

DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS NO MESTRADO EM HOSPITALIDADE

DISSERTATIONS DEFENDED IN HOSPITALITY MASTER COURSE

Alessandra Silva Carvalho (Org.)¹

BANNWART, Cristina Figueiredo. *Hospitalidade e convivialidade: Documentos particulares de uma família suíça no interior paulista (1945–1950)*, 2007. Orientador: Sênia Regina Bastos.

RESUMO: A pesquisa contempla o estudo das relações de convivialidade e hospitalidade no ambiente doméstico em uma fazenda de café no interior de São Paulo, de 1945 a 1950. As fontes de pesquisa reúnem documentos familiares como fotografias, cartas e menus do período em questão pautados pelo referencial teórico da hospitalidade e do cotidiano. Tendo como principal fonte 107 cartas escritas por uma mulher estrangeira, proveniente da aristocracia holandesa, que em 1931, casou-se com um filho de imigrante suíço, transferindo-se para o Brasil seis anos depois. Apesar da riqueza do conteúdo da escrita epistolar, foram realizadas entrevistas com o intuito de enriquecer o universo estudado, bem como compreender as relações sociais que se estabeleceram entre os principais protagonistas da correspondência. As fontes de pesquisa foram submetidas à categorização, na qual os diversos elementos encontrados foram sistematicamente agrupados por diferentes assuntos e, finalmente, com o material classificado e categorizado, pôde-se chegar à análise de seu conteúdo. Tratando-se de

¹ Aluna do Mestrado em Hospitalidade, da Universidade Anhembi Morumbi. Especialista em Ecoturismo e Turismo Rural pelo SENAC-SP. Bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi. Docente nos cursos de graduação em Administração, Educação Física e Pedagogia da Estácio Uniradial. Endereço: Rua Casa do Ator, 294, 7º andar, Vila Olímpia, São Paulo, SP, Brasil, CEP 04546-000. E-mail: alessandra@anhembi.br

ambiente doméstico procura-se, por meio da pesquisa, identificar os múltiplos papéis desenvolvidos por esta mulher no ambiente familiar como esposa, mãe, dona de casa, além das suas funções sociais perante os funcionários da Fazenda, com a realização de festas de final de colheita, casamentos e primeiras comunhões. Desempenhava o papel de anfitriã zelosa e requintada. Era uma mulher que gostava de receber visitas desde que fizessem parte do círculo de relacionamento valorizado pela família.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Convivialidade. Escrita epistolar. História oral. Imigração suíça.

BENEDUCE, Carla Giannubilo. *Hospitalidade substantivo feminino?* 2007. Orientador: Ada de Freitas Maneti Dencker.

RESUMO: Tendo por objeto de estudo o feminino na sua forma e conteúdo sob o ponto de vista sócio-cultural, essa pesquisa se propõe investigar de que forma as características do feminino foram construídas ao longo do tempo e se colocaram em sintonia com tendências de construção de um mundo mais voltado para o humano nesse início do século. O recorte especial desse estudo de gênero será a hospitalidade nos âmbitos doméstico, social e comercial, tendo como problema ser investigado os papéis do feminino na cultura ocidental, e de que forma tais papéis desempenhados na prática da hospitalidade doméstica contribuem para a identificação e desempenho profissional da mulher em atividades da hospitalidade comercial. Partindo da hipótese de que a hospitalidade comercial é inspirada nos padrões da hospitalidade doméstica, entende-se que a construção de papéis do feminino a partir desse cenário facilitaria a atuação das mulheres em atividades profissionais junto ao segmento de hospedagem, caso essa venha a ingressar nesse segmento. A mulher vem desempenhando importantes papéis fora do ambiente doméstico nas últimas décadas, o que faz com que atributos do universo feminino passem a integrar o mundo do trabalho de modo crescente. É razoável supor que ambientes de trabalho que se aproximem mais das atividades desenvolvidas pelas mulheres no ambiente doméstico possam vir a contribuir para o seu desempenho de papéis profissionais inspirados na esfera própria do feminino, sendo um facilitador para seu ingresso no mundo do trabalho, bem como para seu desempenho devido a uma forte identificação com a área. O estudo das características femininas e sua compatibilidade com a área de hospitalidade podem ser um importante

elemento para auxiliar na gestão e recrutamento e formação de recursos humanos para esse setor. Sendo um estudo de gênero não contrapõe homens e mulheres, mas sim se entende que o gênero feminino apresenta características que facilitam atitudes hospitaleiras, sendo que tais características podem se manifestar tanto em homens quanto em mulheres.

PALAVRAS-CHAVE: Gênero. Cultura. Educação familiar. Hospitalidade doméstica. Papéis sociais.

BERNARDO, Carlos Roberto. *Terceirização: Vantagens e desvantagens do contrato de gestão de administração*. Estudo de caso do Novotel São Paulo Center Norte, 2007. Orientador: Celia Maria de Moraes Dias.

RESUMO: A terceirização, uma das técnicas mais modernas de administração, tem crescido substancialmente nos meios de hospedagem, através de contratos de administração, arrendamento e franquia. Muitos hotéis têm utilizado a terceirização como uma oportunidade de diminuir os custos e melhorar a qualidade dos serviços oferecidos, como estratégia de sobrevivência num mercado altamente globalizado e competitivo. São muitas as administradoras de mão-de-obra existentes na cidade que atendem e entendem o mercado hoteleiro, contudo obstáculos também existem, pois essas administradoras nem sempre preenchem satisfatoriamente às necessidades dos hóspedes. O Trabalho se constitui numa pesquisa: exploratória, bibliográfica e documental e pesquisa de campo através de estudo de caso indicado. Será analisada a própria administração do empreendimento com o gerenciamento por uma empresa especializada, de nível internacional, no mercado de serviços hoteleiros. Poder-se-á analisar a qualidade dos serviços prestados aos hóspedes e a competitividade do empreendimento na hotelaria de categoria superior, situada entre os hotéis econômicos e de luxo. Nota-se que o treinamento e o conhecimento do mercado determinam a qualidade dos serviços oferecidos aos hóspedes, fator extremamente importante nesse segmento de hotelaria. Isso faz com que haja uma reflexão sobre o assunto para entender de que modo a hospitalidade comercial pode ser beneficiada ou prejudicada, no caso da interferência de uma empresa terceirizada no processo de prestação de serviços num meio de hospedagem.

PALAVRAS-CHAVE: Terceirização. Gestão. Globalização. Hospedagem. Qualidade.

BEZERRA, Sandra Regina Zúniga de Souza. *As contradições de uma cidade hospitaleira: Maringá, Paraná*, 2007. Orientador: Maria do Rosário Rolfsen Salles.

RESUMO: O presente trabalho aborda a hospitalidade urbana e tem como objeto de estudo o município de Maringá, Paraná. Objetivou-se identificar as formas de hospitalidade ou inospitalidade manifestas no discurso dos pioneiros e sua relação com a hospitalidade evocada no atual discurso de marketing de destino. O referencial teórico versa sobre a hospitalidade enquanto campo de estudos e a relação com a urbanidade, especialmente com o desenvolvimento de formas de sociabilidade baseadas na experiência de vida urbana, considerando-se as especificidades de uma cidade planejada, como é o caso em estudo. O processo histórico da colonização e urbanização locais e regionais ocorridos a partir de meados do século passado foi abordado tendo como fonte a pesquisa bibliográfica e os depoimentos prestados pelos pioneiros ao “Projeto Memória”, destacando-se a relação da concepção original da cidade e a hospitalidade. Para o período atual, buscou-se explorar a criação e atuação de duas entidades relacionadas: o Conselho de Desenvolvimento Econômico de Maringá – CODEM, criado a partir do movimento intitulado “Repensando Maringá” e o Maringá e Região *Convention & Visitors Bureau* - MRC&VB. Através da análise de peças publicitárias dessas entidades buscou-se a identificação de referências à hospitalidade. Conclui-se que existe atualmente a apropriação de elementos do processo histórico. Os argumentos para atração de colonizadores e pioneiros e o apelo da hospitalidade são repetidos atualmente no discurso do marketing de destino de turismo de eventos evidenciando, entretanto, mudanças importantes no conceito de hospitalidade, tendo em vista as especificidades históricas e de cada contexto.

