão de pessoas, entende-se que há o gerenciamento descentralizado juntamente aos gerentes setoriais. Atualmente é exigido das organizações novos modelos de gestão dirigindo as ações da empresa. Durante o período de mudanças é preciso que a qualidade no serviço seja mantida na qual o cliente deve estar sempre satisfeito (PALADINI, 2006).

A diretoria junto à gerência define metas de desempenho e de desenvolvimento onde as atitudes e comportamentos são baseados nos valores da empresa, envolvendo a hospitalidade. Quando o funcionário está satisfeito e orgulhoso o seu nível de desempenho é aprimorado cada vez mais, acarretando atributos para o empreendimento e seu colaborador (TACHIZAWA, 2006).

Para algumas empresas o retorno dos resultados nas avaliações de desempenho é inútil, já que se tem a impressão de que nada é analisado e transformado em soluções práticas para a equipe. Porém, esse processo de estudo utiliza tempo em demasia, tornando, portanto, uma pesquisa improdutiva, na qual os dados já se tornaram ultrapassados. Com isso a análise de retorno dos resultados tem o enfoque diferente, tendo o desempenho como objeto de avaliação contínua procurando apresentar as ações ou medidas que necessitam ser tomadas para evitar e corrigir desvios que possam acontecer (LUCENA, 1992).

METODOLOGIA

Esta pesquisa, quanto aos fins, é caracterizada como exploratória e descritiva. Exploratória uma vez que se propõe a identificar e ampliar o conhecimento sobre as características na avaliação de desempenho no setor hoteleiro. É descritiva porque busca identificar as características utilizadas pelas empresas hoteleiras pesquisadas, assim como confrontar os achados da prática do setor hoteleiro com a literatura. No que se refere ao método abordado no estudo, classifica-se como dedutivo, visto que a pesquisa foi realizada com colaboradores de empresas do ramo da hotelaria, não sendo possível generalizar os resultados.

Quanto aos meios, esta pesquisa é bibliográfica e de campo, desenvolveu-se no âmbito dos hotéis da orla de João Pessoa, onde foram coletados os dados. A amostra da pesquisa foi constituído das 18 (dezoito) empresas do ramo da hotelaria, mapeadas através dos sites oficiais dos órgãos do turismo da Paraíba.

O instrumento de pesquisa foi composto por perguntas fechadas, adaptadas à realidade das empresas hoteleiras da região a ser estudada. A operacionalização da pesquisa se deu através do encaminhamento do questionário aos colaboradores das empresas hoteleiras por correio eletrônico, com a apresentação da pesquisa, o convite de participação e o *link* do questionário.

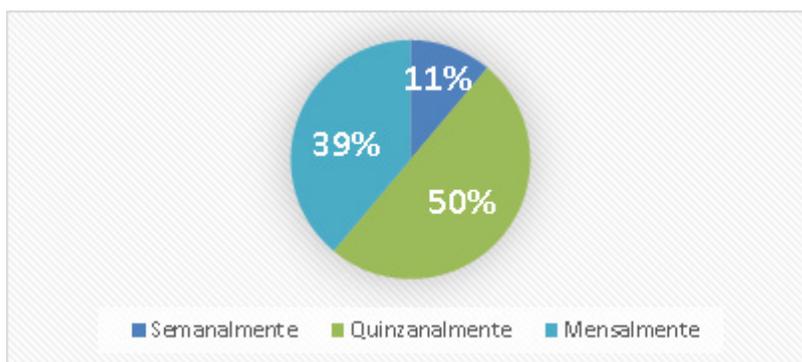
Após a compilação e tabulação dos dados, foi feito o tratamento estatístico utilizando-se a análise descritiva dos dados com o auxílio do software o *Microsoft Office Excel 2016*[®], apresentando os resultados através de tabelas e gráficos.

RESULTADOS

A princípio, examinou-se saber se existem reuniões na empresa, e em caso afirmativo qual a frequência em que ocorriam. Indagou-se também se a empresa compara os resultados dentro do que fora planejado e quais os resultados que uma medição de desempenho podem trazer para a empresa, com o intuito de avaliar e analisar se os mesmos atendem a finalidade do presente trabalho.

Quanto ao primeiro questionamento se existem reuniões na empresa, todos os participantes da pesquisa responderam de forma afirmativa. Continuando, buscou-se analisar a frequência em que as mesmas ocorrem, que estão representadas no gráfico 1.

Gráfico 1 – Frequência de reuniões



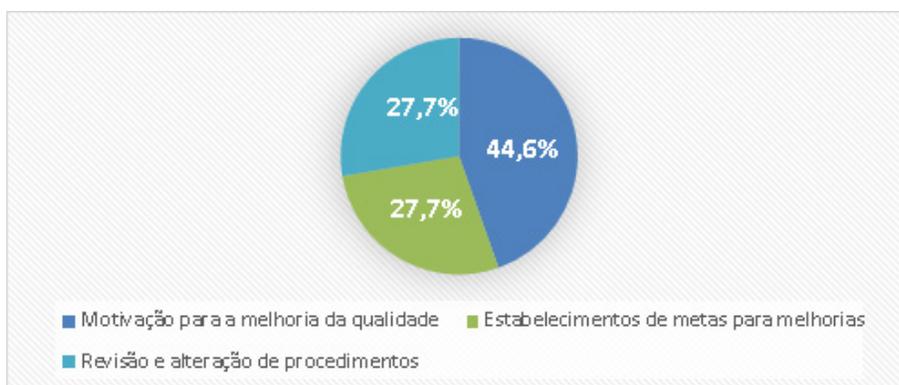
Fonte: Dados da pesquisa (2017)

De acordo com os participantes da pesquisa é possível identificar que a frequência desses debates ocorrem quinzenalmente em nove empreendimentos, chegando a 50% dos hotéis analisados, já em outros sete hotéis os gestores responderam que são realizadas reuniões mensalmente, e apenas dois hotéis que são semanalmente, correspondendo a 11,1%.

Também foi analisado se as empresas comparam seus resultados com o que foi planejado, logo todas as empresas respondentes, ou seja, 100%, afirmaram que comparam para que assim atinjam maior produtividade almejando o sucesso das organizações.

Finalizando o questionário, observou-se que os respondentes acreditam na eficácia das reuniões de avaliação de desempenho, e, portanto, apanhou-se saber quais os resultados esperados, como pode se observar no gráfico 2.

Gráfico 2 – Resultados esperados



Fonte: Dados da pesquisa (2017)

Dos 18 participantes da pesquisa, 08 responderam “motivação para a melhoria da qualidade”, totalizando 44,6% da população; 05 responderam “estabelecimento de metas para melhorias”, e os outros 05 responderam “revisão e alteração de procedimentos da empresa”, ocasionando os 27,7% cada um respectivamente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A adoção da avaliação de desempenho consiste numa análise organizacional em que este é um fator decisivo na gestão, onde são feitos acompanhamentos com decisões estratégicas a serem tomadas, gerando ganhos a empresa e desenvolvendo o seu crescimento.

Os funcionários dos hotéis entrevistados afirmaram que são realizadas reuniões mensais, quinzenais ou mensais para comparações do plano estratégico com os resultados obtidos e que tem por finalidade a melhoria, sendo este um meio de agregar valor a empresa possibilitando a sua expansão comercial.

Quando se analisa um colaborador o comprometimento dele com a empresa se faz sempre necessário, pois um funcionário comprometido acarreta benefícios a organização. Assim como a proatividade é algo essencial a um bom colaborador na busca de galgar espaço organizacional. Para isso, é de suma importância estar atento às oportunidades que surgem no percurso do funcionário junto à empresa, onde a avaliação de desempenho é a principal forma para compreender o andamento de cada funcionário de uma organização.

Conclui-se que a avaliação de desempenho é relevante para associar a missão, visão e valores da empresa com suas metas e objetivos, para isso é necessário estar fazendo *feedbacks* e motivando os colaboradores para haver melhorias contínuas. Este método de avaliação tem como propósito garantir qualidade de serviço, bem como o crescimento da empresa em longo prazo.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, L.C.G. **Organização, Sistemas e Métodos e as Tecnologias de Gestão Organizacional**. São Paulo: Atlas, 2012.

LUCENA, M.D.S. **Avaliação de Desempenho**. São Paulo: Atlas, 1992.

PALADINI, E.P. **Gestão da Qualidade**. São Paulo: Atlas, 2006.

TACHIZAWA, T. **Gestão com Pessoas**. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

TEIXEIRA, E.L. **Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

INCLUSÃO DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE A ACESSIBILIDADE PARA CEGOS EM HOTÉIS DE JOÃO PESSOA – PB

Amanda Ellen de Albuquerque Santiago¹

Kelly da Silva Souza²

Thayná Silva Teixeira de Lima³

Jefferson Oliveira da Silva Lacerda⁴

Aline Gisele Azevedo Lima de Barros⁵

INTRODUÇÃO

Quando se ouve falar sobre acessibilidade, o mercado pensa apenas em adaptar a infraestrutura de um local e torná-lo acessível para pessoas com deficiência física ou de mobilidade reduzida. Porém, sua prática vai mais além do que é e para quem é. O intuito de tornar o ambiente acessível para pessoas com qualquer tipo de deficiência, seja ela física, visual, auditiva ou mental, possibilita que as Pessoas com Necessidades Especiais (PNE) tenham autonomia, incluindo-as em todas as áreas e serviços, de forma que proporcione respeito, democracia e qualidade de vida.

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas NBR 16537 (2016), acessibilidade seria, de uma maneira geral, a possibili-

dade de percepção e entendimento no que se diz respeito a autonomia da utilização de espaços, equipamentos, sistemas e serviços por pessoas com deficiência. É interessante atentar que deficiência, de acordo a Organização Mundial da Saúde - OMS (2012 *apud* SILVA, 2014), é toda perda ou anormalidade de uma estrutura ou função cinética, fisiológica ou anatômica. Entre as deficiências citadas pela OMS que abordar-se-á neste trabalho, a deficiência visual, caracterizada pela cegueira total ou parcial, “compreende uma situação irreversível de diminuição da visão, mesmo após tratamento clínico e/ou cirúrgico e uso de óculos convencionais” (OMS, 2012 *apud* SILVA, 2014), que por muitas vezes é deixada de lado quando o assunto é acessibilidade.

De acordo com Silva (2014, p. 40), é necessário observar sobre o marketing que:

ainda há uma expressiva prioridade no campo acadêmico pela perspectiva gerencial, o qual possui a crença de que a função do marketing é, tão somente, aumentar a efetividade do processo de tomada de decisão dos gestores e alavancar, com técnicas, as vendas. Esta visão egocêntrica e jactanciosa distancia-se gradativamente do que se observa da busca pelo equilíbrio dos sistemas integrados de marketing, ou seja, foco no cliente, bem estar do mesmo, sustentabilidade da oferta, orientação para a satisfação do demandante, equilíbrio das trocas [...].

Considerando que a hotelaria faz parte do turismo e sendo este um dos setores que mais cresce, é preciso que os profissionais estejam atentos, principalmente no que se refere aos anseios e tendências do mercado, oferecendo aos seus clientes mais qualidade, conforto e comodidade a preços acessíveis. Com isso, deve-se apoiar em uma visão

de responsabilidade social, transformando estruturas e todo o aparato que os envolva na promoção da igualdade (ROCHA, 2011).

Desta forma, no intuito de proporcionar-lhes independência e acessibilidade para este nicho de mercado, percebe-se a importância da inclusão no meio digital, já que essa noção de inclusão seria uma extensão do meio social no qual se vive. De certo, destacam-se as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), dentre elas, o *site*, que segundo a Lei Brasileira de Inclusão nº 13.146, de 6 de julho de 2015:

Art. 63. É obrigatória a acessibilidade nos sítios da *internet* mantidos por empresas com sede ou representação comercial no País ou por órgãos de governo, para uso da pessoa com deficiência, garantindo-lhe acesso às informações disponíveis, conforme as melhores práticas e diretrizes de acessibilidade adotadas internacionalmente. (BRASIL, 2015).

No segmento turístico e hoteleiro, é importante que os empreendedores invistam em meios de hospedagem acessíveis, não sendo apenas o meio de hospedagem em si, como também o seu *site*, tendo em vista que o mesmo é uma ferramenta de acesso importante, ressaltando que há um grande número de pessoas com deficiência, e a maioria dispõe-se de tempo e uma boa renda, o que os torna um público com alto potencial para viajar, pois um ambiente acessível pode favorecer o *marketing*, gerar lucro e aumentar sua taxa de ocupação, tendo em vista que este público não viaja sozinho. A acessibilidade no setor hoteleiro deve viabilizar a independência e autoconfiança da pessoa com deficiência não apenas no ambiente escolhido para seu momento de lazer, como também nos *sites* dos meios de hospedagem que o Deficiente Visual (DV) acessa, proporcionando o desfrute desses serviços de forma

autônoma e sem interdições, tendo em vista que esse direito é garantido a qualquer pessoa, seja ela deficiente ou não (SILVA, 2014).

Buscando analisar essa inclusão no segmento turístico e a necessidade de tornar o ramo hoteleiro acessível para pessoas com qualquer tipo de deficiência, destacando nesta pesquisa o deficiente visual, e de como o marketing de inclusão beneficia o setor, levantou-se a questão de estudo: Existe acessibilidade digital para cegos nos hotéis de João Pessoa-PB?

Dessa maneira, buscou-se avaliar os *sites* de três hotéis da capital paraibana como ferramenta de acesso ao hóspede, verificando se existem barreiras comunicativas na obtenção de informações sobre o hotel e de como esse relacionamento afeta o seu *marketing*.

Por consequência, os resultados encontrados na presente pesquisa poderão contribuir não apenas para os gestores no planejamento de melhorias dos *sites* de seus meios de hospedagem para torná-los acessíveis para DV's, como também no contexto social conduzindo os meios de hospedagem local à como proceder e agir de maneira adequada trazendo a inclusão digital para o DV.

METODOLOGIA

A presente pesquisa apresenta-se como descritiva, que segundo Gil (2002, p.42) “têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”. Também assumiu o caráter de Estudo de Caso, que também de acordo com Gil (2002, p.54) “consiste no estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento”.

Para verificar se há acessibilidade para cegos na hotelaria, foi realizada uma pesquisa em três *sites* de hotéis de João Pessoa - PB que são considerados acessíveis de acordo com o *site* de descontos em reservas “Hotéis.com”, considerado uma Agência de Viagens Online. No *site* “Hotéis.com” os três hotéis pesquisados, A, B e C (nomes não revelados por questões éticas), possuíam um item de classificação de acessibilidade, onde foi verificado nos *sites* dos respectivos hotéis se a informação sobre a mesma era verídica. Por fim, também foi verificado se os *sites* dos respectivos hotéis eram acessíveis para deficientes visuais através do programa de comando de voz *VoiceOver* de um dispositivo móvel IOS, onde através dessa função o Deficiente Visual pode ter acesso a informações do hotel e assim efetuar sua reserva de forma autônoma.

RESULTADOS

Para tanto, na presente pesquisa verificou-se através do *site* “Hotéis.com” que os hotéis “A”, “B” e “C” no quesito acessibilidade dos respectivos *sites* possuem: “banheiros acessíveis”, “quartos Acessíveis” e chuveiros com barras de apoio”, porém nos *sites* oficiais dos respectivos hotéis não havia nada a respeito sobre essa acessibilidade mencionada no *site* de pesquisa. No hotel “B” havia um *Chat Online* onde foi perguntado ao atendente se o hotel era acessível para cegos, onde se obteve a seguinte resposta: “A acessibilidade é bem simples, temos rampa de acesso e elevador vai do subsolo até a cobertura no quinto andar”. E logo após foi lamentado a falta de acessibilidade.