PALAVRAS-CHAVE: Colonização. Hospitalidade urbana. Maringá. Turismo. Urbanismo.

COLOMBO, Lina Biselli. *O valor das relações: um olhar sobre o trabalho das camareiras a partir da hospitalidade e da dádiva*, 2008. Orientador: Marielys Siqueira Bueno.

RESUMO: As novas formas de organização do trabalho afetam as relações e a sociabilidade entre as pessoas no ambiente de trabalho. Por mais que a gestão de pessoas atue na busca de melhorias para a qualidade do trabalho, no incremento de políticas de satisfação e de motivação do trabalhador, o cenário de convivência que prevalece nas instituições é o de competitividade

e individualidade. A partir das características do mundo do trabalho atual, o intuito da pesquisa foi de focalizar a gestão das pessoas não mais com uma visão exclusivamente técnico-funcional, mas focada nas relações entre os indivíduos. Ancorada na teoria sócio antropológica da hospitalidade, a pesquisa observou o grupo de camareiras de um hotel de luxo da cidade de São Paulo, a partir das relações que elas estabelecem no ambiente de trabalho: entre elas, com os gestores e com o hóspede. Sendo possível concluir que além dos interesses materiais, as relações quando impregnadas dos elementos da dádiva, como solidariedade, espontaneidade, gratuidade, tornam possível a criação de um ambiente de trabalho, onde produtividade e qualidade são conseguidas a partir do cuidado e da atenção de cada pessoa envolvida na relação. A metodologia escolhida foi qualitativa, apoiada na técnica de entrevista em profundidade e da observação participativa.

PALAVRAS-CHAVE: Gestão de pessoas. Trabalho da camareira. Dádiva. Relação. Vínculos.

CUNHA, Ana Maria Campo Alves da. *O uso da evidência física como forma de gerar percepções de hospitalidade em serviços de saúde*, 2007. Orientador: Celia Maria de Moraes Dias.

RESUMO: A pesquisa tem como tema o uso das evidências físicas como forma de gerar percepções de hospitalidade em serviços de saúde. O estudo teve como objetivo identificar se os elementos arquitetônicos dos espaços das unidades de internação são decodificados como elementos de hospitalidade pelos profissionais que têm o poder de decidir sobre esses projetos de arquitetura. Realizado em duas etapas, a primeira foi um estudo bibliográfico sobre o assunto e a segunda uma pesquisa qualitativa e os resultados obtidos, por meio de estudo de caso. Contextualizou-se o perfil econômico da saúde no Brasil e, em particular, a saúde suplementar, onde o hospital objeto deste estudo está inserido. Procurou-se mostrar a história da arquitetura hospitalar no mundo e no Brasil, onde os elementos dos projetos influenciam a recuperação do paciente que procuram o hospital para tratamento. A arquitetura hospitalar pode ser um diferencial, contribuindo para minimizar o impacto para os usuários, transformando o ambiente em acolhedor e hospitaleiro. Foram utilizadas, neste estudo as dimensões de acessibilidade, legibilidade e identidade como variáveis, sendo que o resultado revelou que, embora se encontrem nos projetos de arquitetura estes três elementos, estes não são

reconhecidos como geradores de hospitalidade pelos profissionais entrevistados. Como esse conceito é pouco difundido na área da saúde, acredita-se ser importante ampliar o nível de sensibilização dos tomadores de decisão para a necessidade de considerar a percepção do espaço, além da técnica, buscando a excelência dos edifícios de saúde.

PALAVRAS CHAVE: Arquitetura. Hospitalidade. Indicadores.

DANTAS, Vanessa Pinheiro. *Vila Madalena: imagens e representações de um bairro paulistano*, 2008. Orientador: Maria do Rosário Rolfsen Salles.

RESUMO: Esta pesquisa, de caráter qualitativo, objetivou identificar a história de um Bairro da Zona Oeste de São Paulo, a Vila Madalena, por meio das representações e memórias de moradores selecionados entre aqueles que residem no Bairro há pelo menos 20 anos. Como objetivo geral, buscou-se as marcas produzidas pelas transformações, quer sejam espaciais, sociais, econômicas entre outras, e o seu reflexo nas edificações e nos habitantes. Dessa forma, foram produzidas fontes orais, baseadas nos depoimentos desses moradores residentes, com idade mínima de 50 anos, a fim de compor o quadro de transformações e a imagem produzida da Vila Madalena. O referencial teórico-metodológico cujas bases conceituais se apoiaram nos autores que estudam a cidade, permitiu o desenvolvimento dos instrumentos de pesquisa que encontraram na entrevista semi-estruturada um caminho apropriado para alcançar os objetivos propostos. A obra de Lynch (1982) foi amplamente utilizada não somente enquanto referencial teórico, mas como balizamento no uso do método a fim de compor a imagem da Vila Madalena por um exercício de “imaginabilidade” da forma urbana realizada com cada morador entrevistado. Como recurso metodológico, utilizou-se mapas de localização da Vila, que foram apresentados aos informantes, para a apreensão das representações e imagens do espaço construídas pelos próprios moradores. Os resultados demonstram que há uma clara imagem da Vila constituída ao longo do tempo, pelo senso comum com o auxílio da mídia quanto ao seu caráter “alternativo” e “de esquerda”, mas que não corresponde exatamente aos impactos do processo de verticalização acelerada e elitização que provocou a mudança do perfil do morador, e que é de alguma forma diferente da visão dos depoentes quanto à sociabilidade do bairro. A verticalização e a alteração do perfil de um bairro residencial para comercial possivelmente é uma das justificativas para o decréscimo populacional verificado, embora se conserve a função

residencial do bairro, o que é claramente percebido com saudosismo pelos moradores mais antigos, que viram o bairro se transformar em bairro de “passagem” e de ligação durante o dia, entre os principais bairros da Zona Oeste e também pelo tipo de comércio existente como os ateliês de arte e lojas de grife. À noite há uma clara mudança no perfil dos frequentadores em virtude principalmente dos bares e da intensa vida noturna, o que é percebido com reservas pelos moradores mais antigos, que não compartilham exatamente com a imagem da mídia sobre o “glamour” da Vila, o “Village” paulistano.

PALAVRAS-CHAVE: Imagem. Representações. Sociabilidade. Bairro. Vila Madalena (São Paulo/SP).

DIEZ, Mônica Perin. *O trabalho das doulas voluntárias do Amparo Maternal à luz da teoria da dádiva moderna*, 2008. Orientador: Marielys Siqueira Bueno.