Outro ponto de vista analisado foi a Inclusão Digital, onde a acessibilidade dos *sites* dos hotéis foram avaliados através do programa de voz “*VoiceOver*”, onde procurou-se saber se há uma fácil navegação

e simulação de reserva com autonomia, como também se há algum tipo de descrição das imagens disponíveis dos hotéis, porém apenas o hotel “A” foi avaliado como acessível na questão da navegação e simulação de reservas facilitando o acesso e falhando no quesito da descrição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Acessibilidade veio para dar autonomia as pessoas com necessidade especiais, idosos, gestantes e criança, onde promove o direitos delas irem e virem. O segmento hoteleiro está cada vez mais se expandindo dentro de João Pessoa, por isso os meios de hospedagem procuram sempre divulgar seus serviços virtualmente, que facilita o acesso de turistas e a comunicação entre os clientes e meio de hospedagem. Este trabalho buscou verificar se em algumas plataformas de *sites* de hotéis existia acessibilidade, onde uma pessoa com deficiência visual pudesse explorar e ter sua autonomia no momento da reserva, fazendo com que o mesmo não venha ter a necessidade da ajuda de terceiros. Constatou-se que apenas um dos três sites visitados é acessível parcialmente, falhando no quesito da descrição de imagens e os outros sites foram avaliados como totalmente inacessíveis.

Verificou-se que a questão de acessibilidade nos hotéis de João Pessoa ainda é algo escasso, principalmente se ela for voltada para pessoas com deficiência visual, pois como foi relatado neste trabalho, quando se fala sobre acessibilidade, remete-se apenas a deficiência física, esquecendo-se dos outros tipos de deficiência.

Se os gestores possibilitarem a acessibilidade dentro de suas empresas, poderão ter a oportunidade de atender todos os públicos, sendo eles com alguma limitação ou não, onde a acessibilidade não deve ape-

nas limitar-se a estrutura física do empreendimento e sim estender-se aos sites dos mesmos, tendo em vista que atualmente os sites são ferramentas importantíssimas. É necessário adaptar-se e informar-se para atender da melhor forma possível o público com deficiência visual.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR 16537**: Acessibilidade – Sinalização tátil no piso – Diretrizes para elaboração de projetos e instalação. Rio de Janeiro, 2016.

BRASIL, **Lei nº 13.146, de 06 de julho de 2015. Institui a Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência (Estatuto da Pessoa com Deficiência)**. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/lei/l13146.htm>. Acesso em 05 de maio de 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ROCHA, Jeferson Bruno da Silva. **“A acessibilidade na hotelaria sob o aspecto infraestrutural”**: Um estudo de caso no hotel Íbis. 2011. f.41. UEMS, Dourados-MS.

SILVA, Jefferson Oliveira da. **“Quando um degrau faz a diferença”**: um estudo sobre a acessibilidade em meios hoteleiros à luz do marketing social. 2014, 111 f. Dissertação (Mestrado em Administração) - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa.

HOSPITALIDADE VIRTUAL: UMA ANÁLISE DO USO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM POR HOTÉIS DE NATAL/RN

Paloma Mendes Silva¹

Catiane Lopes de Lima²

INTRODUÇÃO

A hospitalidade virtual surge de uma necessidade dos prestadores de serviços de acompanharem o processo de globalização e como um diferencial competitivo, tendo em vista que o atual cenário mercadológico, com as mudanças sobre as necessidades dos seres humanos, não só as motivações das viagens sofreram alterações como também a função do meio de hospedagem e junto a ela a forma de receber. No século XXI após o “boom tecnológico” a informação e o “bem receber” se tornam cada vez mais um critério para escolha para os usuários de meios de hospedagem decidirem por qual local irão optar, no entanto, a hospitalidade virtual tem o desafio de promover acolhimento, muito antes do produto ser ofertado. As mídias sociais tem sido uma das ferra-

1 Graduanda do curso de turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Técnica em Guia de Turismo pelo Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) - e-mail: palomamendest@gmail.com

2 Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Doutoranda do Programa de pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e pesquisadora voluntária do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) no Grupo de Estudos em Gestão do Turismo. E-mail: catianelopeslima@hotmail.com

mentas cruciais para despertar o interesse por um produto, provocando efeitos positivos/negativos nos turistas.

Dessa maneira, as grandes empresas prestadoras de serviços perceberam que o indivíduo tem consumido produtos e serviços virtualmente, inicia-se uma incansável busca para satisfazê-los, bem como manterem seus níveis de competitividade. Então a informação, ou seja, o acesso a ela, sua forma de ser transmitida, a sua facilidade de acesso e principalmente a velocidade com que a obtém, são os critérios que compõem a primeira impressão de um meio de hospedagem. Sendo essas impressões, cada vez, vinculadas ao ato hospitaleiro.

Segundo Camargo (2008, p. 17) “[...] a inclusão da hospitalidade virtual em sites na internet de empresas, cidades, órgãos públicos, indivíduos, etc. mostra uma tendência de forma essencial que é difícil imaginar o futuro da hospitalidade sem considerações do campo virtual”.

Diante dessas colocações e atrelando as inovações tecnológicas, questionou-se como os hotéis de Natal/RN estão se comportando quando o assunto é “bem receber” *online* através das redes sociais, sendo assim foi traçado o seguinte objetivo: analisar o uso de uma rede social (*instagram*) de três hotéis de grande porte da capital potiguar, tendo em vista o conceito de hospitalidade virtual e assim conhecendo a forma como os hotéis se relacionam com os hóspedes através das redes sociais.

PRESSUPOSTOS DA HOSPITALIDADE VIRTUAL

O “receber” ou o “bem receber” existe há muitos anos, entretanto, a maneira de fazer isso acontecer muda a depender da sociedade em que está inserido, como diz Castelli (2010, p. 11), em sua obra HOSPITALIDADE: A inovação na gestão das organizações prestadoras de serviço, que para se entender o que é hospitalidade e identificá-la é importante destacar seus antecedentes históricos “os primórdios da ci-

vilização humana, as civilizações orientais antigas, a civilização grega e a civilização romana”.

A hospitalidade foi surgindo aos poucos na humanidade através das necessidades fisiológicas de cada ser e na necessidade de agrupamentos. Com o aprendizado do homem no que diz respeito a agricultura e mais a frente com as civilizações orientais no que vem a ser as tabernas das civilizações, a comensalidade se torna uma das primeiras atividades características da hospitalidade, sendo exercida através dos grandes banquetes que eram ofertados pelos nobres. Já na Grécia Antiga o homem se tornou a figura mais valorizada da sociedade, sendo assim o culto a hospitalidade para a valorização do homem gerou diversos costumes sociais sobre o receber, tornando cidades como Atenas e Corinto famosas pela boa acolhida, criando até um fluxo maior de visitantes e a necessidade da construção de meios de hospedagem para receber esses viajantes.

A civilização romana também ficou famosa por seus banquetes e sua boa acolhida, e através de suas conquistas territoriais surgiu a necessidade da construção de uma espécie de albergues, denominados “mansiones” Castelli (2010, p. 47), para que os viajantes comerciantes, militares, funcionários e até turistas tivessem locais disponíveis para se hospedar e alimentar.

A relação entre turismo e hospitalidade virtual é que permite uma maior interação entre o consumidor do serviço e a empresa turística desse modo criando numerosas possibilidades de estreitamento destas relações, nascendo assim uma hospitalidade virtual.

Tomando como base a tecnologia e as redes sociais como apoio às transações comerciais no ambiente virtual, e os princípios da hospitalidade, as empresas que possuem esse tipo de recurso consegue se

destacar entre as demais, pois vivemos a era onde a disseminação das informações chegam em milésimos de segundo ao cliente.

Vale salientar que o conceito de hospitalidade virtual é uma forma de hospitalidade recente, a mesma está relacionada com todo o método que abrange o acolhimento do cliente, de forma virtual, através do design de um site, de uma rede social e da interação disponibilizada por essas ferramentas de comunicação, das informações disponíveis de forma acessível, fazendo com que haja troca de experiências desde o primeiro contato.

A maneira com que os meios de hospedagem têm se comportado diante de seus consumidores, sobretudo quando se trata de sua imagem nas redes sociais, é capaz de gerar no hóspede um sentimento de segurança e empatia ao escolher o local onde o mesmo irá se hospedar.

A partir da utilização do *marketing* e da hospitalidade virtual certificar-se que por meio desses elementos existe possibilidade que surja um relacionamento mais estreito com o cliente, além disso, é caracterizada por ser uma das fundamentais ferramentas de diálogo entre empresa e cliente (SOARES, 2013).

PERCURSO METODOLÓGICO

Para atender o objetivo proposto pela presente pesquisa recorreu-se ao tipo de estudo exploratório e descritivo, já que a hospitalidade virtual em meios de hospedagem é um assunto recente, e pretende-se com esta pesquisa abrir novas perspectivas e aportes teóricos sobre a discussão de tal assunto.

De acordo com tal perspectiva, foi utilizada a abordagem qualitativa. A coleta de dados se deu através da análise da rede social “*Instagram*” utilizada por três hotéis de grande porte da capital potiguar, Natal-RN, nos dias 25 e 26 de novembro de 2018, e de que forma os

mesmos estão utilizando a hospitalidade virtual como forma de fidelizar e atrair novos clientes, o instrumento utilizado nesta etapa foi a netnografia ou etnografia *online*, uma ferramenta que tem sido utilizada recentemente nas pesquisas acadêmicas, tendo em vista as influências e interações do ambiente virtual, seus indícios surgem desde décadas passadas, como bem explica Braga (2007, p.05):

O neologismo “netnografia” (nethnography = net + ethnography) foi originalmente cunhado por um grupo de pesquisadores/as norte americanos/as, Bishop, Star, Neumann, Ignacio, Sandusky & Schatz, em 1995, para descrever um desafio metodológico: preservar os detalhes ricos da observação em campo etnográfico usando o meio eletrônico para seguir os atores.

A netnografia permite grande facilidade na análise de dados, onde muitas vezes pode-se fazer gravações para uma análise posterior, além disso, é possível um grande número de informações sem muitos gastos financeiros ao pesquisador (RUTTER E SMITH, 2002).

Neste caso, foi realizada uma pesquisa a partir do modelo de Rosolino (2006), onde representou a hospitalidade em ambientes virtuais a partir de indicadores de caráter subjetivo: Conforto visual; Empatia com o ambiente acessado e; Atendimento a expectativa atingida. Tais indicadores serviram de base para análise da rede Social (*Instagram*) dos meios de hospedagem aqui investigados.

A análise dos dados foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo, visto que a mesma é considerada importante nas contribuições que oferecem às pesquisas em Ciências Sociais Aplicadas. Assim, após a coleta de informações, foram extraídas as interações entre a hospitalidade virtual e o uso das tecnologias da informação, neste caso, analisada a partir de uma rede social (*Instagram*) e seu uso pelos meios de hospedagem localizados na cidade de Natal-RN.

Os dados públicos da rede social *instagram* dos hotéis que fizeram parte da amostra deste estudo, foi possível discorrer sobre a diferença na forma de como a hospitalidade é ofertada através do *instagram*, bem como é feito o trabalho de cada um e a forma como se portam com os clientes.

ANÁLISE DO USO DA REDE SOCIAL INSTAGRAM POR HOTÉIS DE NATAL/RN

A seguir serão apresentados os principais resultados da pesquisa, feita através da técnica da netnografia, onde foi analisada a rede social *Instagram* de três hotéis da cidade de Natal/RN, foi levada em consideração três dimensões da hospitalidade virtual segundo Rosolino (2006):

- **Conforto visual:** Nesta primeira dimensão os três hotéis apresentaram uma disposição visual bastante interativa, com imagens internas dos serviços que são ofertados por cada um, sobretudo o aspecto gastronômico, valorizando a cultura local, o aspecto sonoro em uma das redes sociais chamou bastante a atenção, toda interação é acompanhada por música. Em outra rede analisada, o hotel fez uso de fotos reais de hóspedes usufruindo dos serviços, o que sugere maior confiabilidade por parte das pessoas que ainda não conhecem o local, deixando o cliente atraído, no entanto o conforto visual muitas vezes pode ser negativo, pois cria uma expectativa muito grande no consumidor, e que muitas vezes não é alcançada.

- **Empatia com o ambiente acessado:** Notou-se, neste quesito, uma comunicação virtual muito intensa, o uso de palavras e frases são extremamente convidativas nas três redes sociais, as palavras/frases mais comuns foram: “Estamos esperando você para desfrutar dessa maravilha!”; “Em agradecimento à sua volta, aqui estão as nossas melhores

ofertas do ano!"; "Preparamos um feriado incrível para você e sua família!" "Os petiscos mais saborosos de Natal estão aqui!"; "Venham conhecer nossos drinks de frutas tropicais para refrescar o calor!", além do uso de pronomes pessoais que indicam seriedade e respeito ao hóspede. Pode-se perceber que palavras/frases como essas têm o intuito de fazer com que o cliente se sinta único e especial, além do apelo comercial que estimulam e incentivam a realização da reserva.

- **Atendimento a expectativa atingida:** Na dimensão atendimento a expectativa atingida, na rede social de um dos hotéis analisados, o que chamou a atenção foi o suporte *online* com objetivo de serem retiradas as dúvidas e fazer a reserva do cliente, através da seguinte frase: "Deslize aqui para reservar agora", ou seja, com um clique o *Instagram* te leva diretamente para página de reserva que ao abrir recebe o cliente com "Seja bem-vindo ao paraíso" Tire dúvidas ou faça sua reserva de maneira simples e eficiente", trazendo maior comodidade ao hóspede. Em outra rede analisada, a mesma apresentava "cinco motivos" para reservar aquele meio de hospedagem, com muita interação o hotel apresentou os cinco motivos, um a um, de forma dinâmica e interativa, e já mostrava os períodos em promoção e as principais datas disponíveis para reserva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude dos fatos mencionados pode-se acreditar que a hospitalidade virtual ainda é um tema recente no meio acadêmico, e surgiu a partir da hospitalidade privada, assim como os outros tipos de hospitalidade. Os meios de hospedagem que utilizam a hospitalidade virtual têm uma vantagem no mercado em relação à concorrência, percebe-se que ainda existem meios de hospedagem que ainda não possuem um

ambiente virtual, onde apresente sua marca e seus serviços, uma estratégia cada vez mais comum entre os hoteleiros.

Espera-se que a presente pesquisa possa confirmar o impacto sobre a administração das redes sociais (neste caso o *instagram*) para o *marketing* do hotel, fazendo o uso da hospitalidade virtual. Tendo em vista que, a velocidade da informação e a facilidade de acesso a ela vem se tornando critério de competitividade entre estabelecimentos hoteleiros, aqueles que mantêm um bom relacionamento virtual com seus antigos e futuros clientes, faz com que se crie neste hóspede um vínculo, despertando no mesmo o desejo de retorno ao destino, e conseqüentemente escolher o mesmo hotel. O fato de se sentir bem acolhido antes mesmo de ter se hospedado no hotel, faz da hospitalidade virtual uma ferramenta de extrema importância para a captação de novos hóspedes, além do *marketing* boca a boca e a fidelização de clientes, que continuam a frequentar sempre o mesmo hotel.

Portanto, a hospitalidade virtual se coloca como uma importante ferramenta tanto para divulgação do empreendimento hoteleiro, e dos serviços ofertados, bem como para acolher o hóspede que muitas vezes está à procura de um local para se hospedar, além disso, em pleno século XXI os meios de hospedagem precisam se adequar às necessidades que surgem do mercado, e se posicionarem diante da revolução tecnológica para manterem ou criarem uma vantagem competitiva.

REFERÊNCIAS

BRAGA, A. Usos e consumos de meios digitais entre participantes de weblogs: uma proposta metodológica. In: **Anais do XVI Encontro da Compós, na UTP**, em Curitiba, PR, 2007. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/biblioteca_162.pdf - Acesso em 01 de Out. 2017.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. A pesquisa em Hospitalidade. **Revista Hospitalidade, Ano V, número 2** – Dezembro 2008. Disponível

em: <https://www.rev Hosp.org/hospitalidade/index> - Acesso em 01 de out. de 2017.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade: A inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010.

PENA, Rodolfo F. Alves. **Era da Informação**. Disponível em: <http://mundoeducacao.bol.uol.com.br/geografia/era-informacao.htm> - Acesso em: 09 out. 2017.

ROSOLINO, Maria José. **Reflexões sobre a hospitalidade virtual e suas implicações no planejamento e construção de web sites no mercado editorial**. Disponível em: http://tede.anhembi.br/tedesimplificado//tde_busca/arquivo.php?codArquivo=111 Acesso em 22 de novembro de 2018.

RUTTER, Jason; SMITH, Greg. **Ethnographic Presence in Nebulous Settings: A Case Study**. Paper presented at ESRC Virtual Methods Seminar Series. Brunel University, 2002.

SOARES, Cláudia Mesquita Pinto. Hospitalidade virtual: uma tentativa de compreensão. **Revista Hospitalidade**, V. X, número 2 – dezembro 2013.

A HOSPITALIDADE E O TURISMO DE EXPERIÊNCIA: AS RELAÇÕES INTERPESSOAIS BASEADAS NA HOSPEDAGEM DE COUCHSURFING

Mellyssa Layla Barbosa Damasceno¹

Vitória Maria de Souza Alves Martins²

Luana Michelli Campos Morais³

Catiane Lopes de Lima⁴

INTRODUÇÃO

A plataforma *Couchsurfing* foi criada com o intuito inicial de oferecer um site para pessoas se conectarem no mundo inteiro, promovendo viagens mais acessíveis, sem mencionar experiências culturais mais imersivas, encorajando os usuários a oferecer e se beneficiar da hospedagem domiciliar gratuita (MORAN, 2011, tradução das autoras, 2017).

Este trabalho tem como objetivo analisar a hospitalidade em um novo modelo de hospedagem conhecido como *Couchsurfing*, de forma que, pode ser melhor explorado estando diretamente ligado à com-

1 Graduada do Curso de Turismo – UFRN. E-mail: mellyssa_layla@hotmail.com

2 Graduada do Curso de Turismo – UFRN. E-mail: martinsvitoria2906@gmail.com

3 Graduada do Curso de Turismo – UFRN. E-mail: luana_camposmorais@hotmail.com

4 Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Doutoranda do programa de pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e pesquisadora voluntária do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) no Grupo de Estudos em Gestão do Turismo. E-mail: catianelopeslima@hotmail.com

plexidade das relações interpessoais neste meio e em como as pessoas tem procurado viver experiências diferentes, visando assim um contato aprofundado com novas pessoas e culturas.

Para Dias (2002), a partir desse fenômeno da hospitalidade que se transforma em “produto” e se caracteriza como “serviço”, e se refere à interação satisfatória entre as pessoas estranhas, ao conforto fisiológico e psíquico do hóspede, por meio de estruturas físicas, culturais e do espaço. Isso implica dizer que o estudo da hospitalidade é a compreensão de um amplo e complexo contexto sociocultural, ou seja, a partir do atendimento hospitaleiro gratuito que os *Couchsurfers* oferecem faz com que surjam momentos em que se criam novas relações.

O *couchsurfing* se diferencia das outras plataformas por ser uma nova prática colaborativa do ser humano em emprestar seu sofá, sua casa, suas roupas, seus amigos, ou seja, itens pessoais sem nenhum retorno financeiro. “Nós imaginamos um mundo melhorado por viagens e viagens feitas mais ricas por conexão. Os *Couchsurfers* compartilham suas vidas com as pessoas que enfrentam, promovendo o intercâmbio cultural e o respeito mútuo”⁵.

BREVE CONTEXTO SOBRE HOSPITALIDADE

Segundo Walker (2002, p. 4), o termo Hospitalidade “[...] é tão antigo quanto a própria civilização [...]. Deriva da palavra de origem francesa ‘hospice’ e significa dar ajuda / abrigo aos viajantes”.

Já Castelli (2010) justifica que, a palavra hospitalidade, teria surgido pela primeira vez na Europa, no início do século XIII e significava hospedagem gratuita, atitude caridosa oferecida aos viajantes da época. Nasce a primeira ideia de hospitalidade, assim como o ato de comer junto, caçar, partilhar.

⁵ couchsurfing.com

Dencker (2004, p.189), acrescenta que:

A hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras sociedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do dom. Todas as sociedades têm normas que regulam essas relações de troca entre as pessoas, o que parece demonstrar que, de alguma maneira, elas atendem a uma ou mais necessidades humanas básicas.

A hospitalidade consiste em exercer qualidade nos serviços, devido ao ato de hospedar considerando sempre o bem-estar do cliente. Porém, a hospitalidade se caracteriza não apenas por isso, consiste na união de pessoas, culturas e costumes, ou seja, refere-se em uma relação de troca de valores entre o anfitrião e visitante.

Podendo assim dizer que, a hospitalidade é vista como um ritual básico do vínculo humano, que se dá em um momento de interação entre dois atores: no primeiro momento um ator vira anfitrião para receber o hóspede, e num segundo momento, a troca de papéis. Existindo assim, leis não escritas para regulamentar este ritual de sociabilização, onde até mesmo a violação dessas leis se caracterizaria como crime.

Hospitalidade é um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não verbais ou de conteúdos verbais que constituem fórmulas rituais 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)

A troca de experiências e valores entre o visitado e visitante, resulta em uma abrangente riqueza de conhecimentos, podendo assim criar uma nova visão de mundo e inserir valores originais ao relacio-

namento humano, conseqüentemente afetando nos aspectos sociais e culturais.

Nos dias de hoje, a hospitalidade está voltada também para os segmentos do meio turístico. De acordo com Gouirand (1994) o turismo e hospitalidade estão indissociavelmente ligados, pois, quando se fala em turismo, se pensa em acolhida, e sem um bom acolhimento, não existe turista satisfeito.

De uma forma geral, a hospitalidade, pode ser conhecida por diversas formas e associações, tais como confortabilidade, receptividade, sociabilidade, não possuindo uma definição universal, devido ao fato dela mudar de tempo em tempo e de lugar a lugar. Independentemente do tempo e do espaço explorado, a hospitalidade tem como finalidade o bem-estar e à satisfação do visitante.

PERCURSO METODOLÓGICO

Para atender o objetivo proposto pelo presente estudo, realizou-se uma pesquisa do tipo exploratória, com o intuito de analisar as principais características que norteiam a hospitalidade através da experiência que os turistas têm neste novo modelo de hospedagem (*Couchsurfing*).

A abordagem utilizada foi qualitativa que segundo Vergara (2005, p. 257) “contempla a subjetividade, a descoberta, a valorização da visão de mundo dos sujeitos”, foi realizado um levantamento teórico acerca da temática, onde foi possível fundamentar a pesquisa em teorias sobre a hospitalidade, sobretudo seus antecedentes históricos, envolvendo a observação simples e participante da dinâmica do site e das interações entre os participantes dentro e fora deste ambiente.

A Plataforma *Couchsurfing* como Rede de Hospedagem

O *couchsurfing* foi criado em 2004, por Casey Fenton, Daniel Hoffer, Sebastian Le Tuan e Leonardo Bassani da Silveira. A ideia surgiu em um planejamento de viagens de Casey Fenton que desejava ir para a Islândia, enviou e-mail para 1.500 estudantes nativos pedindo moradia. Houve respostas positivas e conseguiu passar uma semana em Reykjavik. Quando voltou para os Estados Unidos entrou em contato com os outros fundadores e assim formaram uma nova rede de hospedagem.

O intuito inicial era oferecer uma plataforma para pessoas se conectarem no mundo inteiro, promovendo viagens acessíveis, além das experiências culturais mais imersivas, encorajando os usuários a oferecer e se beneficiar da hospedagem domiciliar gratuita. (MORAN, 2011). Em 2011, a organização deixou de ser não lucrativa, com um investimento de US\$7,6 milhões. O *Couchsurfing* conecta os viajantes com uma rede global de pessoas dispostas a compartilhar de formas profundas e significativas, fazendo da viagem uma experiência verdadeiramente social.

No âmbito virtual, a empresa afirma ser uma comunidade global com mais de 14 milhões de membros dispersos em 200 mil cidades. Contudo, não é possível verificar quantos são os usuários ativos, ou seja, aqueles que acessam regularmente a plataforma e a utilizam para se hospedar ou receber alguém.

No site do Couchsurfing.com eles dizem que imaginam um mundo melhorado por viagens e viagens feitas mais ricas pela conexão. Na sua página inicial eles informam seus principais objetivos e três pontos principais são focados:

- Viajar o mundo: hospedar-se em todos os países da Terra e vivenciar experiências de uma forma que o dinheiro não pode comprar;
- Redescobrir sua cidade: participar dos eventos do seu Estado ou País. Um verdadeiro intercâmbio perto de você;
- Torne-se um anfitrião: abra sua casa para os viajantes, faça o mundo um pouco menor e mais amigável.

Os princípios que o *Couchsurfing* carrega é de não apenas um meio de hospedar sem pagar, mas também uma forma de aproximar pessoas e construir relações. No site a imagem que representa os valores da plataforma simula a escrita em um quadro negro, recordando a sensação de constante aprendizagem que o site deseja passar para seus usuários.

Figura 1: visão do site



Fonte: <https://www.couchsurfing.com/about/values/>

“Nós pressentimos um mundo onde todos podem explorar e criar conexões significativas com as pessoas e lugares encontrados. Construir conexões significativas entre as culturas nos permite responder à diversidade com curiosidade, apreciação e respeito. A apreciação da diversidade propaga tolerância e cria uma conexão global.” (Tradução das autoras, 2017).

Por não se caracterizar como um prestador de serviço surge o problema de não ser possível, para o governo, cadastrar e regular as hospedagens. No Brasil, o CADASTRUR é a ferramenta usada pelo Ministério do Turismo para o cadastro nacional dos prestadores de serviços turísticos, tal como um banco de informações.

A plataforma possui algumas ferramentas de verificação para garantir uma boa estadia e promover segurança para os usuários, como a avaliação dos usuários que permite, ao final da hospedagem, o anfitrião e o hóspede avaliarem a estadia e esta fica disponível no site para todos os demais terem acesso. Outra ferramenta é o sistema de verificação. Mediante o pagamento de uma taxa de US\$20,00 anuais (que o próprio site converte para o país de origem do usuário), é verificada a presença *online*, por e-mail ou *Facebook*, e o endereço, pelo envio de um cartão postal para o endereço fornecido pelo usuário, de acordo com o blog do site (COUCHSURFING, 2015).

A hospitalidade no *Couchsurfing* pode ser vista como uma característica advinda da Grécia, que até hoje possui uma hospitalidade bastante desenvolvida e partindo de outro ponto de vista o *Couchsurfing* é uma plataforma que pratica o inverso da xenofobia (aversão ao estrangeiro), ou seja, a palavra grega *philoxenia* significa dizer amor ao estrangeiro, e partindo dessa premissa identifica-se o ato de hospedar nessa plataforma como a dádiva pura e genuína, o simples receber pelo receber, a busca por conhecer novas culturas e novas pessoas sem querer nada em troca, apenas o conhecimento e as trocas de experiências.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar a hospitalidade em um novo modelo de hospedagem conhecido como *Couchsurfing*. Mostrar como a hospitalidade está inserida nesta plataforma através dos

modos hospitaleiros de quem recebe os turistas, e perceber as experiências e expectativas dos turistas e dos receptores ao utilizarem esta plataforma.

Para futuros estudos, recomenda-se realizar uma pesquisa para identificar os perfis do turista que usa este tipo de hospedagem, para assim entender suas motivações e o que ele procura ao utilizar esta plataforma, também, destacar a importância desta modalidade para a tendência do turismo de experiência, fazer relatos das experiências e expectativas dos turistas e dos receptores ao utilizarem esta plataforma.

REFERÊNCIAS

AVENA, BIAGIO M. **Turismo, educação e acolhimento**: um novo olhar. 1. Ed. São Paulo, Roca 2006.

BERLO, David Kenneth. **O processo da comunicação**: introdução à teoria e à prática; tradução Jorge Arnaldo Fontes. – 10ª ed. – São Paulo : Martins Fontes, 2003. – (Coleção biblioteca universal).

CAMARGO, LUIZ. O. L. **A pesquisa em hospitalidade**. Revista Hospitalidade, ano V, 2. Ed. P. 15-51, jul – dez. 2008.

CAMPOS, Sinara. Os Cinco Sentidos Da Hospitalidade. Observatório de Inovação do Turismo – **Revista Acadêmica Volume III – Número 1** – Março/2008.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: A inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. São Paulo: Editora Saraiva, 2010.

COSTA, Ewerton. **Comensalidade**: A dádiva da hospitalidade através da gastronomia. CULTUR, ano 09 - nº 02 – Jun/2015. Disponível em: <CULTUR, ano 09 - nº 02 – Jun/2015.>.

DALPIAZ R.C.C, DAGOSTINI, Aline. GIACOMINI, Deisi. GIUSTINA, M.G.S. **A Hospitalidade No Turismo: O Bem Receber**. Disponível em: http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf.> - Acesso em 10/08/17

DIAS, Célia (org). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Editora Manole, 2002.

MAUSS, M. **Ensaio sobre a dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas.** Sociologia e Antropologia. v. II. São Paulo, Edusp 1974 [1923-24].

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensão do homem.** São Paulo: Cultrix, 1969.

MORAN, Gwen. *How Couchsurfing got its start, and Landed VC Millions.* 2011.

PLATAFORMA *Couchsurfing.* **Dados e informações sobre a plataforma.** Disponível em: <http://www.couchsurfing.com/about/about-us/> - Acesso em 18/08/17

PRIMO, Alex. **Interação mutua e reativa: uma proposta de estudo.** Revista da Famesco, n.12, p. 81-92, jun., 2000.

_____. **Interação Mediada por Computadores: comunicação, cibercultura e cognição.** Porto Alegre: Sulina, 2007.

STOLL, Sueli Maria. **Hospitalidade: conceito e reflexões sobre sua percepção prática dentre os hoteleiros do destino turístico Balneário Camboriú** – SC. 2006. 72 f. Dissertação (Mestrado em Planejamento e Gestão do Turismo e da Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2006.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração.** São Paulo: Atlas, 2005.

DA TEORIA À PRÁTICA: A IMPORTÂNCIA DO ENSINO COM AULAS PRÁTICAS NAS DISCIPLI- NAS DE ALIMENTOS E BEBIDAS NO CURSO DE HOTELARIA

Karla Pereira de Lima ¹

Pedro Vítor Roque Fernandes de Souza²

Jefferson Oliveira da Silva Lacerda³

Selma dos Passos Braga⁴

INTRODUÇÃO

O curso de graduação em Hotelaria da Universidade Federal da Paraíba é composto por um currículo interdisciplinar, onde se busca capacitar os universitários a se tornarem aptos para exercer todos os cargos de gestão existentes em meios de hospedagem, sejam eles: Hotéis, Pousadas, Flats, Hospitais, Clínicas, *Spas*, Cruzeiros (meio de hospedagem flutuante), dentre outros. Para os quais se busca capacitar o corpo discente por meio de aulas teórico-práticas com abordagens direciona-

1 Graduanda do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: karla.limaa20@gmail.com

2 Bacharel em Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: pv_rf@hotmail.com.

3 Doutor em Administração, Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Mestre em Administração e Bacharel em Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: jeffersoncantalice3@gmail.com

4 Docente do Departamento de Gastronomia, Mestre em Ciências e Tecnologia de Alimentos, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: selmaufpb@yahoo.com.br.

das aos diversos setores que abrangem o ramo hoteleiro, como recepção, reservas, governança, restaurante, alimentos e bebidas (A&B), recursos humanos entre outros.

As seis disciplinas que compõem a área definida como Alimentos e Bebidas (A&B) são ofertadas a partir do primeiro período do curso, as quais pertencem aos conteúdos complementares obrigatórios cujo objetivo principal é capacitar os alunos para atuarem nos diferentes ramos deste segmento.

Nesse contexto a aula teórica aliada à prática se faz necessária para o alcance dos objetivos, pois contribui efetivamente para uma melhor compressão dos assuntos abordados em sala. O direcionamento das aulas práticas depende da proposta apresentada na ementa de cada disciplina, podendo ser realizada em laboratório – cozinha experimental, visitas técnicas entre outros.

Para Camargo; Sheid e Gullich (2012) na ciência a realização de experimentos é uma excelente fonte de conhecimento, fazendo com que o aluno experimente o conteúdo e possa estabelecer uma relação da teoria com a prática. Peruzzi e Fofonka (2014) cita que as aulas práticas têm um reconhecimento importante no processo de aprendizagem, estimulando os alunos, permitindo assim o envolvimento destes na investigação científica, resolvendo problemas, compreendendo os conceitos e desenvolvendo habilidades. Segundo Winterstein (1995, p. 39), “... a teoria sem a prática é oca, a prática sem a teoria é cega”.