RESUMO: Pesquisas do início da década de 1990 mostram que, modernamente, a palavra grega *doula* vem sendo utilizada para designar aquelas mulheres capacitadas para brindar apoio continuado a outras mulheres (e aos seus companheiros e/ou outros familiares), proporcionando conforto físico, apoio emocional e suporte cognitivo antes, durante e após o nascimento de seus filhos. Ao realizar-se este estudo descritivo e analítico, objetiva-se analisar a ação da *doula* voluntária do Amparo Maternal, maternidade social que acolhe gestantes de baixa renda e tem como princípio “nunca recusar ninguém”, sob o ponto de vista da Teoria da Dádiva de Marcel Mauss. O resgate do potencial sociológico da obra de Mauss deve sua origem, principalmente, a um grupo de intelectuais franco-canadenses contemporâneos que se agruparam em torno de diversas iniciativas anti-utilitaristas, dentre os quais se destacam Allain Caillé, Jacques Godbout e, no Brasil, Paulo Henrique Martins. O presente trabalho se vale de dados obtidos através da metodologia qualitativa de observação livre e direta e de entrevistas semi estruturadas com as *doulas* voluntárias. Percorre-se a literatura científica para documentar a crescente valorização do trabalho da *doula* e sua colaboração para a humanização do parto. Ao observar-se a relação *doula*-parturiente - uma relação personalizada – sob a dimensão da dádiva, verifica-se a importância da consideração da pessoa como única, a não ruptura entre doador e receptor, além de outros constituintes da dádiva. A Teoria do Dom se apresenta, dessa forma, como um novo olhar sobre o trabalho voluntário.

PALAVRAS-CHAVE: Dádiva. Epistemologia da Hospitalidade. Parto humanizado. Trabalho voluntário. Doula.

FEDRIZZI, Valéria Luiza Ferreira. *O conhecimento gerado no programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi – UAM*, 2008. Orientador: Sênia Regina Bastos.

RESUMO: O tema eleito para este estudo, a Hospitalidade, quando analisada em âmbito acadêmico, arrola várias disciplinas do conhecimento, sua investigação científica no Brasil, tem no Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi o seu primeiro curso, criado no primeiro semestre de 2001. Este estudo é de caráter exploratório–descritivo, e seu referencial teórico metodológico é proveniente, principalmente, da Ciência da Informação. O objetivo geral da presente dissertação foi analisar as dissertações defendidas pelas seis primeiras turmas (2004 a 2007) de formandos do Programa de Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. A análise dessas dissertações realizou-se através da leitura de seus títulos, resumos e palavras-chave, cujas abordagens pautaram-se pelos estudos temporais (turmas), as abordagens territoriais (abrangência das pesquisas), análise dos temas das dissertações bem como dos estudos via internet (observação do currículo *Lattes* dos discentes, na base de dados do CNPq). No que se refere à abrangência desses estudos constatou-se que 16 dissertações destacam-se por sua abrangência nacional (Brasil), sendo os demais caracterizados por seu caráter regional, acrescidos de 11 estudos teóricos. Posteriormente, implementou-se a indexação das 108 dissertações dentro de uma única categoria Hospitalidade e criaram-se dez facetas através do método analítico, indexando-se cada dissertação em uma única faceta (classe) interpretativa (auto excludente). As facetas configuram um sistema, composto por Hospitalidade turística (18), Hospitalidade comportamental (15), Hospitalidade espacial (14), Hospitalidade e eventos (9), Hospitalidade e meios de hospedagem (13), Hospitalidade e ensino (10), Hospitalidade e restauração (7), Hospitalidade e gestão (12), Hospitalidade religiosa (4) e Hospitalidade organizacional (6).

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Geração do conhecimento. Produção acadêmica em Hospitalidade. Dissertações. Categoria.

FIGUEIREDO, Jéssica Patrícia. *Etiqueta e Hospitalidade: do “bom-tom” às “boas maneiras”*, 2007. Orientador: Sênia Regina Bastos.

RESUMO: O presente trabalho tem como objetivo central investigar os códigos de conduta que configuram a etiqueta nas recepções de famílias de classe média na cidade de São Paulo e verificar sua possível interação junto à hospitalidade doméstica, envolvendo o modo comportamental social estabelecido nas relações entre anfitrião e visitante. Ao falar de etiqueta, implica em analisar regras sociais que auxiliam as pessoas a se comporem adequadamente, de acordo com cada tipo de situação e meio social. O interesse da pesquisa é motivado pela observação dos diferentes comportamentos entre o acolhedor e o acolhido, abordando recepções realizadas na casa de famílias nucleares ou quando estas decidem transpor suas recepções para ambientes comerciais, por meio do convite ocasionado através de vínculos de amizade e familiaridade. Tal proximidade promove o estreitamento das relações sociais ou distanciamento ocasionando até mesmo a dissolução de laços. A partir de levantamento bibliográfico e entrevistas semi-estruturadas realizadas nas casas de anfitriãs, procurou-se identificar como transcorriam suas recepções no intuito de detectar situações de convivência onde a etiqueta é participante ou não, a fim de analisar a importância de tais modos de comportamento que contribuam para o êxito da hospitalidade entre anfitriões e visitantes. Conclui-se, portanto, que o conhecimento das regras sociais auxilia e melhora a hospitalidade, acarretando em melhorias nos relacionamentos e convívio social dos indivíduos.

PALAVRAS-CHAVE: Etiqueta. Hospitalidade. Recepções familiares. Anfitrião.

FONTANA, Rosislene de Fátima. *Desenvolvimento do turismo rural no norte do Paraná: estudo de caso da Fazenda Ubatuba/Apucarana/PR*, 2005. Orientador: Ada de Freitas Maneti Dencker.

RESUMO: O turismo rural vem sendo investigado por estudiosos de diversas áreas cujo objeto de pesquisa são as problemáticas vivenciadas pelo homem do campo, principalmente àquelas relacionadas à geração de emprego e renda rural. Embora importante, o fator econômico não deve ser o único elemento a ser levado em conta na análise da atividade turística na zona rural. O planejamento do turismo rural deve ser estudado e pesquisado visando sua descrição e

caracterização, de maneira que a atividade seja desenvolvida buscando de forma equilibrada a preservação cultural e ambiental do local, bem como a inserção da comunidade, para que a atividade turística possa agregar renda e qualidade de vida aos seus residentes e ao mesmo tempo, possibilitar aos visitantes um contato com o meio rural – seus usos e costumes, buscando a sustentabilidade econômica, ambiental e cultural da comunidade. O presente trabalho conceitua e relata o desenvolvimento do turismo rural inicialmente na Europa e posteriormente no Brasil, especificando a região norte do estado do Paraná. A pesquisa empírica desenvolvida utiliza a metodologia de estudo de caso único, tendo como objeto a Fazenda Ubatuba, localizada no município de Apucarana, descrevendo o processo de implantação, desenvolvimento e encerramento do empreendimento turístico: Hotel Fazenda Ubatuba, que funcionou no local no período de julho de 2003 a dezembro de 2004.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo rural. Planejamento turístico rural. Hospitalidade. Desenvolvimento local. Qualidade de vida.

FRANCO, Maria Cláudia Setti de Gouvêa. *Hospitalidade e eventos de motivação política*, 2007. Orientador: Sênia Regina Bastos.