Para tanto, o objetivo do presente estudo é investigar a percepção dos alunos do curso de Hotelaria da UFPB acerca das aulas práticas, avaliando o nível de importância da mesma para a fixação do conteúdo teórico e analisar a opinião dos entrevistados sobre a eficiência deste processo de aprendizagem para a sua formação profissional.

A pesquisa justifica-se de grande importância para a avaliação do método de ensino das disciplinas, conhecendo na visão dos alunos o nível de aprendizado que foi alcançado a partir da execução das aulas práticas, bem como a importância das aulas práticas para a formação acadêmica dos graduandos.

METODOLOGIA

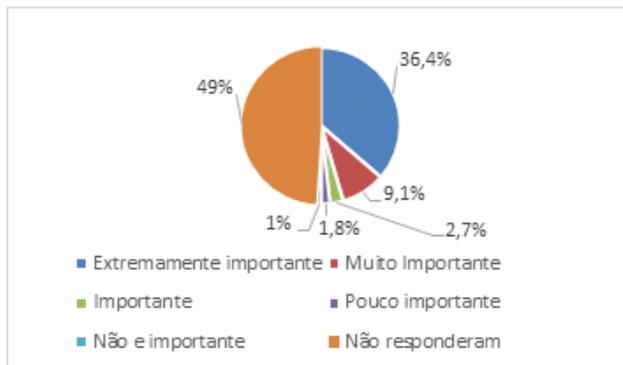
O presente estudo foi realizado através da abordagem quantitativa à partir da aplicação de um questionário *online* que foi divulgado para os alunos nas redes sociais *facebook* e *whatsapp*.

O questionário continha cinco questões objetivas com diferentes graus de concordância. Fez-se um levantamento do número de alunos matriculados entre o primeiro e sexto período e encontrou-se 110 alunos que já cursaram ou estavam cursando alguma das seis disciplinas que pertencem à área de A&B do curso de Hotelaria da UFPB e que participaram de aulas práticas, foram obtidas 56 respostas o que representa 50,91% do universo de alunos. Os dados foram analisados através dos resultados obtidos em forma de gráficos e percentuais. Para Gil (2006) o questionário é uma técnica de investigação que tem como objetivo o conhecimento da opinião do investigado sobre determinada assunto.

RESULTADOS

Quanto à aplicação do questionário obteve-se um total de 56 respostas. No primeiro e segundo quesitos os alunos foram questionados quanto à importância das aulas práticas nas disciplinas, numa escala de 1 a 5, onde: 1 - não importante, 2 - pouco importante, 3 - importante, 4 - muito importante e 5 - extremamente importante.

Gráfico 01- Importância das aulas práticas para as disciplinas de A&B na percepção dos alunos do curso de Hotelaria da UFPB.

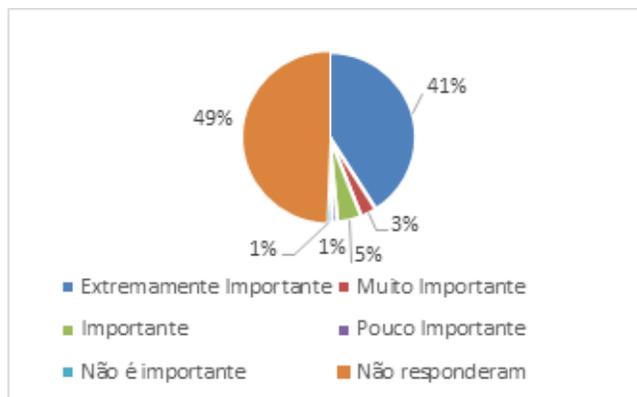


Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Logo, pode-se observar, através do gráfico 01, que dos alunos avaliados, 36,4% consideram que as aulas práticas são extremamente importantes e 9,1% muito importantes. Isto demonstra o grau de relevância das aulas práticas no currículo acadêmico, na percepção dos alunos.

No segundo quesito os alunos foram interrogados quanto ao apoio para continuação das aulas práticas nas disciplinas.

Gráfico 02 - Permanência das aulas práticas nas disciplinas de A&B do curso de Hotelaria da UFPB.

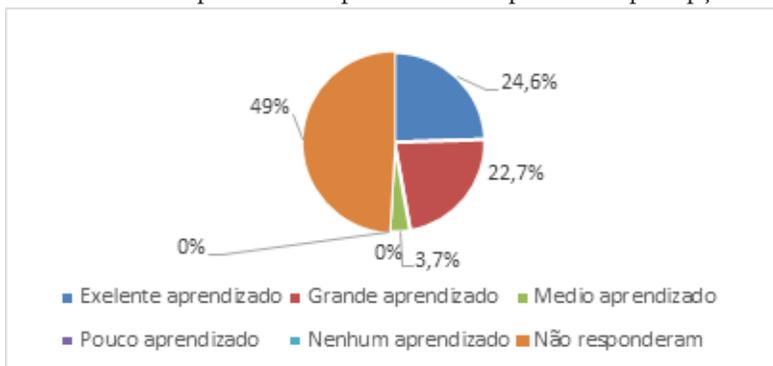


Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Observa-se no gráfico 02 que 41% responderam que é extremamente importante continuar a ter aulas práticas, que somados aos 3% do muito importante, 5% do importante, apresentam a grande maioria que pensam que se deva continuar a ter aulas práticas na área de A&B, com apenas 2% dos participantes da pesquisa respondendo que essa continuidade é pouco importante ou sem importância. Demonstra-se assim que, da mesma maneira que os alunos concordam que as aulas práticas são extremamente importantes, eles demonstram que devem permanecer na grade curricular.

Quanto ao nível de aprendizado abordado nas aulas práticas, as respostas podem ser observadas no gráfico 03.

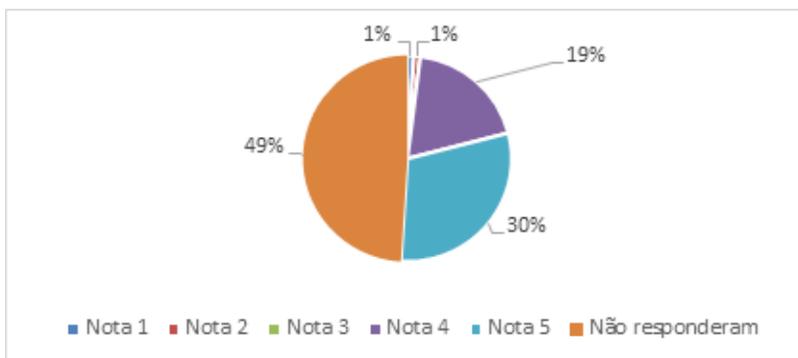
Gráfico 03 - Nível de aprendizado a partir das aulas práticas na percepção do aluno



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O gráfico 03 apresenta que 24,6% dos alunos afirmaram terem obtido um excelente aprendizado que somados aos 22,7% dos que responderam ter obtido um grande aprendizado, expõem que a grande maioria dos respondentes afirmam que as aulas práticas de A&B são importantes para o aprendizado do aluno. O que pode ser melhor visualizado no gráfico 04, ao atribuir-se uma nota entre 1 a 5, quanto ao nível de aprendizado.

Gráfico 04 - Nível de aprendizado a partir das aulas práticas na percepção do aluno – atribuição de notas



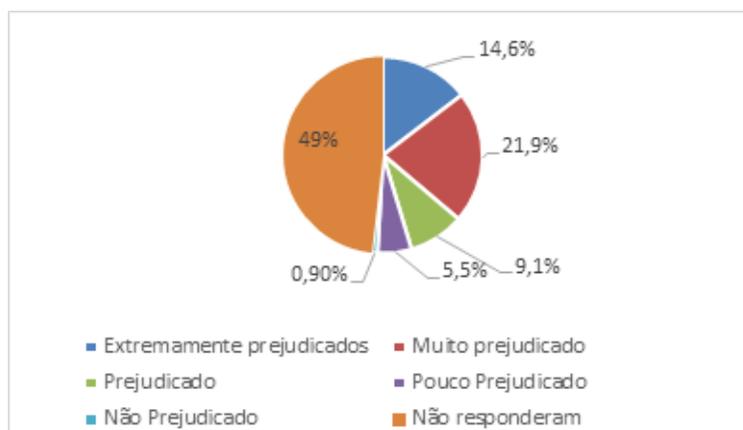
Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Neste quesito sobre uma pontuação a se dar ao nível de aprendizado, 30% dos alunos deram nota 5 e 19% nota 4, como pode ser observado no gráfico 04. Demonstrando assim que, na percepção do aluno, as aulas práticas contribuem para melhor compreensão dos temas ministrados nas aulas teóricas da área de A&B.

Estes resultados são similares à pesquisa de Prigol e Giannotti (2008), onde crianças que tiveram aulas práticas de ciências naturais obtiveram melhor êxito em um teste comparado àquelas que foram submetidas somente ao conteúdo teórico. Ou seja, a absolvição do conteúdo é melhor quando se faz uma interpelação entre os dois métodos.

E para finalizar o questionário, foi indagado sobre o quanto seriam prejudicados na sua formação profissional caso não houvesse aulas práticas, como se pode observar no gráfico 05.

Gráfico 05 – Ausência de aula prática nas disciplinas que compreendem a área A&B x formação profissional na visão dos alunos do curso de Hotelaria da UFPB.



Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O gráfico 05 apresenta que os alunos se sentem prejudicados no caso da ausência das aulas práticas de A&B, 21,9%, afirmaram que seriam muito prejudicados, ao passo que 14,6%, afirmaram serem extremamente prejudicados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com as afirmações da maioria dos alunos entrevistados pode-se concluir que as aulas práticas ministradas nas disciplinas pertencentes à área de Alimentos e Bebidas do curso de Hotelaria da UFPB são essenciais para melhor compreensão do conteúdo teórico, sendo de suma importância na formação acadêmica dos mesmos, contribuindo para uma melhor capacitação para o mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, R.C.; SHEID, N.; GULLICH, R.I.C.. **O ensino de ciências e a experimentação**. In: Seminário de pesquisa em educação da região sul. Curitiba, n 9. 2012.

GIL, A. C. **Métodos e técnica de pesquisa social**. Ed 7. São Paulo: Atlas, 2006.

PERUZZI, S, L.; FOFONKA, L. **A importância da aula prática para a construção significativa do conhecimento: A visão dos professores de Ciências da Natureza**. Revista EA. São Paulo, v 11, n 47, março/maio. 2014.

PRIGOL, Sintia; GIANNOTTI, Sandra Morais. **A importância da utilização de ensino-aprendizagem de ciências naturais enfocando a morfologia da flor**. ANAIS XX Semana da Pedagogia- UNIOESTE. Cascavel, 2008.

WINTERSTEIN, P.J. **“A dicotomia Teoria-Prática na Educação Física”**. ANAIS III Semana de Educação Física - Universidade São Judas Tadeu. São Paulo, p.38-45,1995.

AVENTURANDO-SE PELO SUL: UM ESTUDO ACERCA DA PER- CEPÇÃO DOS TURISTAS NO PAR- QUE ESTADUAL DE VILA VELHA EM PONTA GROSSA - PR

Pyetro Pergentino de Farias¹

Andressa Michelotto de Castro²

Keycianne Gomes de Sousa Silva³

Marcleide Maria Macedo Pederneiras⁴

INTRODUÇÃO

O turismo surgiu da necessidade do deslocamento humano e foi evoluindo com o passar do tempo ganhando áreas de segmentação para atrair e agradar todo o seu público, tornando-se assim uma das áreas econômicas que mais cresce no mundo (DIAS, 2004). O turismo tem aproveitado bem a tecnologia com a criação de novos serviços, aplicativos, publicidades e investimento em infraestrutura que segundo Castro (2002) é algo primordial no desenvolvimento turístico regional.

1 Graduando do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: pyetrofarias@gmail.com

2 Graduanda em Gestão de Turismo, Universidade Federal do Paraná (UFPR).
E-mail: dessa.michelotto@gmail.com

3 Graduanda do Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB).
E-mail: keycigomes@gmail.com

4 Docente Departamento de Turismo e Hotelaria e PROFIAP, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Doutora em Administração. E-mail: marcleide@gmail.com

O Parque Estadual de Vila Velha além de ser um dos atrativos regionais mais importantes para o turismo no estado do Paraná é uma unidade de conservação que dá atenção a outras áreas como a geologia, história e gestão ambiental, visto que o parque é um dos sítios arqueológicos do estado, do qual apresenta uma vasta flora e fauna, na qual seus arenitos são de um cunho histórico considerável. Uma unidade de conservação tem como enfoque preservar animais e vegetais, é uma especialização de um espaço protegido por regras (BENATI, 1999).

Através desse advento, a pesquisa busca responder: **“Quais as percepções obtidas pelas pessoas que visitam o parque estadual Vila Velha em Ponta Grossa-PR?”**. Diante do exposto este estudo tem como objetivo: identificar o(s) fator(es) que motiva(m) os turistas a visitar o parque estadual de Vila Velha em Ponta Grossa – Paraná, que há anos promove a relação de integração do homem com a natureza, ainda não é um representante real de demanda turística na cidade de Ponta Grossa. Porém é considerado o principal atrativo regional, tendo um grande número de visitas. São pessoas que procuram atividades ligadas ao Ecoturismo, pois a segmentação remete a uma melhor qualidade de vida (MENEZES, 2008).

A pesquisa se justifica academicamente por possuir uma grande relevância para os pesquisadores do turismo ecológico e de lazer, ainda se justifica de forma prática e social por proporcionar o aprendizado para a sociedade acerca da preocupação ambiental e da manutenção das paisagens naturais.

A RELEVÂNCIA DO TURISMO ECOLÓGICO

De acordo com o IAP (2004) o Parque Estadual de Vila Velha está localizado na cidade de Ponta Grossa, no segundo planalto do estado do Paraná. Foi estabelecido como parque no ano de 1953 com o intuito de preservar os arenitos e os campos nativos do Paraná. Com uma área de 3.122 ha, em 1966, pela Lei nº 2.192 o Parque Estadual de Vila Velha, foi tombado pelo Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico do Estado. A área apresenta vegetação de campo e capões de mato esparsos, onde se destacam os Pinheiros do Paraná. Seus principais atrativos são:

- Arenitos: formações rochosas que datam 340 milhões de anos, período carbonífero. Modeladas pela ação erosivas dos ventos e chuvas possuem algumas formas, uma das mais famosas e cartão postal do parque a “taça”.
- Furnas: Crateras areníticas ocasionadas pela erosão subterrânea com profundidade superior a 100 metros, possui uma vasta flora e recanto para Andorinhas que encontram neste espaço o seu repouso.
- Lagoa Dourada: leva esse nome devido à luz do sol refletida em suas águas, que possui um mineral denominado Mica, tornando-se dourada, durante o pôr-do-sol. Possui 320 metros de diâmetros. Local de reprodução de peixes como traíra, tubarana e bagre.

A Embratur conceitua o Ecoturismo com um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações, sendo regulamentado apenas em

1987 pela Comissão Técnica Nacional objetivando cuidar e preservar da fauna e flora em ambientes turísticos (SENAC, 2012).

Um destino sustentável que elege o turismo como forma de desenvolvimento precisa ensinar aos turistas como comportar-se no respectivo ambiente, respeitando as espécies que vivem naquele espaço, onde não haja impactos de médio/grande risco ao meio ambiente, atendendo sempre ao fato do número de visitantes, pois não se deve exceder já que se tratando de ecoturismo todo o cuidado é necessário quando a riscos à vida (TEIXEIRA, 2002).

METODOLOGIA

Para possibilitar a consecução dos objetivos, foi realizada uma pesquisa descritiva e de campo, com uma abordagem quantitativa, utilizando-se do método *survey*, tendo como base a pesquisa bibliográfica.

Decidiu-se pela abordagem quantitativa para poder se obter uma maior abrangência de respondentes e também por considerar que os dados coletados na pesquisa podem ser quantificáveis traduzidos em números, e em seguida categorizados e analisados (PEREZ, 2005). Foram entrevistados 13 pessoas visitantes do Parque Estadual de Vila Velha em Ponta Grossa-PR através de um formulário.