RESUMO: Este estudo se propõe a refletir sobre como se estabelecem os vínculos entre candidatos a cargos políticos eletivos de natureza estadual e federal na esfera intrapartidária e interpartidária. Para tal, foi feito o acompanhamento de dois candidatos que concorreram às eleições de 2006 em um determinado município do Grande ABC Paulista. O objetivo da pesquisa foi identificar a hospitalidade na fundação dos vínculos políticos e como os mesmos se desenvolvem no estabelecimento de compromissos entre pares dentro e fora do partido, a partir dos paradigmas de dádiva e de bens simbólicos. A metodologia adotada para a pesquisa de campo foi a observação participativa, realizada em duas etapas. Uma, buscando identificar a hospitalidade nos espaços reservados para a atividade política de cada um dos candidatos escolhidos como sujeitos da pesquisa. A outra, observando eventos de motivação política organizados pela coordenação das duas campanhas, que por opção política uniram suas candidaturas em uma única campanha. Foram observados 23 eventos, no período de 03/08/06 a 29/09/06, todos eles organizados para fortalecer a rede de vínculos dos candidatos com seus colaboradores e eleitores, capacitando-os a ampliar a extensão dessa rede. Optou-se ainda pela

análise sistemática de dois jornais- um com circulação na região do Grande ABC (Diário do Grande ABC), e o outro de circulação nacional (Estado de São Paulo)- e a realização de entrevistas com os sujeitos da pesquisa. Adotou-se como metodologia de análise do jornal, sua leitura sistemática, especificamente dos artigos e reportagem sobre política e também das eleições de 2006, cuja seleção fundamentou-se na identificação das categorias hospitalidade, bens simbólicos e cordialidade em seu teor. Resultou a seleção de três articulistas e a análise de 51 artigos. Ao que se refere às reportagens, foram selecionados 99 títulos de reportagens que continham jargões políticos com aderência ao referencial teórico, contabilizando a incidência de sete jargões e 29 termos com significado similar ao das palavras que compõem o vocabulário político, que não são reconhecidas como jargões, mas podem ser analisadas a partir desse referencial, pelo forte significado simbólico. Foram realizadas 30 entrevistas, uma a cada mês, em forma de conversa amigável; cinco pessoalmente e 25 por telefone. A partir dos dados coletados junto ao informante mapeou-se o campo para as entrevistas piloto. Optou-se pela leitura e análise de 10 entrevistas concedidas à imprensa pelos candidatos e também por representantes das respectivas campanhas. Após esta análise foram selecionadas perguntas e respostas cujo conteúdo tivesse ligação com o tema. O percurso metodológico ofereceu subsídios para a preparação de um questionário de perguntas fechadas, que poderiam ter sido aplicadas por ocasião das entrevistas com cada um dos candidatos, e que não aconteceram. Os resultados da pesquisa identificaram a hospitalidade na fundação dos vínculos políticos, a partir dos paradigmas de dádiva e dos bens simbólicos.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Eventos de motivação política. Política. Dádiva. Bens Simbólicos.

GUIMARÃES, Ana Maria Peres. *Canais de atendimento ao aluno em instituições de ensino superior privado na cidade de São Paulo: um estudo exploratório*, 2007. Orientador: Raul Amaral Rego.

RESUMO: Esta pesquisa tem como objetivo identificar os canais de atendimento nas instituições de ensino superior particulares da cidade de São Paulo, com ênfase na gestão desses canais e na percepção por parte dos alunos sobre a qualidade dos serviços oferecidos por estes canais. Inicialmente o trabalho apresenta o atual cenário das instituições de ensino

superior, sua organização e a complexidade da gestão nesse tipo de organização prestadora de serviços educacionais, visando destacar a importância das políticas para retenção de alunos e controle da evasão. Em segundo lugar, é feita a revisão da teoria sobre marketing, qualidade de serviços e relacionamento com os clientes, com destaque para a importância dos canais de comunicação das organizações prestadoras de serviços, as interferências do ambiente externo e interno, o papel dos funcionários neste relacionamento na construção da imagem da instituição de ensino pelos alunos. Além da revisão da literatura, é feita a análise das práticas de relacionamento com alunos de instituições de ensino superior norte-americanas vencedoras do prêmio Malcom Baldrige. Foi feita uma pesquisa exploratória, onde foram identificados os canais de atendimento ao aluno em quatro instituições de ensino superior da cidade de São Paulo, utilizando o método documental, com análise dos sites das instituições pesquisadas para identificação dos canais de atendimento e os seus serviços e análise de canais não formais para identificação de mídia gerada pelo consumidor através de comentários positivos e negativos feitos pelos alunos sobre sua percepção da qualidade dos serviços dos canais de atendimento. O trabalho apresenta resultados que indicam a gestão dos canais de atendimentos aos os alunos ainda pouco estruturadas e pouco vinculadas ao sistema de gerenciamento estratégico da instituição de ensino superior analisada.

PALAVRAS-CHAVE: Instituição de Ensino Superior. Relacionamento com alunos. Qualidade de serviços. Marketing de Serviços. Hospitalidade.

HAMAUÉ, Silvio Kimossuke. *Gestão de riscos aplicada à segurança do turismo de aventura*, 2008. Orientador: Raul Amaral Rego.

RESUMO: Esta pesquisa objetiva estudar a teoria e a prática da gestão de riscos aplicada à segurança das atividades do turismo de aventura e verificar se as empresas do setor estão adotando normas ou algum tipo de gerenciamento de riscos para garantir a segurança aos seus praticantes e profissionais. A pesquisa de caráter qualitativo abrange pesquisa bibliográfica e documental e pesquisa de campo realizada com base no método do estudo de caso. A revisão da literatura contemplou livros e artigos específicos sobre técnicas de gerenciamento de riscos operacionais, guias operacionais de turismo de aventura de outros países, legislação aplicada aos direitos civis, livros técnicos sobre segurança, análise de processos operacionais, qualidade

de prestação de serviços, além de publicações diversas sobre turismo, ecoturismo e turismo de aventura. Na pesquisa de campo foram estudados casos práticos da aplicação de planejamento e gestão de riscos à segurança por agências de turismo e operadoras que oferecem modalidades do turismo de aventura, situadas nas cidades de Campos do Jordão e Guarauá foram analisadas, também, variáveis relacionadas aos conceitos de gestão de riscos aplicados à segurança, e às formas de aplicação e controle de normas técnicas relativas ao turismo de aventura e à segurança no turismo. A partir dos resultados da pesquisa, observou-se um tratamento heterogêneo no que diz respeito ao tipo de esforço dedicado pelas empresas de turismo de aventura quanto à análise e prevenção de riscos, e também quanto às ações que costumam serem tomadas para tornar as atividades de turismo de aventura mais seguras. Como resultados da pesquisa, levantou-se que existem dificuldades por parte das agências de turismo e operadoras adotarem a gestão de riscos aplicada à segurança do turismo de aventura por diversos fatores como: ausência de uma política de incentivos governamentais para a normalização, dificuldades financeiras das próprias agências e operadoras de turismo de aventura, falta de conhecimento do projeto de desenvolvimento das normas promovido pelo Ministério do Turismo, falta de profissionais treinados e capacitados para o gerenciamento dos riscos identificados nas várias modalidades presentes no turismo de aventura e ausência de um suporte técnico por parte dos governos para apoio às empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de aventura. Planejamento e gestão de segurança. Gerenciamento de riscos.

IMAMURA, Vanise Furno de Almeida. *Hospitalidade, dádiva e atenção cuidadosa: potencializando a sociabilidade na gestão de pessoas*, 2008. Orientador: Marielys Siqueira Bueno.