Foi utilizado o método *survey*, pois apresentou-se como ideal para o estudo, onde o entrevistado não é identificado, tendo a sua identidade preservada, os respondentes se sentem mais à vontade para responder o formulário de pesquisa e apresentar as suas percepções diante das respostas, cabendo ao pesquisador fazer a análise e verificar a frequência (FONSECA, 2002).

RESULTADOS

Na análise da entrevista dos participantes foi aplicado um formulário que buscou no primeiro momento traçar um perfil dos participantes.

Tabela 01 – Perfil dos participantes

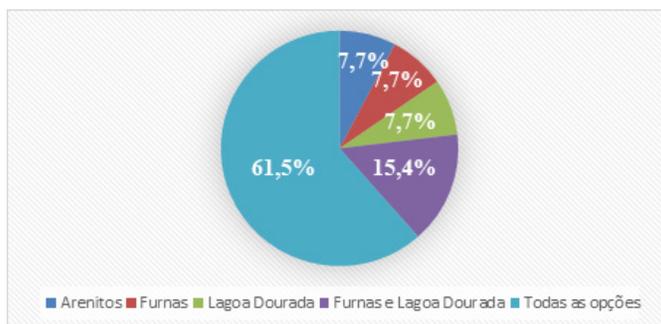
Categoria	Predominância	Frequência
Gênero	Masculino	61,5%
Faixa Etária	18 a 25 anos	38,5%
Escolaridade	Superior Incompleto	38,5%
Estado Civil	Solteiro	69,2%

Fonte: Pesquisa de Dados (2017)

A tabela 01 apresenta o perfil dos entrevistados havendo a prevalência de 61,5% do gênero masculino, com uma faixa etária entre 18 a 25 anos de idade 38,5%. Observa-se que os participantes possuem escolaridade de ensino superior incompleto, contemplando 38,5% em que grande parte desses participantes são solteiros com o percentual de 69,2%.

Após traçar o perfil dos participantes a pesquisa objetivou saber quais são os atrativos mais visitados, como se pode observar no gráfico 01.

Gráfico 01 – Atrativos mais visitados

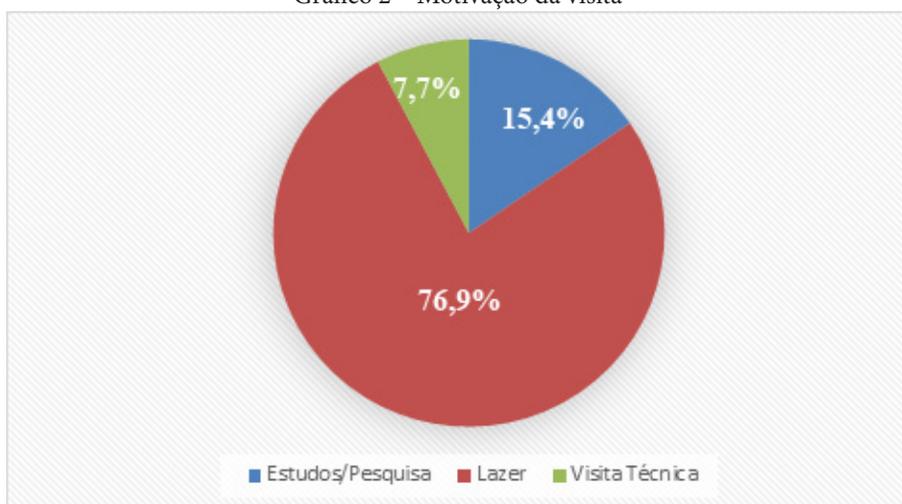


Fonte: Pesquisa de Dados (2017)

Com o total de 61,5%, os respondentes afirmaram que visitavam todos os atrativos, já 15,4% responderam que Furnas e Lagoa Dourada são os mais visitados. Quanto aos atrativos individuais de Furnas, Arenitos e Lagoa Dourada corresponderam a 7,7% cada um.

Para se compreender quais os atrativos mais visitados, o estudo buscou relacionar essa atratividade com os fatores motivacionais que estão representados no gráfico 2, ou o influenciavam na frequência ao parque de Vila Velha.

Gráfico 2 – Motivação da visita

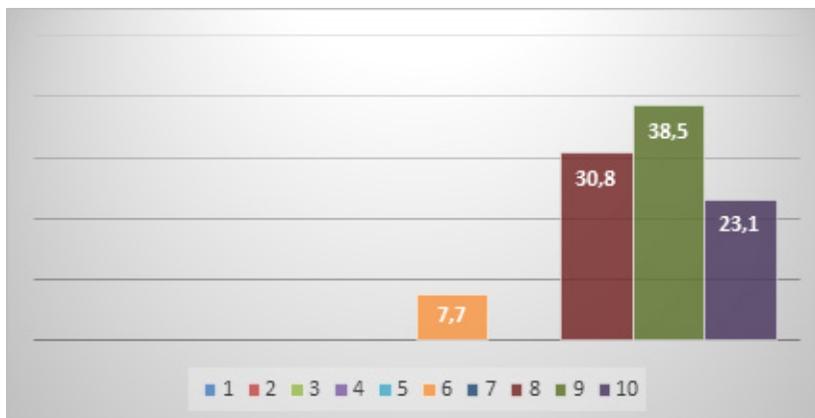


Fonte: Pesquisa de Dados (2017)

Na sua grande maioria, os visitantes, 76,9% visitam o Parque para lazer, seguido de 15,4% que visitam para estudo ou pesquisa, e 7,7% responderam que o motivo era por visita técnica.

A satisfação é um dos principais fatores que se buscou ser analisada nesta pesquisa, pois é neste momento que são identificados os contentamentos dos visitantes com os atrativos contidos no parque.

Gráfico 03 – Satisfação com o destino



Fonte: Pesquisa de Dados (2017)

No gráfico 03 foi investigada numa escala de 1 a 10 a satisfação dos visitantes participantes da pesquisa, onde 38,5% marcaram o nível 9. O nível 8 foi correspondido com 30,8% e demarcando o nível 10 com 23,1% dos entrevistados. Somente 7,7% dos respondentes que analisou o nível de satisfação com 6. O que pode significar que os atrativos do Parque são bem satisfatórios ao que se propõe.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo apresenta que as percepções dos turistas foram as mais variadas, muitos se surpreenderam com a beleza do parque, teve os que esperavam mais do passeio principalmente no que se referia ao tamanho do parque, porém essas variações mudam de acordo com a motivação da visita.

Portanto, os respondentes mostraram-se satisfeitos com o parque de Vila Velha, com notas de satisfação oscilando entre 10 e 8 (92,4%) apresentando um público predominantemente masculino (61,5%) que

mesmo tendo preferências por alguns atrativos acabam visitando todo o local (61,5%), objetivando o lazer junto a amigos e familiares (76,9%).

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. **Fundamentos e Dimensões**. São Paulo: Ática 1997

BENATTI, J. H. **Unidades de conservação e as populações tradicionais**. Belém. UFPA, 1999.

CASTRO, Celso Antônio Pinheiro de. **Sociologia aplicada ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2002.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo. Atlas 2004.

IAP. **Plano de Manejo do Parque Estadual de Vila Velha**. Curitiba: 2004

MENEZES, Simone. **Parque Estadual De Vila Velha**. Foz do Iguaçu. FIT, 2008.

PEREZ, A.S. (Org). **Introdução a Metodologia da Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Roca, 2005.

SENAC, D.N. **Serviços em Turismo**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2012.

TEIXEIRA, ELDER LINS. **Gestão da Qualidade em Destinos Turísticos**. Rio De Janeiro: 2002.

PASSEIO FOTOGRÁFICO E AS POSSIBILIDADES DE TURISMO PEDAGÓGICO

Bárbara Ryana Barbosa da Silva¹

Nathália Suene Formiga Barbosa²

Maria das Vitórias Gonçalves dos Santos³

Rita Cristiana Barbosa⁴

Introdução

Este texto argumenta que o turismo pedagógico, como prática de educação para o turismo, pode se articular com as tecnologias móveis, a partir da fotografia, a fim de envolver crianças e adolescentes para observar e refletir sobre a sua cidade e a hospitalidade numa perspectiva turístico-educativa. Para isso, passamos a construir um diálogo entre turismo e educação numa abordagem multidisciplinar, bem como o uso de tecnologias móveis para conhecer a cidade.

Segundo Barreto (2003), turismo é parte das ciências sociais e não das ciências econômicas, que envolve, antes de tudo, gente e, por isso, transcende a esfera das meras relações da balança

1 Graduanda em Turismo, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: barbara_ryana@hotmail.com

2 Graduanda em Turismo, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: nathaliaformiga@hotmail.com

3 Graduanda em Pedagogia, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: vma-riag16@gmail.com

4 Prof^ª. Dr^ª. do Departamento de Educação/CCHSA/UFPB. E-mail: ritacristianab@cchsa.ufpb.br

comercial. É também por este motivo que o turismo e a educação se relacionam, pois fazem parte de fontes de troca de informações e de mecanismos de educação e de atividades de sociabilidade. Além do mais, a Organização Mundial do Turismo (OMT) aponta o turismo com caráter multidisciplinar, não se constituindo uma disciplina (OMT, 1995).

Diante disso, discutiremos como o turismo pode ser compreendido enquanto instrumento de educação, de formação crítica e consciente, incluindo a hospitalidade, a partir de práticas pedagógicas que envolvem a fotografia. Partiremos de um relato de experiência de uma oficina de fotografias com estudantes do curso de Licenciatura em Pedagogia e de Administração da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), realizada durante o I Seminário do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Educação e Tecnologias da Informação e Comunicação (GEPETIC)⁵, do departamento de Educação, do Centro de Ciências Humanas, Sociais e Agrárias (CCHSA), no município de Bananeiras/PB.

O Que é Turismo Pedagógico?

Segundo Falcão (2014) há poucos estudos sobre o turismo pedagógico como metodologia de aprendizagem e, conseqüentemente, pouca utilização no cenário educacional. Todavia, *cases* de mercado, visitas técnicas, aulas de campo, convênios entre empresas e instituição de ensino, projetos de pesquisa, viagens de observação, entre outras atividades, podem ser consideradas práticas de turismo pedagógico, pois possibilita experiência de vivência e observação. Essas práticas também fazem

⁵ Grupo de pesquisa certificado pelo diretório Capes, liderado pela 4ª autora e orientadora deste trabalho. Ver: <http://gepetic.blogspot.com.br/>

parte do âmbito educacional, tanto da educação escolar, quanto da não escolar.

Esse tipo de prática é defendida pela autora para estudantes do curso de Turismo como forma de quebrar a rigidez da sala de aula e preparar à qualificação para o mundo e também para buscar o pensamento interdisciplinar. Em contra partida, é possível associar esse mesmo princípio para o curso de Pedagogia, por exemplo, numa perspectiva de educação para o turismo, uma vez que a educação básica pode despertar nas crianças e adolescentes a consciência do turismo tanto como hospitaleiros e também como visitantes.

O primeiro registro desse tipo de prática educacional se remete ao século XVIII nomeado de *Grand Tour*. Era uma tradicional viagem feita pela Europa e por majoritariamente estudantes de classe média alta, do sexo masculino, que tinham o acompanhamento de um professor titular. Essas viagens eram consideradas um rito de passagem e seguiam um itinerário e propósito educacional, voltado para visitas a lugares culturais e históricos, observando ainda maneiras e costumes das nações estrangeiras (BENI, 2002).

Hoje é denominado como Turismo Pedagógico ou Turismo de Estudo do Meio, um tipo de atividade que vem sendo apontada como importante mecanismo facilitador do processo ensino-aprendizagem. Representa a oportunidade de explorar a relação homem-espaço, nas mais variadas perspectivas de análise do conhecimento humano.

A Arte da Fotografia e a Educação

A palavra fotografia vem do grego: foto que significa “luz”, e grafia, que significa “escrever”, “gravar”⁶, ou seja, o registro de

⁶ <http://www.dicionarioinformal.com.br/fotografia/>

imagens produzidas pela ação da luz sobre papel sensível. Todavia, a fotografia promove um exercício mental de reconstituição quase que intuitivo, pois quando apreciamos determinadas fotografias mergulhamos no seu conteúdo e imaginamos a trama dos fatos e as circunstâncias que envolveram o assunto ou a própria representação. Trata-se de um elo afetivo na memória. O momento registrado é único e não será repetido e, o que quer que aconteça, a fotografia sobrevive ao tempo como peça singular (KOSSOY, 2005).

A fotografia carrega diversas informações que um texto não é capaz de informar. Além do mais, a realidade das crianças e adolescentes em idade escolar deste século é bastante visual e tecnológica, e parte deles considera o texto escrito desinteressante. É preciso incentivar o interesse pelo texto, escrito ou falado, e pela imagem, pois conforme Felizardo (2000, p. 13):

Palavra e imagem, por sua vez, sempre andam juntas, ora se completando, ora brigando, ora se separando, ora se juntando. Não importa. As duas formas de expressão são necessárias para o relato, para as histórias que queremos contar. E quando uma vem para enaltecer a outra, é perfeito.

Do século XIX, que marca o nascimento da fotografia, até os dias atuais, as câmaras fotográficas evoluíram e a arte de fotografar tornou-se cada vez mais comum. Da máquina escura às câmaras digitais e celulares vimos à fotografia se expandir (CAMPANHOLI, 2014).

Descreveremos a seguir um passeio fotográfico, semelhante a uma pequena viagem pedagógica, realizada durante uma oficina de fotografia⁷, no dia 14 de setembro de 2017, com estudantes da UFPB, campus III.

⁷ A oficina aconteceu nos dias 13 e 14 de setembro de 2017, mas o passeio fotográfico

Passeio Fotográfico como Prática de Turismo Pedagógico

Metodologia

A oficina de fotografias foi planejada por um fotógrafo profissional da região do Brejo Paraibano, convidado para tal atividade, durante um seminário promovido pelo GEPETIC em Bananeiras. O objetivo da oficina foi aproveitar o potencial das tecnologias móveis na arte da fotografia para sensibilizar docentes e futuros docentes a utilizarem na sala de aula. Para isso, as fotos foram tiradas com o celular.

O planejamento do profissional foi muito simples: houve uma parte teórica para explorar conhecimentos técnicos sobre enquadramento, perspectiva, iluminação e desfoque, e uma parte prática, em que solicitou um ônibus para fazer o que chamou de “passeio fotográfico” em Roma.

Também foi utilizada uma abordagem qualitativa de análise das informações coletadas com os alunos que participaram deste passeio fotográfico para construir o capítulo de resultados desta pesquisa.

Roma é um distrito do município de Bananeiras que se localiza há 12 km da cidade e está a cerca de 500 m de altitude, na microrregião do Brejo Paraibano (IBGE, 2017). Do alto é possível avistar uma bela paisagem e dezenas de municípios, inclusive do Estado do Rio Grande do Norte.

foi realizado no dia 14.

Foto 01: Participantes da oficina de fotografias durante o passeio fotográfico.



Fonte: acervo do GEPETIC (2017)

O complexo turístico do Cruzeiro de Roma é formado por um cruzeiro, uma capela e uma casa que é residência dos religiosos que cuidam do lugar. O cruzeiro e a capela da Sagrada Família foram construídos em 1899 com o consentimento do Vaticano, como pagamento de uma promessa de João Rodrigues A. Neves, um proprietário rural, que foi enterrado dentro da capela. No ano de 2000 foi construído um portal que abre o complexo.

Assim, no dia 14 de setembro de 2017 o transporte da UFPB seguiu em direção à Roma com um grupo de 20 estudantes.

Resultados

Após a realização da oficina de fotografia, questionamos aos participantes o que a atividade representou. As falas foram todas no sentido de animação e deslumbre pelas técnicas aprendidas e pela oportunidade de sair da universidade para tirar fotos. Essas falas se resumem nestas expressões:

A oficina foi muito interessante, pois foi mostrado que tirar uma foto não é só clicar o botão, tem alguns detalhes a mais para se tirar uma boa fotografia, por mais que não seja com uma câmera

profissional; o enquadramento, o ambiente, a luz
[Participante 1. Estudante de Pedagogia. Mulher, mãe de 3 filhos, vive em Solânea/PB].

Foi muito boa, pois aprendi um novo olhar na hora das fotos, como me posicionar e ter uma visão antecipada de como quero a foto [Participante 2. Estudante de Pedagogia. Mulher, mãe de 2 filhas, vive em Bananeiras/PB].

Percebe-se que a referida oficina atingiu seu objetivo e que técnicas de fotografar foram aprendidas. Para Felizardo (2000, p. 13) “fotografar é conferir importância e o olhar é uma forma de conhecimento”. Isto é, a cena que se deseja eternizar tem a importância conferida por quem ver; e o olhar faz conhecer, porque o olhar atencioso enxerga detalhes que ajudam a compreender a representação imagética. Portanto, sensibilizar crianças e adolescentes para o olhar sensível e a importância dos elementos que os rodeia faz parte de uma educação para a vida, para o cuidado e para o turismo. E isso deve ser ensinado para docentes.

A seguir, falou-se sobre a experiência do passeio fotográfico como uma prática de turismo pedagógico, as respostas foram as seguintes:

Com relação a experiência de turismo, foi muito bom, pois não conhecia o Cruzeiro de Roma e com a oficina tive a oportunidade de ir nesse local tão falado e frequentado por vários fiéis. Um local que passa muita paz, perfeito para tirar fotos
[Participante 1. Estudante de Pedagogia. Mulher, mãe de 3 filhos, vive em Solânea/PB].

É de fundamental importância para o município e seus habitantes a prática do turismo cultural, ao favorecer a economia local e de certa forma preservar, conservar e perpetuar a história

da cidade através de seus prédios [Participante 2. Estudante de Pedagogia. Mulher, mãe de 2 filhas, vive em Bananeiras/PB].

Bananeiras é uma cidade atrativa e tem investido no turismo, especialmente em sua festa de São João, que almeja tornar o maior São João Pé de Serra do mundo, e o evento “Caminhos do frio”. Mas parece que os investimentos atingem as pessoas visitantes e não as hospitaleiras. O município tem uma Casa do Turista⁸ e uma equipe de guia, mas há reclamações de que a mesma não permanece aberta todos os dias, especialmente fora da temporada e que não há uma educação local voltada para o turismo.

Ocorre que as pessoas que vivem na cidade e no ex-distrito de Solânea⁹ (cidade vizinha) poucas conhecem os pontos históricos e os fatos históricos das cidades que têm capítulos históricos conectados.

Ao realizarem o passeio fotográfico, os sujeitos contaram que não havia ninguém para recebê-los, apenas várias mulheres da comunidade local rezando o terço, e que por sorte um dos guias da Casa do Turista fazia parte do grupo de participantes. Foi ele quem informou a história do Cruzeiro de Roma, pois nem mesmo o fotógrafo a conhecia.

Com relação a realização desse tipo de atividade com futuros alunos e alunas, as falas foram as seguintes:

Claro que usaria a técnica de passeio com os alunos, pois quando se sai dos muros da escola é bem mais fácil de aprender melhor o assunto abordado. São muito importantes essas aulas de campo, a vivência no local; se aprende mais do que só em sala de aula [Participante 1. Estudante de Pedagogia. Mulher, mãe de 3 filhos, vive em Solânea/PB].

8 <https://www.bananeiras.pb.gov.br/casa-do-turista/>

9 Elevou-se a município em 26 de novembro de 1953 pela Lei nº 967.

Levaria meus alunos, sim, para um passeio fotográfico, como forma de trabalhar interdisciplinarmente, de maneira prazerosa e dinâmica, fora da sala de aula. Pensaria nos assuntos a serem abordados como: natureza, relevo, contexto histórico, formas geométricas, produção textual, tudo a partir das fotografias [Participante 2. Estudante de Pedagogia. Mulher, mãe de 2 filhas, vive em Bananeiras/PB].

Segundo Campanholi (2014) é comum encontrar fotografias sendo utilizadas em pesquisas históricas e livros didáticos, servindo apenas de ilustração ou legitimando um texto escrito. Às vezes há uma tentativa de interpretação, mas permanece na descrição simples do que se vê na imagem, sem problematização ou aprofundamento do não visível. Isso quer dizer que faz tempo que

Foto 2: Capela do complexo turístico do Cruzeiro de Roma tirada por uma participante da oficina.



Fonte: acervo do GEPETIC (2017)

Foto 3: Cruzeiro de Roma tirada por uma participante da oficina.



Fonte: acervo do GEPETIC (2017)

Foto 4: Flores, mãos e terço tirada por uma participante da oficina.



Fonte: acervo do GEPETIC (2017)

a imagem é utilizada como suporte nas práticas educativas, mas de maneira muito superficial. A ideia de fazer um passeio fotográfico com estudantes desperta muito mais do que o prazer de tirar fotos e conhecer lugares novos, mas é possível a realização de um trabalho aprofundado e problematizador do ambiente, coisa ou fenômeno fotografado.

Por outro lado é possível identificar elementos importantes para o desenvolvimento cognitivo e social como a interação direta com o ambiente, a socialização, cooperativismo etc.

Essa perspectiva se assemelha ao que Freinet¹⁰ defendia: 1) uma pedagogia de trabalho em que os alunos aprendem realizando trabalhos; 2) cooperativismo, produto do processo da integração, colaboração, cooperação; 3) métodos de tentativa e erros, fazer e refazer envolvendo trabalho em grupo; 4) o contato da criança com as atividades manuais, com a terra e os bichos e; 5) centros de interesse: as crianças aprendem a partir de suas curiosidades (SAMPAIO, 1989). Alguns desses aspectos estão presentes no turismo pedagógico.

Das fotografias produzidas no passeio fotográfico muito se pode trabalhar sobre a história de Roma e da cidade de Bananeiras. Segundo Felizardo (2000, p. 52) “a fotografia é sempre uma representação a partir do real, intermediada pelo fotógrafo que a produz, segundo sua forma particular de compreensão daquele real, seu repertório, sua ideologia”. E isso se torna dado para ser debatido, desconstruído, reforçado ou ampliado em sala de aula. Essa possibilidade pode ser refletida a partir de algumas fotografias produzidas por participantes da oficina como vemos a seguir. Aqui seria possível desenvolver temáticas como: relevo, clima, localização, vegetação, religiosidade, costumes, hospitalidade, épocas históricas etc.:

Considerações Finais

Concluimos que um passeio fotográfico pode se tornar uma possibilidade de turismo pedagógico. Os dados coletados durante a

¹⁰ Célestin Freinet nasceu em Gars, Sul da França, em 1896. Criador do movimento: Escola Moderna na França.

atividade do passeio fotográfico é um exemplo do que pode resultar um processo de aprendizagem prazeroso, dinâmico e cheio de conteúdo. Além disso, é possível refletir sobre o local do turismo e a responsabilidade hoteleira que a cidade e seus cidadãos e cidadãs devem assumir junto ao visitante.

O turismo pedagógico consiste em envolver crianças e adolescentes com o espaço físico, geográfico, ecológico etc. proporcionando uma nova visão sobre os conteúdos abordados em sala. Dessa forma, se faz necessário se voltar para o **movimento pedagógico** fundado por Freinet que afirmava que os interesses das crianças não estavam dentro da escola e sim fora dela. Esse princípio das “aulas das descobertas”¹¹ se articula perfeitamente com os princípios do turismo pedagógico e pode tornar-se uma possibilidade de educação para o turismo e para a hospitalidade.

Referências

BARRETO, Margarita *et. al.* **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas. Papirus. 2003.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. 7 ed. São Paulo: Senac, 2002.

CAMPANHOLI, Julie A. M. Fotografia e educação: o uso da fotografia na prática docente. **Revista Primus Vitam**. Nº 7 – 2º semestre de 2014. ISSN 2236-7799.

FALCÃO, Elsiné Carneiro. Turismo Pedagógico como metodologia de aprendizagem. **Faculdade Cearense em Revista**. V. 7, Nº 1, 2014. Fortaleza/CE, 2014.

FELIZARDO, L. C. **O relógio de ver**. Porto Alegre: Gabinete de Fotografia/FUMPROARTE, 2000.

KOSSOY, Boris. **Realidade e Ficções na Trama Fotográfica**. São Paulo: São Paulo: Boitempo, 2005.

¹¹ Termo usado por Freinet para as aulas de campo.

OMT. **Educando educadores em turismo.** València/ES, 1995.

SAMPAIO, Rosa Maria Whitaker Ferreira. **Freinet:** evolução histórica e atualidades. São Paulo: Scipione, 1989.

HOSPITALIDADE ACADÊMICA: DESAFIOS E PERSPECTIVAS

Gabrielly Paiva Sanches dos Santos¹

Caio Fernando Valentim de Souza²

Catiane Lopes de Lima³

INTRODUÇÃO

Desde os primórdios os seres humanos possuem necessidade de se relacionar uns com os outros e dessa forma a hospitalidade toma forma e cria laços entre os mesmos, e rege as pessoas até os dias atuais, como as localidades buscam ser hospitaleiras e atrair visitantes, as marcas para atrair clientes, na academia as instituições e colaboradores do conhecimento buscam ser hospitaleiros para atrair cada vez mais o público discente (CHON; SPARROWE, 2003).

A forma como os alunos são recebidos e tratados nas instituições de ensino superior não só refletem nos seus conhecimentos, como também na hospitalidade praticada pelos mesmos em suas relações futuras, já que não apenas o conhecimento adquirido, como também as experiências, serão levadas para a prática de suas profissões, e segundo Castelli (2010, p. 124) “o processo educacional é fundamental na forma-

1 Graduanda em Turismo – UFRN - gabriellypsanches@hotmail.com;

2 Graduando em Turismo – UFRN - caiovalent@hotmail.com.

3 Bacharel e Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte e pesquisadora voluntária do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) no Grupo de Estudos em Gestão do Turismo. E-mail: catianelopeslima@hotmail.com

ção da atitude hospitaleira”, deixando claro que o ambiente acadêmico é também um formador de atitudes.

Assim sendo, o que esse artigo traz, é justamente uma reflexão acerca da relação aluno-professor, e como a hospitalidade pode de fato romper a barreira do sentimento de exclusão e vergonha que o aluno a priori está imerso, além de contribuir no processo educacional do mesmo. (CALADO, 2012).

Uma breve pesquisa de opinião realizada com cerca de 30 alunos da graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, no início de outubro de 2017, onde indagava esses discentes sobre o processo de aprendizado por professores considerados hospitaleiros, quase de forma unânime, foi revelado que tais alunos absorvem melhor o conteúdo trabalhado em sala, além de se sentirem à vontade fora do horário de aula, para tirar dúvidas sobre a matéria e orientações diversas. Isso mostra a importância de se trabalhar a hospitalidade, por parte dos docentes, no ambiente acadêmico, e mostra a importância do estudo na área da hospitalidade. (CORREIA; BILIO, 2014)

A hospitalidade está presente no cotidiano das pessoas, inclusive nas relações acadêmicas, desse modo, o presente artigo tem como objetivo refletir, através da teoria, sobre a hospitalidade acadêmica.

BREVE CONTEXTO SOBRE A HOSPITALIDADE

O significado da palavra hospitalidade, como se concebe hoje, data desde as civilizações antigas como as da Grécia e Roma, que tinham o costume de abrigar e dar de comer aos viajantes que passavam pelas tavernas e estalagens, com o passar do tempo seu sentido não mudou, a palavra hospitalidade surge pela primeira vez na Europa, provavelmente no início do século XIII e designava hospedagem gratuita, atitude caridosa oferecida aos viajantes da época (WALKER, 2002).

A palavra hospitalidade está ligada à provisão de conforto psicológico e fisiológico, bem como, compreende essencialmente a prestação, gratuita ou não, de serviços obtidos pelo indivíduo, quando fora de seu local de origem. Na antiguidade, a hospitalidade estava inserida em um contexto sociopolítico invejável e também um destaque na hierarquia dos valores da vida civilizada, o papel do anfitrião era oferecer hospedagem, alimentar e proteger os visitantes de possíveis agressões e injúrias (MAUSS, 2002).

Para Camargo (2004, p. 52) a hospitalidade tem como definição: “o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural”.

É interessante observar a colocação de Montandon (2003, p. 132), o autor destaca que a hospitalidade é uma das maneiras mais fundamentais da socialização:

[...] é uma maneira de se viver em conjunto regida por regras, ritos e leis. Homero havia estabelecido regras fixas da hospitalidade e o seu desenvolvimento, desde o instante em que um visitante chega à casa do anfitrião até o momento de sua partida. Tal cena se decompunha em uma série de microcenas, incluindo, entre outras: a chegada, a recepção, o ato de se acomodar, festejar, dizer seu nome e sua pátria, se deitar, se banhar, a entrega dos presentes, as despedidas. Tudo isso sendo altamente significativo em termos de um ritual bem-estabelecido, de acordo com as fórmulas e em uma ordem bem-determinada.

Vale ressaltar que, a hospitalidade manifesta-se nas relações que envolvem as ações de convidar, receber e retribuir visitas ou presentes entre indivíduos que constituem uma sociedade, bem como formas de visitar, receber e conviver com indivíduos que pertencem a outras so-

ciedades e culturas; desse modo, pode ser considerada com a dinâmica do dom. (DENCKER, 2004). Alguns teóricos, associam a hospitalidade a noção de afetividade, atribuída de forma genuína a aquele que se recebe, gerando segurança e conforto ao hóspede.

DESENHO METODOLÓGICO DA PESQUISA

Para alcançar o objetivo proposto, foi realizado um estudo de cunho teórico, fundamentado nas principais teorias que regem a hospitalidade, bem como alguns achados que tratam da hospitalidade acadêmica, e que serviram de suporte para construção do presente estudo.

Os principais autores aqui investigados são: Luiz Octávio de Lima Camargo (2004), que em sua fala aborda a hospitalidade a partir do conceito de Mauss (1974) onde o mesmo compara a hospitalidade como dádiva, e considera que apesar de vários estudos na área é difícil desmembrar seu conceito do senso comum, e que o dar, o receber e o retribuir são colocados como pressupostos da hospitalidade. O Geraldo Castelli (2010) que descreve nove dimensões da hospitalidade com o intuito de apresentar o perfil da pessoa hospitaleira. E também, o trabalho que teve como idealizador o Professor Doutor Alexandre Panosso Netto (2015), que trata sobre a hospitalidade através da cooperação acadêmica entre alunos e professores que têm se dedicado a investigar a hospitalidade e o turismo.

A abordagem utilizada foi a qualitativa, através da técnica da análise de conteúdo, que é utilizada com frequência na área das Ciências Sociais Aplicadas e que segundo Vergara (2005, p. 257) é uma abordagem que “contempla a subjetividade, a descoberta, a valorização da visão de mundo dos sujeitos”, se alinhando com o que está sendo proposto.

Atualmente grande parte dos estudos sobre hospitalidade têm focalizado o fenômeno no âmbito comercial. No entanto, neste trabalho, a hospitalidade é examinada sob a ótica da dádiva. Dessa forma, buscou-se, através dos achados de Castelli (2010) apresentar nove dimensões da hospitalidade e de que forma as mesmas podem contribuir para socialização e convívio entre alunos e professores nas instituições de ensino superior, tendo em vista a pouca proximidade entre ambos durante o percurso acadêmico dos discentes.