RESUMO: O processo acelerado e ininterrupto das conquistas tecnológicas afeta a produtividade do mundo moderno e, conseqüentemente, determina profundas mudanças no mundo do trabalho. O aspecto competitivo, a ameaça do desemprego, a necessidade constante de adequação nas técnicas produtivas geram, evidentemente, tensões nas relações entre colaborador-empresa, assim como entre seus pares (colaboradores). Faz-se, portanto, um apelo constante, e cada vez mais necessário, ao gerenciamento voltado para atenuar/harmonizar essas

tensões de caráter relacional. Tal demanda, muitas vezes, resulta no auxílio/intervenção de empresas especializadas em gestão de pessoas. Dentre essas empresas, focalizou-se o Instituto de Inteligência Estratégica (IIE), empresa que presta consultorias no segmento do desenvolvimento humano, fundamentado num sistema chinês de inteligência estratégica (*Ving Tsun*), que se utiliza de recursos que promovem “experiências significativas”, mediadas pela “atenção cuidadosa”, privilegiando as relações interpessoais, buscando melhorar os sistemas de comunicação numa perspectiva transindividual. O objetivo deste estudo foi analisar o papel da hospitalidade, enquanto geradora de uma ambiência favorável aos processos relacionais e comunicacionais, numa prática de intervenção do IIE, na gestão de pessoas, numa empresa brasileira-americana cuja finalidade foi potencializar as relações no âmbito profissional. O foco desta pesquisa nesta prática de intervenção foi devido à incorporação da dimensão da hospitalidade dentre seus recursos de atuação. Trata-se de uma pesquisa exploratória de natureza qualitativa, que utiliza o método da observação participante. Como resultado desse estudo foi possível constatar que a hospitalidade gera uma ambiência favorável à melhora dos processos relacionais e comunicacionais, através da abertura ao diálogo, do acolhimento e reconhecimento mútuo entre os participantes dessa experiência.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Dádiva. Atenção Cuidadosa. Comunicação nas Organizações. Gestão de Pessoas.

ISSA, Yara Silvia Marques de Melo. *Produção do turismo e sítios simbólicos de pertencimento: inserção da comunidade local como fator de hospitalidade*, 2007. Orientador: Ada de Freitas Maneti Dencker.

RESUMO: Com base na teoria dos *sítios* simbólicos de pertencimento de Zaoual, a pesquisa discute a questão da inserção do turismo em economias locais, tomando como evidência empírica o Município de São Luís do Paraitinga. Discute a questão da inclusão e exclusão da população local no mercado de trabalho criado pela atividade turística, considerando que a inserção da comunidade é um elemento fundamental para a hospitalidade do local turístico. Por meio de pesquisa exploratória, bibliográfica e documental, são construídos o referencial teórico e o histórico do município: sua cultura e fases de desenvolvimento, as diferentes fases por que passou a política econômica no Brasil e a organização da atividade turística e seus reflexos no

local estudado. A pesquisa de campo adotou a observação direta e indireta, com entrevistas formais e informais, visitas técnicas e pesquisa em arquivos e investigou a situação de empresários e funcionários que atuam no setor de atendimento ao turista, procurando identificar como se estruturam as relações de trabalho no município. Considerando o emprego como um dos elementos importantes na definição da identidade, relaciona a questão da inclusão no mercado de trabalho como forma de acolhimento do munícipe. As categorias analisadas foram: o *sítio* simbólico de pertencimento, a dádiva, a hospitalidade, o planejamento e o trabalho. Nas considerações finais, procura refletir sobre as questões que envolvem as relações entre as comunidades – orientadas por raízes locais que definem códigos de hospitalidade - e as mudanças vindas de fora com a atividade turística. Ressalta que o novo paradigma proposto para o século XXI é priorizar o *homo situs*, em detrimento do *homo economicus*. Demonstra que, em algumas comunidades, como o exemplo de São Luís do Paraitinga, o vínculo, a aliança: do dar, receber e retribuir é viável e exequível na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE: Sítio simbólico de pertencimento. Dádiva. Hospitalidade. Planejamento. Turismo.

KRAUSE, Hubert Gustavo Cristian. *Turismo de negócios e eventos: um estudo de caso do Guarulhos Convention e Visitors Bureau*, 2008. Orientador: Mirian Rejowski.

RESUMO: Pesquisa exploratório descritiva sobre o turismo de negócios e eventos, com o objetivo estudar como o Guarulhos Convention Visitors Bureau (GRUCVB) atua nesse segmento. Para isso recorreu-se à literatura específica sobre turismo de negócios e/ou eventos e sobre organismos de fomento, promoção e ou captação em turismo, complementada pelo depoimento de experts. O estudo de caso se inicia com a contextualização da área estudada e os impactos da construção do aeroporto internacional na mesma. Com base em documentos, material informativo, notícias e entrevistas com representantes desse convention, descreve-se e analisa-se a atuação dessa associação no segmento em foco. Verificou-se que o GRUCVB atua de forma tímida no segmento, com esforços na promoção do destino nos mercados nacional e internacional, muitas vezes em parceria com a prefeitura municipal e outros órgãos e/ou organizações. Tem como desafios principais mudar a imagem de uma cidade de passagem para

um destino, e contar com um centro de convenções e exposição que possibilite a captação de eventos de maior porte.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de negócios. Turismo de eventos. Convention Visitors Bureau. Guarulhos (SP).

LEAL, Gina Diaz. *Estudo dos eventos corporativos sob o contexto da cultura organizacional e da hospitalidade: um estudo de caso*, 2007. Orientador: Nilma Morcerf de Paula. São Paulo.

RESUMO: Com o incremento de novas tecnologias e o fácil acesso à informação, as empresas enfrentam um mercado cada vez mais concorrido. E, para enfrentar essa concorrência, não basta que se preocupem com seus clientes ou em oferecer produtos ou serviços diferenciados, faz-se necessário preocuparem-se também com seu público interno, seus funcionários. Contar com uma equipe de profissionais comprometida pode significar um grande diferencial para as empresas. Este trabalho tem como o objetivo investigar a possibilidade de utilização do evento corporativo e seus rituais de hospitalidade, como uma estratégia de gestão que possibilite a interação entre os funcionários e a organização proporcionando a esses atores, uma participação efetiva na construção e no reforço da cultura organizacional. Para tanto, foram realizadas uma revisão bibliográfica acerca dos temas, cultura e cultura organizacional, hospitalidade e eventos, e uma pesquisa exploratória, aplicada junto a Holding Águia Branca Participações, localizada no estado do Espírito Santo. Para a realização da pesquisa foram estabelecidas duas etapas metodológicas: a primeira, constituiu-se de uma Entrevista Aberta aplicada junto à gerência de comunicação interna com o intuito de levantar os principais valores que norteiam a cultura dessa organização e, também, verificar o processo de planejamento dos eventos voltados para seu público interno; e, a segunda etapa, realizada por meio de Observação Não Participante, a fim de verificar a aplicação dos valores culturais organizacionais destacados na primeira etapa, pela gerência, bem como, os veículos ou instrumentos utilizados para a sua transmissão. O conjunto de informações coletadas, juntamente com a análise crítica desenvolvida posteriormente, pretende colaborar para a formação de um conhecimento que relacione os eventos corporativos às estratégias de gestão da cultura organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura organizacional. Eventos corporativos. Ritual. Hospitalidade.

LEITE, Claudio Roberto. Os significados da hospitalidade em propaganda e construção de identidade da marca: análise fílmica da propaganda da margarina Qualy, 2007. Orientador: Raul Amaral Rego.