Em Castelli (2010, p. 158,159,160,161) observa-se nove dimensões com o intuito de apresentar o perfil da pessoa hospitaleira, são elas:

a. Convivência: está atrelada a processos de aproximação e de conhecimento do outro, o ato de receber alguém marca o início do processo da convivência, que, por sua vez, integra o processo da hospitalidade;

b. Respeito: a prática da hospitalidade remete à adoção do respeito como uma das formas mais significativas para convivência pacífica com todos os povos, dessa forma para poder conviver com as pessoas e estabelecer com elas bons relacionamentos, é necessário o respeito;

c. Sensibilidade: diz respeito aos sentimentos e às sensações. Os sentimentos referem-se à capacidade do sentir: sentir entusiasmo, emoção, amor e afeição. Já as sensações referem-se às percepções: de perceber o que se passa ao nosso redor;

d. Cortesia: a delicadeza, a atenção, os cuidados, o entretenimento, urbanidade e a reverência dizem respeito a cortesia. O exercício da cortesia pode contribuir para vislumbrar alguns caminhos;

e. Tolerância: a partir do momento em que se vislumbra que o convívio com o outro, [...] pode agregar um valor singular, dar-se-á

conta de que a tolerância pode contribuir para enriquecer o processo de hospitalidade. Para tudo existe limites, inclusive para tolerância;

f. Generosidade: dar, receber e retribuir e compartilhar são atributos de pessoas generosas. Necessita-se, permanentemente, adotar uma atitude hospitaleira como estilo de vida próprio de pessoas generosas;

g. Simplicidade: a virtude da simplicidade é um predicado de aproximação no processo da hospitalidade;

h. Solidariedade: o homem, bem cedo, deu-se conta de que não sobreviveria às adversidades se não mantivesse forte vínculo com outros seres, seus semelhantes; A solidariedade se constitui numa das virtudes essenciais da família humana. Ela permite a união de interesses, simpatias e objetivos de um grupo, proporcionando-lhe uma unidade sólida, coesão e força diante de oposições internas e externas.

i. Harmonização: ambientes harmoniosos, amistosos e corteses, independentemente da diversidade de credos, culturas e convicções políticas, são propícios para o estreitamento dos relacionamentos entre as pessoas. Portanto, os interesses coletivos devem se sobrepor aos interesses individuais, a multiculturalidade prevalecer sobre o etnocentrismo, a perspectiva global orientar a perspectiva local e a cidadania nacional se abrir a cidadania planetária.

Pode-se aferir que tais dimensões estão dentro do significado de hospitalidade presente no senso comum, contudo, as mesmas possuem uma função de estabelecer um relacionamento, ou promover um relacionamento já existente.

Outra abordagem levada em consideração na presente pesquisa é a encontrada em Baptista (2002, p. 162), a autora acredita em “uma hospitalidade que aproxima as pessoas, de modo que suas práticas sejam vivenciadas em todas as situações da vida”, dessa forma, a mesma

não aposta em uma hospitalidade artificial, reduzida a um ritual de comércio, de gestos e cortesia falsa, por exemplo, e sim em uma hospitalidade humana, baseada no acolhimento, na solidariedade, na sensibilidade que só o outro é capaz de oferecer.

Um outro ponto de vista sobre a noção de hospitalidade acadêmica pode ser encontrada em Baptista, Panosso Netto e Spolon (2015) onde tratam dessa temática a partir da cooperação entre alunos e professores de diversas instituições de ensino superior na busca de uma construção teórico sobre hospitalidade e turismo. Os autores ressaltam que os laços de responsabilidade, proximidade e solidariedade são encontrados com maior facilidade nos espaços considerados acolhedores.

Vale salientar, dentro desse contexto, segundo Santos, Perazzolo e Pereira (2014, *apud* Baptista, Panosso Netto e Spolon 2015, p. 14) que “o conceito de corpo coletivo acolhedor para descrever o espaço fenomênico que se constrói entre sujeitos que desejam acolher e ser acolhidos e que, por conta desta disposição, se reconhecem, interagem e se hospedam mutuamente”, dessa forma é necessária haver uma interação de acolhimento entre os envolvidos, respeito, eliminar qualquer pré-conceito que se tenha, promover o diálogo contínuo, entre professor e aluno.

A partir dessa perspectiva os autores vão dizer que a “hospitalidade impõe-se como requisito de ‘laço inter-humano’ e, conseqüentemente, como exigência de pedagogia social.” (BAPTISTA, PANOSSO NETTO e SPOLON 2015, p. 22). A interpretação é que todas as pessoas possuem a capacidade de efetivar seus dons através da educabilidade e na experiência de relacionamento uns com os outros.

Portanto, como muito bem é acrescentado pelos autores:

Seja em que circunstância for, a hospitalidade funciona como ideia reguladora de dinâmicas sociais

iluminadas pelo sentido de dádiva que advém das experiências de alteridade. Em particular para a cultura universitária contemporânea, as práticas de hospitalidade acadêmica como as que acabo de referir constituem certamente um enorme desafio no sentido de abrir caminhos de conhecimento e de ação especialmente relevantes. (BAPTISTA, PANNOSO NETTO e SPOLON 2015, p. 23)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo realizar uma reflexão acerca da hospitalidade acadêmica, tendo em vista, a pouca prática desse tipo de hospitalidade nos espaços das universidades, é importante ressaltar que para a maioria dos discentes a fase de transição do ensino médio para cursar o ensino superior é um momento muito difícil, em que se sugere um grau de independência e maturidade, essas pessoas esperam encontrar no ambiente acadêmico, não apenas transmissores de um conhecimento, e sim um estímulo para superar tal fase, o que requer dos docentes sensibilidade, generosidade, tolerância, entre outras dimensões hospitaleiras, como as sugeridas por Castelli (2010).

O espaço a ser usado e explorado por alunos e professores no âmbito acadêmico precisa ser construído em conjunto, cada um com a sua participação, fazendo-se assim um espaço construído por diversas gerações, gêneros, classes, comunidades linguísticas e correntes teóricas, podendo ser encarado como algo desafiador positivamente para a construção dos perfis profissionais a serem exercidos.

Após o levantamento teórico feito para a realização deste artigo, foi detectada a pouca exploração da temática, como citado previamente, mostrando-se assim a necessidade de fomentar os estudos na área, levando em consideração a socialização entre alunos e professores, trans-

mitindo maior segurança e acolhimento dos discentes. Esse sentimento de afetividade também pode levar esses alunos a serem mais comprometidos em suas tarefas acadêmicas, engajamento nas diversas atividades, provocando um maior rendimento e desempenho na sua trajetória acadêmica.

Portanto, verifica-se que é de suma importância a temática em questão, diante da necessidade de uma relação, mesmo que mínima, entre os envolvidos, aqueles que conseguem manter uma relação hospitaleira dentro da academia e aproveitar intensamente o aprendizado e/ou ensinamento, consegue aprimorar ainda mais a hospitalidade a ser levada adiante nas diversas ocasiões do cotidiano.

REFERÊNCIAS

BAPTISTA, Isabel. Lugares de Hospitalidade. *IN: DIAS, Célia Maria Moraes. Hospitalidade: Reflexões e perspectivas*. São Paulo: Manole, p. 157-164. 2002.

BAPTISTA, Isabel. PANOSSO NETTO, Alexandre. SPOLON, Ana Paula G.

A interação em pesquisa e a importância do exercício da hospitalidade em ambiente acadêmico. **Revista Hospitalidade, V. XII, edição especial, maio 2015.**

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Edições Lisboa: Edições 70, 2008.

CALADO, Prila Leliza. A hospitalidade como aspecto facilitador em aulas de lem . [S.l.]: **Revista X, 2012. 126-136 p. v. 01.**

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade: a inovação das organizações prestadoras de serviço**. Saraiva, São Paulo: 2010.

CHON, Kye-Sunga; SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade: Conceitos e Aplicações**. São Paulo: Thomson Learning, 2003.

CORREIA, Jonilson Costa ; BILIO, Ana Isabel da Silva. Hospitalidade e educação: a relação professor– aluno no curso de hotelaria da Universidade Federal do Maranhão. Mossoró: **Revista Turismo Estudos e Praticas**, 2014. 143-159 p. v. 3.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti (Org.). **Planejamento e Gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2004.

GIL, Antonio Carlos . **Como classificar as pesquisas?:** Como classificar as pesquisas com base em seus objetivos?. In: GIL, Antonio Carlos. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 4ª. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2002. cap. 4, p. 41-42.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia. O ensaio sobre a dádiva**. Cosac & Naify. São Paulo, 2002.

MONTANDON, A. **Lieux de l'hospitalité**. Clermont-Ferrand: Presse Universitaires Blaise Pascal, 2001. P.13.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do Trabalho Científico:** : Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico. 2ª. ed. Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul: Universidade Feevale, 2013. Disponível em: <<http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf>> Acesso em: 07 out. 2017.

VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. São Paulo: Atlas, 2005.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.

REFLEXÕES TEÓRICAS SOBRE A VALORIZAÇÃO DA IDENTI- DADE GASTRONÔMICA DO POVO POTIGUARA COMO ELEMENTO PARA O TURISMO CULTURAL NA PARAÍBA

Ana Luclecia Lima do Nascimento¹
Aline Gisele Azevedo Lima de Barros²

INTRODUÇÃO

Quando se fala em índios, fala-se de cultura viva e da memória da criação do país e não se pode deixar de citar a sua alimentação, a qual traz tradições e costumes que vivem até os dias atuais. Sabendo-se disso, a presente pesquisa terá como objetivo apresentar uma reflexão teórica sobre a identidade e a valorização da gastronomia do povo Potiguara, como elemento para o turismo cultural na Paraíba, com o propósito de identificar o que foi afetado em sua culinária no processo de colonização. Sabendo-se que para o povo indígena o ato de se alimentar não está só ligado ao ato de nutrir, mas traz consigo uma cultura que vem sendo transmitida de geração para geração. Mesmo com o choque do colonizador na culinária indígena, os aspectos culturais ainda são bem

¹ Graduada no Curso de Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). E-mail: analuclecialn@gmail.com

² Docente do Departamento de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Mestra em Engenharia da Produção e Bacharela em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). E-mail: alinelima@ccta.ufpb.br

visíveis e, essa gastronomia poderá ser um forte atrativo turístico, já que, atualmente, o turismo cultural vem ganhando espaço no conjunto de atrativos turísticos.

O turismo é resultante do conjunto de atrativos turísticos de um determinado território natural ou cultural, responsáveis por atrair viajantes para esta localidade, podendo ser classificado segundo a origem e o destino do visitante (DIAS, 2001). O Ministério do Turismo (2006) define o conceito de turismo cultural como sendo a compreensão das atividades turísticas que se relacionam com a vivência em um conjunto de princípios significativos do patrimônio histórico e cultural e das comemorações culturais, dando visibilidade e reconhecimento dos bens materiais e imateriais da cultura. Os Potiguaras se encontram em território considerado turístico, no litoral do estado da Paraíba, e por isso atrai muitos turistas, em sua maioria com a intenção de conhecer a cultura, através principalmente da culinária existente. Esses turistas chegam até os Potiguaras através de um guia local ou entrando em contato com a Fundação Nacional do Índio – FUNAI.

Diante de todos esses fatores observa-se a dimensão desta pesquisa para comunidade, onde a mesma poderá vir a ser beneficiada pela valorização da culinária e com ela suas tradições, costumes e crenças, bem como por ser um forte atrativo turístico para as comunidades. A pesquisa também poderá vir a contribuir para o meio acadêmico, para aprofundar os estudos relacionados ao tema e, por isso poderá auxiliar com dados e informações.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A cultura indígena se destaca por suas tradições e costumes no qual é passado de geração a geração, entre eles estão as práticas alimentares, hábitos e costumes alimentar, cercado de lendas, rituais e tradições (JANUÁRIO *et al.*, 2009b). Essas tradições variam de etnias para

etnias, como também a prática alimentar que é transmitido entre as gerações, em sua grande maioria pelos os anciãos das aldeias. A divisão do trabalho e do preparo dos alimentos nas comunidades indígenas, variam de povo para povo, com base em divisão de gêneros. A maioria das mulheres se encarregam da plantação, colhem os alimentos e cozinham, já os homens são encarregados de caçar e pescar, no entanto isso pode variar (RAMOS, 1988). Em algumas etnias, por exemplo, o povo **Potiguara**, em que o homem é também encarregado pela plantação e cuidar da roça, ambos têm a mesma função.

O alimento adquire significados no espaço no qual entende-se por território, definido como estrutura física, material e ambiental para a expressão de identidades coletivas visando a criação de estratégias socioculturais (WETZMAN, 2003). Para os indígenas, a alimentação não se caracteriza apenas no ato de se alimentar, de nutrir o corpo, mas, sobretudo a alimentação está ligada a crenças, como o povo **Bakairi** do Mato Grosso do Sul, onde sua alimentação tradicional possui algumas restrições, principalmente para mulheres menstruadas, casais gestantes, com crianças recém nascidas ou jovens em fase de retiro, relata Januário (*et al.*,2009b). Outro exemplo é o caso do povo **Maxakali**, em que para eles os espíritos precisam ser alimentados, para que haja equilíbrio entre eles e os seres humanos. (WETZMAN, 2003). Assim, a abordagem adotada busca ressaltar a valorização dessas tradições, sobre a pratica alimentar e seus hábitos em relação a sua cultura, tendo em vista que sua alimentação é produzida pelos mesmos, vindo da terra que é sagrada, sobre suas lendas e sobre os encantados que rodeiam essa tradição.

Ao chegarem em Porto Seguro, na Bahia, em 1500, os colonizadores encontraram povos que tinham o sustento baseado em caças, pesca, raízes, cascas e frutos. Com o somatório de influências, tradições culturais, hábitos e costumes de três povos distintos. A cultura brasilei-

ra vem sendo reconstruída desde do choque do colonizador português e negros africanos com os indígenas. O choque entre esses diferentes povos, funde uma nova cultura e com isso um novo sistema culinário, que funciona não só para satisfazer as necessidades do corpo, mas para expressar uma nova cultura. Como destaca Cascudo (1983) a miscigenação étnica e culturas alimentares entre africanos, portugueses, lusitanos e indígenas, geraram um mundo de cores, aromas e sabores, que hoje caracteriza a culinária brasileira. Com tudo atualmente a culinária indígena, especificamente a do povo potiguara vem sofrendo a miscigenação da culinária de diversos povos.

A exemplo dos frutos do mar, peixes e crustáceos, que antes da colonização se comia assado, com a influência dos portugueses, que inseriram o coco no Brasil, começou-se a consumir cozido ao leite do coco. Outro exemplo é a farinhada, principal produto da mandioca, visto que no descobrimento do Brasil os colonizadores encontraram a população indígena utilizando a mandioca como fonte de alimento, de forma rudimentar, ou seja, de forma manual, dividida entre homens e mulheres, como também a preparação do beiju; ao decorrer do tempo o processo de preparação foi evoluindo, através da revolução industrial, com a mecanização de equipamentos, como afirma Sitônio (2012). Ao passar do tempo as mulheres das aldeias que só comia beiju seco feito da farinha de mandioca assado no mesmo forno que a farinha foi feita, começaram a adicionar o coco como recheio da tapioca, que mais tarde seria comercializada com outros recheios, entre eles, chocolate, queijo entre outros, o coco também foi inserido na preparação do grude, um beiju feito de goma, farinha e coco.

Ao decorrer do tempo o turismo e a gastronomia confirmaram sua relação ao longo do século XX, quando o desejo de viajar agregou-se às férias, período de descanso. (COLLAÇO, 2007). O turismo cultu-

ral ganhou espaço nos dias atuais, pois viajar para conhecer, tradições, histórias, costumes e vivenciar o passado, tem se tornado um dos mais fortes atrativos turísticos. O turista que se desloca com este objetivo vai em busca do turismo cultural, aquele que tem como principal atrativo algum aspecto da cultura humana, seja costumes, vivência, artesanatos ou a própria culinária, os Potiguara vivem em território considerado atrativo para turistas, por ser no litoral atraindo muitos turistas, em sua maioria com a intenção de conhecer a cultura, através principalmente da culinária existente.

A gastronomia indígena é um forte atrativo turístico, pois esta gastronomia envolve um contexto cultural, de costumes e tradições de povos indígenas, ressaltando que cada etnia tem suas características. Pode-se observar que o gosto alimentar situa-se entre a integração do biológico com o cultural. Santos (1997) pontua que o ato de se alimentar não é apenas por eventualidades ambientais e econômicas, mas também pelos valores das mensagens transmitidas, ritos, costumes religiosos, que passa pela cultura no que diz respeito a tradições e pela psicologia individual ou coletiva que acaba influenciando todos esses fatores. Na lógica de atividades turísticas, onde as diferenças e especificidades de cada localidade é motivo de interesse do outro, assim como também ocorre na culinária. Como ressalta Mintz (2001) que o comportamento alimentar tem uma ligação direta com a identidade social de cada ser humano.

METODOLOGIA

Por este resumo se tratar de uma reflexão teórica que surgiu a partir do ensaio do Trabalho de Conclusão de Curso da autora, caracteriza-se por ser uma pesquisa exploratória através de levantamento bibliográfico tendo uma abordagem qualitativa dos temas estudados, de-

envolvida por meio de leituras de livros, artigos e sites, pois se pretende aprofundar na reflexão sobre a identidade e a valorização da gastronomia Indígena e como este elemento afeta o turismo cultural na Paraíba, e, assim, fornecer o embasamento teórico necessário para a fundamentação do processo de construção do resumo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo trabalha com desejos, expectativas, necessidades e motivações do turista. Nessa visão o turismo cultural e a concepção humana não poderão ser deixados de lado. Seja em busca de conhecimentos ou, um complemento do cotidiano. O turista cultural muitas vezes se baseia em seus próprios valores para buscar o diferente, buscando experiências que os acrescentem algo, seja emoção ou apenas conhecimento sobre a cultura do outro. A gastronomia se destaca, pois, além de ser um forte atrativo turístico, complementa a oferta turística, agregando valores simbólicos. Em especial, a culinária indígena que traz consigo não só as técnicas de preparação, mas também, valores tradicionais, assim, o turista consegue fazer uma viagem no tempo, entrelaçando uma culinária que está presente desde do século XVI, com a culinária contemporânea. A valorização desta culinária tende a mostrar que a cultura ainda vive mesmo com a miscigenação do colonizador e que é um elemento importante para a culinária brasileira, uma mistura de sabores que une o indígena e o não indígena, mostrando que as diferenças geraram um mundo de sabores. Enquanto povos Indígenas precisam e devem valorizar a culinária e o legado que foi passado de geração em geração, que hoje não morreu, mas está presente em uma nova forma.

REFERÊNCIAS

CASCUDO, Câmara L. **História da alimentação no Brasil**. Belo Horizonte: Itatiaia; São Paulo: EDUSP;1983, V.1-2.926 p.

COLLAÇO, Janine. **Turismo e gastronomia**: uma viagem pelos sabores do mundo, 01 de Novembro 2007. Disponível em: <http://slow-foodbrasil.com/textos/alimentação-e-cultura\140turismo-e-gastronomia-uma-viagem-pelos-sabores-do-mundo> . Acesso em: 04\01\2017
DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.

JANUÁRIO, Elias Renato da Silva, *et al.* **Culinária Indígena**. Barra do Bugres: UNEMAT, 2009.

BRASIL, Ministério do Turismo. Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

MINTZ, S. W. Comida e antropologia – uma breve revisão. **Revisa brasileira de ciências sócias**, Rio de Janeiro, v. 16, n 47, out.2001.

SANTOS, C. R.A. dos. Por uma história da alimentação. In: **História**: questões e debates, Curitiba, v.14, n.26\27, p. 154-171, jan\dez.1997.

RAMOS, Alcida Rita. **Sociedades Indígenas**. São Paulo: Editora Ática, 1988.

SITÔNIO, Luiz Carlos Ferraz. *Organização e divisão do trabalho como mecanismo de produção e manutenção cultural: o universo sociocultural da casa de farinha indígena*. João Pessoa-2012.

WETZMAN, Radica. As práticas alimentares “tradicionais” no contexto dos povos indígenas de Minas Gerais. **Estudos Sociedades e agricultura**, abril de 2013, vol. 21, n 1, p.140-159, ISSN 1413-0580

AUTORES

	<p>Andressa Michelotto de Castro</p> <p>É graduanda de Tecnologia em Gestão de Turismo, na UFPR Litoral. Participa de um dos programas de Iniciação Científica, cujo título do projeto: “Turismo e Cultura no Litoral do Estado do Paraná: identidade, representação e relações de pertencimento”.</p>
	<p>Alex Barbosa</p> <p>Graduando em Hotelaria pela UFPB (2018). Co-Autor do livro TURISMO E CIDADES CRIATIVAS. Apoiador no projeto de Aprendizagem ao Estudante com Deficiência do Comitê de Inclusão e Acessibilidade da UFPB. Integrante das equipes organizadoras do Encontro Paraibano de Hospitalidade- EPAH 2017 e OXENTE: Que forró é esse? 2018.</p>
	<p>Aline Gisele Azevedo Lima de Barros</p> <p>É professora do Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH), do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). É Mestra em Engenharia da Produção pelo Programa de Pós-graduação em Engenharia da Produção (PEP) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), é graduada em Turismo pela UFRN, com habilitação na área de Animação Turística. Possui interesse nos seguintes temas de pesquisa: Planejamento e Organização de Eventos; Lazer, Entretenimento, Recreação, Animação Turística; Estudos da Hospitalidade; Educação em Turismo e Hotelaria.</p>



Amanda Ellen de Albuquerque Santiago

Graduanda em Hotelaria (Bacharel) pela Universidade Federal da Paraíba. Atua como Aluna Apoiadora do projeto Aluno Apoiador do Comitê de Inclusão e Acessibilidade da UFPB. Participou até o módulo III da Extensão de Libras da UFPB. Trabalhou na Comissão Organizadora do Evento “Oxente UFPB”. Atualmente sua área de pesquisa é sobre a Acessibilidade nos meios de Hospedagem.



Ana Luclecia Lima do Nascimento

Graduando em Hotelaria (Bacharel) pela Universidade Federal da Paraíba. Atualmente é membro do Grupo de Trabalhos Indígenas, vinculado ao SEAM-PO -Setor de Estudos e Assessoria a Movimentos Populares da Universidade Federal da Paraíba. Tem pesquisas na área de turismo e culinária indígena bem como é atuante em movimentos indígenas



Bárbara Ryana Barbosa da Silva.

Graduanda em Turismo (CCTA/UFPB)

	<p>Catiane Lopes de Lima</p> <p>Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Possui Graduação e Mestrado Acadêmico em Turismo (UFRN). Atuou como professora substituta pelo Departamento de Turismo - UFRN. Atualmente é pesquisadora voluntária do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPQ) no Grupo de Estudos em Gestão do Turismo (GESTUR). Tem experiência na área de Turismo, com ênfase em Gestão do Turismo, atuando principalmente nos seguintes temas: Metodologia da Pesquisa Científica; Lazer e Entretenimento; Hospitalidade; e Gestão de pessoas em Turismo e Meios de Hospedagem.</p>
	<p>Cibelle Batista Gondim</p> <p>É professora do Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH), do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Atualmente, é doutoranda em Turismo no Programa de Pós-graduação em Turismo (PPGTUR) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Possui mestrado em Administração pelo Programa de Pós-graduação em Administração (PPGA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), na Área de Gestão Organizacional, e é graduada em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), com habilitação na área de Planejamento e Gestão do Turismo. Além disso, integra o Grupo de Estudos em Gestão do Turismo (GESTUR), e possui interesse nos seguintes temas de pesquisa: Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo; Economia Compartilhada e Consumo Colaborativo; Comportamento do Consumidor no Turismo; Economia da Experiência; e Gestão de Vendas em Hotelaria.</p>

	<p>Elisama Ramos da Silva</p> <p>Graduada em Hotelaria pela UFPB (2018). Co-autora do artigo “PARAÍSO NATURAL NAS ÁGUAS”: O Nível de Satisfação dos Consumidores em Relação aos Passeios de Barco à Picãozinho, publicado na revista Applied Tourism 2018. Integrante da equipe organizadora do Encontro Paraibano de Hospitalidade- EPAH 2017. Participação em diversos eventos científicos nacionais.</p>
	<p>Hebert Augusto Borba</p> <p>Graduado no curso superior de Tecnologia em Gastronomia pela Faculdade Senac de Pernambuco, tem experiência na gastronomia italiana e regional nordestina. Graduando em Hotelaria pela UFPB (2018). Membro efetivo do Centro Acadêmico da gestão Inova Hotelaria. Membro efetivo da gestão do DCE – Por Todas, na coordenação de cultura, esportes e lazer. Voluntário no projeto de extensão do NEDET (núcleo de extensão em desenvolvimento territorial e agroecologia):A agroecologia levando a ciência do campo para o ensino fundamental. Co-Autor do livro TURISMO E CIDADES CRIATIVAS. Integrante da equipe OXENTE: Que forró é esse? 2018.</p>
	<p>Jammilly Mikaela Fagundes Brandão</p> <p>É professora da área de Hotelaria, e Coordenadora de Pesquisa e Inovação, no Instituto Federal de Brasília – IFB. Atualmente, está em processo de doutoramento em Administração, no Programa de Pós-Graduação em Administração (PPGA/UFPB). É Mestre em Administração, Especialista em Turismo e Desenvolvimento Local e Graduada em Hotelaria e em Administração, pela Universidade Federal da Paraíba. É também integrante do Núcleo de Estudos em Aprendizagem e Competências – NAC, com interesse em estudos relacionados ao processo de aprendizagem e ao desenvolvimento de competências no contexto do turismo, hotelaria e administração.</p>



Jessika Emmile Vitorino Chaves

Possui graduação em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba (2016). Atualmente é Professora Técnica em Estado da Paraíba . Tem experiência na área de Hotelaria, com ênfase em Turismo.



Karla Pereira de Lima

Aluna graduanda do curso de Bacharelado em Hotelaria da UFPB

Participou como voluntária no projeto de monitoria: Aplicando a Educação na Gastronomia – Do departamento de Gastronomia da UFPB (2016)

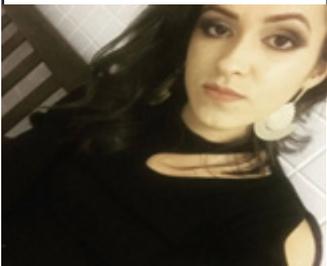
Participou como autora do capítulo 19 do livro: NUTRIÇÃO E SAÚDE: conhecimento, integração e tecnologia. Ed. IBEA / ISBN: 9788592522032 / ed. 1 (2016)

Participou como bolsista no projeto de extensão: Resgate, avaliação e valorização cultural como ações para preservação do patrimônio gastronômico da Paraíba: Análise da forma de preparo da buchada e do sarapatel elaborados a partir de subprodutos de caprinos e/ou ovinos comercializados em feiras-livres. - Do departamento de Gastronomia da UFPB (2015)



Kelly da Silva Souza

Graduanda em Hotelaria (Bacharelado)
Cursou o módulo I da Extensão de Espanhol da UFPB. Trabalhou na comissão organizadora do Evento “OXENTE UFPB”. Atualmente é pesquisadora na área de Acessibilidade nos meios de hospedagem.



Keycianne Gomes

É graduanda no curso bacharelado em Hotelaria e ingressante no curso de Engenharia de Alimentos na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Membro do Centro Acadêmico de Hotelaria (2017/2018). Participou como voluntária em alguns projetos de extensão ofertados pela universidade, bem como, é membro de grupo de estudo em iniciação científica no seguimento de gestão da qualidade.



Marcleide Maria Macedo Pederneiras

Pós-Doutoranda na área de Contabilidade na Universidade do Minho-Portugal na Escola de Economia e Gestão-EEG. Doutora em Administração pelo PROPAD/UFPE. Mestrado em Ciências Contábeis pela Universidade de Brasília (2003). Graduação em Ciências Contábeis - Unipê Centro Universitário de João Pessoa (1995). Atualmente é Professora adjunta da Universidade Federal da Paraíba. Tem experiência na área de Ciências Contábeis, atuando principalmente nos seguintes temas: educação em contabilidade, administração pública, medição de desempenho hoteleiro. É professora permanente do Mestrado Profissional em Administração Pública em Rede – PROFIAP/UFPE/CCJS. É líder do GRUPO DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO EM CONTABILIDADE - GEPEC/CNPq . Co-Autora do livro O FAZER DO TRABALHO CIENTÍFICO EM CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS. Autora e organizadora do livro EDUCAÇÃO CONTÁBIL: tópicos de ensino e pesquisa; autora e organizadora do livro os NOVOS PARADIGMAS PARA A CIÊNCIA CONTÁBIL. Autora e organizadora do livro ESTUDANDO TEORIA DA CONTABILIDADE; autora do Livro DIDÁTICA e PESQUISA APLICADA AO ENSINO DA CONTABILIDADE. Organizadora e co-autora do livro CONSULTORIA ORGANIZACIONAL: Teorias e Práticas, publicado em out de 2010; autora e organizadora do livro GBRSP- GESTÃO BASEADA EM RESULTADO SETOR PÚBLICO; possui diversos artigos publicados em periódicos nacionais e vasta participação em eventos nacionais. Coordenadora nacional do I, II, III e IV SBTCont-I Simpósio Brasileiro de Teoria da Contabilidade.

	<p>Maria das Vitorias Gonçalves dos Santos.</p> <p>Graduanda em licenciatura Plena em Pedagogia (CCHSA/UFPB). Bolsista PROLICEN (2016, 2017, 2018). Membro do grupo de estudos e pesquisas das tecnologias da informação e comunicação (GEPE-TIC).</p>
	<p>Milena Araújo dos Anjos</p> <p>Graduanda em Hotelaria pela UFPB (2018). Co-Autora do livro TURISMO E CIDADES CRIATIVAS. Membro do projeto de extensão TIQUINHO DE ALEGRIA: CONTRIBUINDO COM A HUMANIZAÇÃO HOSPITALAR E NA EDUCAÇÃO EM SAÚDE ATRAVÉS DA PALHAÇOTERAPIA (2017 e 2018). Membro da organização do evento OXENTE QUE FORRÓ É ESSE? (2018). Membro do CENTRO ACADÊMICO DE HOTELARIA (2018). Membro do DIRETÓRIO CENTRAL DOS ESTUDANTES (2018). Vasta participação em eventos nacionais.</p>
	<p>Nathália Suene Formiga Barbosa</p> <p>Graduanda em Turismo pela Universidade Federal da Paraíba e Vice- Presidente do Centro Acadêmico de Turismo André Piva.</p>



Paloma Mendes Silva

Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN); Guia de Turismo pelo Instituto de Educação, Ciências e Tecnologia do Rio Grande do Norte (IFRN) e bolsista/estagiária de Apoio Técnico no período de 2016 a 2018 no Programa de Qualidade de Vida (Qualivita) do Centro de Ciências Sociais Aplicadas (CCSA) da UFRN

Pedro Vítor Roque Fernandes de Souza

Bacharel em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba. Tem experiência na área de pesquisa, pelo projeto de sociologia com tema Mercado de trabalho em hotelaria: Análise Sociológica. Extensão, através do projeto de “Capacitação da Cadeia Produtiva da Hospitalidade nos Municípios Turísticos do Litoral da Paraíba” coordenado pela professora Cibelle Gondim. E monitoria através do projeto “aplicando a educação na gastronomia”



Pyetro Pergentino de Farias

É graduando no curso de bacharelado em Hotelaria na Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bolsista do PIBIC, bem como, é membro de grupo de pesquisa GEPEC, pesquisador na linha de gestão da qualidade. Membro do Centro Acadêmico de Hotelaria (2017/2018) e do Diretório Central dos Estudantes (2018/2019).



Rita Cristiana Barbosa

Graduada em Pedagogia (1999), Especialista em Tecnologia Educacional em Ciências Naturais (2001), Mestra (2008) e Doutora em Educação (2015), pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB) com estágio doutoral na Universidade de Barcelona (UB/ES). Professora da UFPB atuando nas áreas de pesquisa e práticas pedagógicas, gestão e tecnologia educacional. Foi Coordenadora do curso de Pedagogia/CCHSA/UFPB e Chefe do Departamento de Educação/CCHSA/UFPB. Pesquisa e orienta sobre tecnologias da informação e comunicação, gênero, currículo, educação superior e educação à distância. É sub-chefe do Departamento de Educação/CCHSA/UFPB. Membro do Núcleo Interdisciplinar de Pesquisa e Ação Sobre a Mulher e Relações de Sexo e Gênero - NIPAM/UFPB. Integra o programa hispano-brasileiro de cooperação entre a Universidade Federal da Paraíba e a Universidade de Barcelona: Gênero e educação superior: políticas, narrativas e currículo (Capes-DGU 040/2012). Líder do Grupo de Estudos e Pesquisas sobre Educação e Tecnologias da Informação e Comunicação - GEPETIC.

ISBN 978-85-9559-151-6



9 788595 591516