RESUMO: O propósito deste trabalho é analisar os significados da hospitalidade nas mensagens publicitárias de Qualy. Foram analisados os conteúdos informativos e conotativos, assim como a estrutura narrativa das mensagens publicitárias da margarina Qualy com base nos conceitos elaborados pela teoria da narrativa fílmica. Para investigar se os signos que evocam hospitalidade podem ser explorados em uma propaganda para a construção da marca, foram selecionados oito filmes publicitários referente a fase de lançamento do produto no mercado. Inicialmente, foi estabelecida a divisão e contagem dos planos, em seguida foram analisadas as vozes, características dos personagens, manifestações do produto e o papel do produto na estória. O estudo tem como objetivo geral analisar os signos que evocam hospitalidade na propaganda e ajudam a criar uma identidade de marca. Foi necessário também analisar o processo de construção dos significados da marca e identificar algumas manifestações da hospitalidade, além de examinar os signos da hospitalidade na propaganda de Qualy. Os resultados revelaram que as manifestações de hospitalidade no ambiente doméstico é um apelo constante nas mensagens de Qualy e contribuíram, juntamente com outros elementos da mensagem para a transferência de significado simbólico a marca. A representação de atos relacionados a hospitalidade doméstica na propaganda evoca a idéia de que essas práticas sociais são desejáveis pelos espectadores e confere a mensagem uma linguagem persuasiva.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Marca. Qualy. Comunicação.

MACHADO JUNIOR, Jonas do Carmo. Programa de turismo social no contexto da hospitalidade: interfaces do SESC Bertioga, 2007. Orientador: Hilário Ângelo Pelizzer.

RESUMO: A presente pesquisa, privilegia a gestão do turismo social, institucionalizado sob a tutela do Serviço Social do Comércio (SESC), sob a ótica da Hospitalidade. A entidade estabelece cinco campos de atuação, dos quais emerge o Programa de Turismo Social, aqui objeto de estudo, inserido no campo do Lazer. A inter-relação com o conceito de Hospitalidade destacada pelo pesquisador, refere-se a uma noção básica deste fenômeno: vincular o indivíduo à coletividade, contrapondo-se à dinâmica de exclusão. O Programa de Turismo Social

desenvolvido pelo SESC, em especial no estado paulista (SESC-SP), é tomado como exemplo ao realizar a democratização do acesso aos serviços e produtos turísticos. A partir de investigação, o trabalho apresenta em Estudo de Caso, as interfaces do turismo receptivo do SESC Bertiooga, inserido no processo organizacional de “receber”, “hospedar”, “alimentar”, e “entreter”. A pesquisa tem por objetivo verificar a inter-relação entre a gestão do turismo social e o fenômeno da hospitalidade, e assim, analisar a prestação de serviços e equipamentos da rede, em especial o receptivo do SESC Bertiooga, nas suas interações com o visitante. O processo investigativo envolve a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo com observação participante, entrevistas a funcionários da instituição (tanto em unidade emissiva (origem), como em unidade receptiva (destino) e aplicação de questionários a usuários do Programa. O alcance das atividades e a atuação de longa data do Programa de Turismo Social, transformam-no num objeto de estudo pertinente. O turismo social institucionalizado apresenta à academia e ao mercado uma nova perspectiva do plano turístico. O espaço social dos vínculos será a princípio, o comercial. Contudo, extrapola-se a abordagem meramente econômica, um aspecto diferencial do programa.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Turismo. Turismo social. SESC São Paulo. SESC Bertiooga.

MENDES, Aline Cristina. *A circulação da dívida no terceiro setor: estudo de caso da ONG Operação Mobilização*, 2008. Orientador: Marielys Siqueira Bueno.

RESUMO: O foco principal será a análise do serviço voluntário na organização não governamental Operação Mobilização (OM) e suas interligações com o conceito da dívida desenvolvido por Mauss. O conceito de dívida constitui-se como elemento explicativo na compreensão dos vínculos estabelecidos entre o voluntário e as populações carentes a partir da tripla obrigação de dar, receber e retribuir. A dívida é o ato de se doar livremente ou de doar algo a alguém. Pretende-se entender como o serviço voluntário propicia o desenvolvimento dessa relação, onde a missão e a população objeto de ação missionária busca promover melhorias nas condições humanitárias no mundo. Para entender como ocorre a circulação da dívida nessas relações, o estudo se propõe a analisar o relato de experiências de missionários que atuaram em diferentes países a serviço da Organização Operação Mobilização. Pretende-se

fazer uma reflexão sobre a prática da missiologia a partir da perspectiva dos missionários e da interpretação que fazem de suas ações, das dificuldades encontradas e dos eventuais resultados obtidos nas missões. Para tanto, buscaremos referencial no campo da missiologia, dádiva, solidariedade e Terceiro Setor, sendo a análise baseada em pesquisas bibliográfica e documental, além de ser um estudo caso que utilizará técnicas de abordagem qualitativa com uma releitura da própria experiência da pesquisadora e de outros missionários envolvidos com o trabalho da ONG Operação Mobilização realizada através de entrevistas semi-estruturadas.

PALAVRAS-CHAVE: Terceiro setor. Voluntariado. Missiologia. Dádiva. Organização Operação Mobilização.

MENDES, Bruna de Castro. *Turismo e inclusão social para cadeirantes*, 2008. Orientador: Nilma Morcerf de Paula.

RESUMO: A discussão sobre a inclusão social das pessoas com deficiência física avançou nas últimas décadas, ancorada por alguns fatores. O primeiro aspecto destacado no presente trabalho refere-se à disseminação de informações sobre o assunto ao público em geral, com o objetivo de provocar uma mudança de atitude da população, enquanto o segundo aspecto refere-se à adequação arquitetônica, com o intuito de garantir a acessibilidade física para esse segmento. Entretanto, esses dois fatores, ainda que aplicados, não conseguiram garantir a participação das pessoas com deficiência física na atividade turística. Este estudo teve por objetivo, portanto, analisar a valoração da atividade turística como um processo de inclusão social, a partir da percepção de cadeirantes. A pesquisa é exploratória, de natureza qualitativa, baseado no método empírico indutivo e na técnica de entrevista em profundidade junto a dez respondentes, com um roteiro semi-estruturado. Os principais resultados demonstram que a dificuldade dos cadeirantes em participar do turismo refere-se, primeiro, à não aceitação da própria deficiência; segundo, à própria insegurança em demonstrar suas dificuldades a outras pessoas; e terceiro, a falta de apoio familiar e da sociedade “não preparada” para essa convivência.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Inclusão social. Pessoa com deficiência física. Cadeirante. Qualidade de vida.

MOYA, Iara Maria da Silva. *Imagens da Hospitalidade: ideologia e encontro*. Um olhar sociológico, 2008. Orientador: Ada de Freitas Maneti Dencker.

RESUMO: A hospitalidade se configura como um novo campo de saber, demandado em um mundo plural onde movimentos globalizantes exigem o aprendizado do viver junto. Nessa diversidade de recortes possíveis percebe-se uma pluralidade que torna pertinente questionar: existe uma imagem da hospitalidade? A questão central deste trabalho é, a partir do olhar sociológico, conhecer as imagens da hospitalidade, os significados atribuídos a ela e suas relações com a dimensão simbólica e arquetípica. Essa colocação se justifica dada a atualidade do tema. A discussão da imagem requer entender esta sociedade contemporânea, onde se consome, mais que objetos, imagens. Na perspectiva da modernidade, entende-se imagens como representações, no contexto de um imaginário resultante do discurso ideológico produzido na globalização do capitalismo. Nessa discussão, duas visões mostram-se fundamentais: ideologia, porque imagem, e encontro, porque hospitalidade. Tomou-se como evidência empírica a percepção de alunos do Mestrado em Hospitalidade da UAM, representantes do pensamento acadêmico e, em uma proposta de confrontação, buscou-se o entendimento de senso comum, a partir de pessoas da população da cidade de São Paulo de modo geral. As imagens foram obtidas com base na associação da hospitalidade com a imagem de um animal, uma personalidade, um lugar, um objeto. A análise dos resultados mostrou vinculações entre as imagens atribuídas à hospitalidade e os conteúdos simbólicos, míticos e arquetípicos associados a ela, já presentes em diversas literaturas. Essa reflexão possibilitou desenhar um novo entendimento da hospitalidade na relação de quatro elementos fundantes: limite, alteridade, identidade e encontro.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Imagens. Imaginário. Ideologia. Encontro.

OLIVEIRA, Roberta Monteiro de. *Turismo pedagógico: a relação entre agências de turismo e escolas*, 2008. Orientador: Raul Amaral Rego.

RESUMO: A presente pesquisa tem como objetivo estudar o relacionamento entre as escolas particulares e as agências de turismo especializadas em turismo pedagógico, no que diz respeito ao planejamento, realização e avaliação de viagens para estudos do meio, verificando as

atribuições das agências de turismo e das instituições escolares. Do ponto de vista das escolas, buscou-se compreender as teorias pedagógicas que perpassam a educação contemporânea, bem como as metodologias utilizadas no processo ensino-aprendizagem, com destaque para as formas de inserção dos estudos do meio no planejamento de ensino. Do lado das agências, buscou-se, na teoria, a compreensão das características dos serviços prestados pelas agências de turismo no segmento educacional, com ênfase no processo de desenvolvimento do roteiro turístico com finalidade pedagógica, analisando as formas pelas quais as agências desenham este tipo de roteiro. Para isso recorreu-se à literatura específica sobre agências de turismo e à literatura sobre marketing de serviços, principalmente quanto ao uso de diagramas de serviços. O trabalho abrangeu uma pesquisa de campo a partir de um estudo comparativo entre duas escolas do ensino fundamental e duas agências especializadas em turismo pedagógico. O instrumento utilizado foi roteiro de entrevista semi-estruturado com coordenador pedagógico e com orientador educacional, além dos agentes de viagens que organizam essas atividades de campo. Nos resultados de pesquisa apresentados, procurou-se identificar as formas pelas quais as escolas e agências interagem na formatação das viagens, destacando as atribuições de cada uma no processo de planejamento, elaboração, realização e avaliação dos serviços. Verificou-se que as agências pesquisadas desenham os roteiros à luz das diretrizes pedagógicas, oferecendo soluções compatíveis com os requisitos e restrições impostas pelas escolas. Em relação às escolas analisadas, os resultados evidenciaram um bom grau de satisfação com os serviços prestados.

PALAVRAS-CHAVE: Educação. Agências de Turismo. Serviços. Turismo Pedagógico. Estudo do Meio.

PANZA, Tatiana Marchetti. *Turismo e Meio Ambiente: dificuldades de relações e de gestão entre o Parque Estadual da Serra do Mar e o município de Ubatuba*, 2007. Orientador: Davis Gruber Sansolo.

RESUMO: O desenvolvimento do turismo em espaços protegidos, como alternativa econômica para as comunidades locais e para a própria unidade de conservação, tem sido discutido pelas sociedades em todo o mundo. O Brasil, embora apresente um vasto arcabouço legislativo no que se refere a esses aspectos, não possui normas legais que promovam a

integração entre os diferentes níveis federativos de governo (nacional, estadual e municipal), quando esses estão envolvidos na gestão de territórios turísticos que possuam Parques em seu interior. O objetivo do estudo é identificar, caracterizar e analisar as dificuldades encontradas pelos gestores do Município de Ubatuba e do Núcleo Picinguaba do Parque Estadual da Serra do Mar, no estabelecimento de ações integradas de desenvolvimento do turismo e conservação do meio ambiente. A pesquisa foi desenvolvida em quatro momentos específicos: 1) Elaboração de um instrumento técnico para análise dos documentos que regem a gestão territorial do referido Município e Núcleo; 2) Realização de pesquisa documental (Plano Diretor Municipal, Plano de Manejo do Parque Estadual da Serra do Mar e Agenda 21 local), utilizando-se os 71 itens de avaliação do instrumento; 3) Questionamento dos atores sociais envolvidos no processo de gestão do Município e do Parque (*stakeholders*); 4) Interpretação das evidências obtidas, por meio da análise de conteúdo. O estudo possibilitou a identificação de problemas e barreiras entre as administrações públicas dos dois órgãos envolvidos com a gestão territorial local, que dificultam o desenvolvimento de ações integradas, bem como a agregação de valor do Parque enquanto atrativo turístico para a região. Dentre eles, destacam-se: desarticulação de ações entre as secretarias municipais; ausência de definição de mecanismos práticos para a realização das ações propostas nos instrumentos de gestão territorial; falta de recursos humanos e financeiros; burocracia; ausência de políticas públicas voltadas ao turismo e ao meio ambiente; e a cultura populacional acostumada ao desenvolvimento do turismo de forma sazonal e predatória. As razões que justificam as dificuldades em incorporar a questão ambiental ao desenvolvimento do turismo local estão diretamente relacionadas às deficiências de integração nas relações, nas ações e nas informações entre os dois órgãos públicos, embora nessa gestão pôde-se perceber que o processo está em fase de modificação. O instrumento proposto poderá servir como ferramenta de análise de gestão para outros municípios com características semelhantes.

PALAVRAS-CHAVE: Territórios turísticos. Unidades de Conservação. Gestão territorial.

PECCIOLI FILHO, Nilton Henrique. *Análise do processo de atuação do Sebrae-SP no desenvolvimento do Turismo na área de proteção ambiental Capivari-Monos a partir da teoria dos sítios*, 2008. Orientador: Davis Gruber Sansolo.

RESUMO: O turismo é um fenômeno marcante na sociedade pós-industrial que passou a ser valorizado porque tem a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento territorial. Em determinados territórios, apenas como uma fonte alternativa de desenvolvimento, em outros, como a única possibilidade. Mesmo assim, a atividade é precariamente entendida no Brasil, uma vez que os discursos e as práticas políticas estão muito distantes da realidade, pois enfatizam apenas os pressupostos econômicos da atividade, o que resulta em grandes equívocos em seu planejamento. No Estado de São Paulo, a situação não é diferente da do Brasil. Daí o interesse do autor em estudar o processo de atuação do Sebrae-SP no setor, pois é possível afirmar que tal Instituição acaba fazendo as vezes de uma “Política de Turismo”. Neste contexto, este estudo tem como objetivo analisar se o processo de atuação do Sebrae-SP na área de Turismo se aproxima da teoria dos sítios simbólicos de pertencimento, que pode trazer uma nova visão para o desenvolvimento dos territórios. Conseqüentemente, verificar de que maneira a teoria dos sítios pode contribuir para o aprimoramento do processo de atuação do Sebrae-SP na área de Turismo. Para isso, realizou-se pesquisa bibliográfica para construção do referencial teórico, definiu-se o paradigma metodológico e o protocolo de pesquisa. Foi criado instrumental para aferição do potencial de êxito do projeto estudado a partir da análise de conteúdo de diversos textos de Zaoual e iniciou-se a aplicação de enquete por meio eletrônico. Estima-se que os resultados obtidos sejam relevantes para todos os atores envolvidos no processo de atuação do Sebrae-SP na área de Turismo.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo. Planejamento. Pertencimento. Desenvolvimento territorial.

POLO, Rodrigo Balsalobre. *Turismo fluvial no reservatório de Promissão (SP): estudo de caso da hospitalidade e do turismo receptivo na Prainha da Pedra Branca, 2008*. Orientador: Mirian Rejowski.

RESUMO: Pesquisa exploratório-descritiva sobre o turismo fluvial no Reservatório de Promissão, com o objetivo de averiguar o turismo receptivo e a hospitalidade na Prainha da Pedra Branca. Parte de considerações teóricas sobre esses dois campos emergentes de estudo, que se integram com diferentes sentidos e significados. Situa o modelo energético brasileiro, os aspectos legais do uso de recursos hídricos em lagos e reservatórios, e aborda o turismo e o lazer nos mesmos, exemplificando aspectos da hospitalidade na Praia Municipal de Sabino.

Trata da Prainha de Promissão a partir da sua trajetória evolutiva e situação atual, como base para analisar quatro categorias da hospitalidade: recepção, hospedagem, alimentação e entretenimento. Os resultados obtidos permitem afirmar a falta da hospitalidade profissional instituída, ao lado de alguma hostilidade do poder público. Ao mesmo tempo há um forte vínculo e senso de pertencimento de visitantes e turistas que sentem o lugar como hospitaleiro, apesar deste estar interdito, abandonado e degradado.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Turismo receptivo. Praias fluviais. Uso turístico e de lazer. Promissão (SP).

SILVA, Iata Óliver Fernandes. *Cultura organizacional e hospitalidade em resort: um estudo de caso do complexo Costa do Sauípe*, 2008. Orientador: Elizabeth Kyoko Wada.

RESUMO: Os *resorts* têm sido um importante segmento para o turismo de lazer no litoral brasileiro, em especial no Nordeste do país, que tem alcançado importante expansão nos últimos dez anos e ainda com enorme potencial, por isso, torna-se necessário estudar a hospitalidade neste segmento. A presente pesquisa tenta responder como o atendimento ao hóspede nos meios de hospedagem do Complexo Costa do Sauípe é afetado pelas culturas organizacionais presentes. A pesquisa estabelece uma relação entre *resort* de praia, atendimento ao hóspede, cultura organizacional e hospitalidade. A inter-relação com o conceito de hospitalidade destacada pelo pesquisador refere-se ao fenômeno: a hospitalidade revelada no atendimento ao hóspede recebe influência direta da cultura da organização. O Complexo Costa do Sauípe é tomado como objeto deste estudo de caso porque apresenta variedade de culturas no mesmo ambiente, o que amplia as possibilidades de análise. A pesquisa tem por objetivos identificar a influência da cultura local na formação da cultura organizacional de uma empresa prestadora de hospitalidade; conhecer a cultura organizacional das operadoras hoteleiras SuperClubs e Pestana e observar se a cultura organizacional de cada operadora hoteleira está em acordo com a proposta do Complexo Costa do Sauípe. O processo investigativo conta com pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo com observação participante e entrevistas a gestores e ex-gestores do Complexo. A pesquisa tem abordagem qualitativa. O espaço organizacional gerando vínculos entre o hóspede e o anfitrião foi um ambiente ideal para se analisar o vínculo e entender melhor como este fenômeno pode contribuir ou prejudicar na

operação da hospitalidade. Nota-se na pesquisa que os elementos da cultura da empresa são fundamentais na definição do tipo de hospitalidade a ser prestada.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Cultura organizacional. *Resorts*. Costa do Sauípe.

SIMEÃO, Dêmili Fabiano. *Formação técnica em Hotelaria - perfis e estratégias de formação no Centro Federal de Educação Tecnológica de Mato Grosso*, 2008. Orientador: Mirian Rejowski.

RESUMO: O trabalho desenvolvido surgiu a partir da reflexão e busca de estratégias para estruturação de nova proposta de ensino na área de hospitalidade (curso de hotelaria) em nível técnico, de acordo com um perfil de formação profissional. Parte-se do pressuposto que existe dificuldade de inserção desses profissionais no mercado de trabalho em função da falta de adequação dos critérios de seleção para seu ingresso no curso e da proposta didático-pedagógica oferecida pelas Instituições de Ensino Técnico e Profissionalizante. Existe uma necessidade imediata de profissionais qualificados para atender à demanda local e regional, mas a absorção desses ainda é pequena devido ao desconhecimento da profissão por parte dos empregadores. Considerando a experiência do autor desde o início do curso no CEFET-MT e a possibilidade e interesse da Instituição em fornecer dados para a pesquisa, além de questões financeiras e de tempo, optou-se por se focar o curso de técnico em hotelaria desse Centro e suas repercussões no mercado hoteleiro na região da Grande Cuiabá com o objetivo de demonstrar a correlação entre a proposta de formação do Técnico de Hotelaria do CEFET-MT e as expectativas/necessidades do mercado hoteleiro em Cuiabá (MT). Através da aplicação dos questionários aos egressos e docentes, pode-se analisar a estrutura educacional desenvolvida no curso e novas ações para a melhoria da preparação de profissionais qualificados para atuação nesse mercado.

PALAVRAS-CHAVE: Hospitalidade. Educação profissional. Técnico em Hotelaria. Visão de egressos e docentes. CEFET-MT.

YAMASHITA, Ana Paula Nazareth Guardia. *A contribuição do marketing de relacionamento para a retenção de clientes de serviços bancários personalizados*, 2008. Orientador: Raul Amaral Rego.

RESUMO: O presente trabalho visa investigar como as ações de marketing de relacionamento de serviços bancários personalizados contribuem para a retenção de clientes. Do ponto de vista teórico, analisa as transações e relacionamentos com clientes no contexto do setor bancário, com destaque para o segmento de serviços diferenciados. As relações entre satisfação e retenção de clientes são consideradas com base em conceitos concernentes à qualidade de serviços, em particular quanto ao modelo SERVQUAL, ao modelo de lacunas para serviços, ao significado de valor para o cliente, às estratégias de marketing e aos fatores associados à hospitalidade e sua contribuição na criação de vínculos. A partir destes conceitos, utilizando-se o método do estudo de caso, foi realizada pesquisa de opinião junto a clientes dos serviços diferenciados Personalité (Banco Itaú), Prime (Banco Bradesco) e Van Gogh (Banco Real), na cidade de São Paulo. A pesquisa de campo teve como objetivo identificar os fatores que os clientes valorizam e que associam à sua permanência nos serviços selecionados. Realizada em caráter qualitativo, as técnicas de pesquisa utilizadas foram a análise de conteúdo de documentos impressos e eletrônicos disponíveis nas instituições, a observação “in loco” nas agências bancárias e entrevistas em profundidade aplicadas a uma amostra selecionada por conveniência. Como resultados do trabalho, do ponto de vista teórico, o destaque é atribuído à análise dos fatores associados à hospitalidade no relacionamento, comparando suas possíveis formas de contribuição em relação aos demais fatores tradicionalmente contemplados nas ações de marketing dos bancos. Em relação aos resultados empíricos, observa-se que os atributos avaliados, aparentemente, contribuem para a retenção dos clientes.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing de relacionamento. Serviços bancários. Fidelização. Hospitalidade. Retenção.