

## DISSERTAÇÕES DEFENDIDAS NO MESTRADO EM HOSPITALIDADE – 2009-2010

DISSERTATIONS DEFENDED IN HOSPITALITY MASTER COURSE – 2009-2010

Alessandra Silva Carvalho (Org.)<sup>1</sup>

BACK, Gilberto. *As coordenadas do turismo: Sistema de Informação Geográfica no Planejamento Turístico do Núcleo Santa Virgínia do Parque Estadual da Serra do Mar, São Paulo (SP)*. 2009. Orientadora: Mirian Rejowski.

**RESUMO:** Pesquisa exploratório-descritiva, de caráter qualitativo, que objetiva demonstrar a utilização do SIG em diferentes fases do processo de planejamento participativo com foco no uso público turístico no Núcleo Santa Virgínia do Parque Estadual da Serra do Mar (SP). Enfoca particularmente o Plano de Manejo desse parque, que utilizou esse sistema em todos os seus módulos, inclusive como auxílio para a organização espacial da atividade turística dentro da Unidade de Conservação. Parte de um referencial teórico sobre fundamentos do turismo, turismo participativo e geotecnologias empregadas em turismo, com destaque para o SIG. Em seguida, aborda a utilização desse sistema no plano de manejo do núcleo, descrevendo e analisando a sua utilização nos cenários de pré-plano, durante o plano e de pós-plano, a partir de análise de conteúdo e de entrevistas semi-estruturadas com atores envolvidos. Os resultados obtidos permitem concluir que o Sistema de Informação Geográfica foi uma ferramenta indispensável para o ordenamento do espaço, e auxiliou na delimitação das zonas

---

<sup>1</sup> Mestre em Hospitalidade, pela Universidade Anhembi Morumbi. Especialista em Ecoturismo e Turismo Rural pelo SENAC-SP. Bacharel em Turismo pela Universidade Anhembi Morumbi. Docente do Centro Universitário Estácio Radial de São Paulo. E-mail: [alecarvalho8@gmail.com](mailto:alecarvalho8@gmail.com)

de uso, inclusive nas atividades ligadas ao turismo (trilhas, atrativos e estruturas de apoio). Além disso, notou-se que as aplicações desse sistema foram bem exploradas no quesito de mapeamento, porém a construção de banco de dados poderia ser aprimorada, ao se considerar o apoio do sistema para a gestão do turismo. Outras considerações remetem às dificuldades encontradas para se trabalhar com Sistemas de Informações Geográficas, que se resumem principalmente em altos custos de hardware e software e pessoas qualificadas para manusear o sistema.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo. Planejamento Participativo. Geoprocessamento. Sistema de Informação Geográfica.

BANUTH, Érica. *Turismo em áreas de represa: caracterização e evolução no município de Arealva (SP)*. 2010. Orientadora: Mirian Rejowski.

**RESUMO:** Pesquisa sobre o turismo em áreas de represa, que busca explicar a trajetória do turismo no município de Arealva (SP) a partir da construção da Barragem de Ibitinga, analisando a ocupação e uso turístico às margens do rio Tietê, no período de 1960 a 2009. De caráter exploratório, descritivo e explicativo, fundamenta-se em fontes bibliográficas e documentais, entrevistas com dirigentes do município e moradores antigos, consulta à Internet sobre dados do município, e pesquisa de campo para coleta de dados dos componentes turísticos. Utilizou-se o GPS para marcação destes e o SIG para a confecção dos mapas temáticos, a fim de analisar a evolução e características desses componentes. Parte de aspectos conceituais, regulamentações e leis sobre o turismo em recursos hídricos e apresenta alguns aspectos da hidrovía Tietê-Paraná. Em seguida trata dos reflexos do uso turístico e de lazer em áreas de represa e de questões sobre o planejamento turístico e das aplicações do geoprocessamento no mesmo. Apresenta o mapeamento dos componentes turísticos, e a trajetória evolutiva do Turismo a partir da identificação de quatro fases no período de 1960 a 2009. Dentre os resultados destaca como principal atrativo turístico e de lazer a Praia Municipal de Arealva, atualmente em decadência, que marca o início e crescimento dos ranchos, principal componente turístico, em loteamento às margens do rio Tietê. Conclui que o turismo fluvial nessa área parece não ser prioritários para as políticas públicas atuais, constatado pela falta de investimentos e ordenação do uso público e turístico.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo em áreas de represa. Turismo fluvial. Componentes turísticos. Desenvolvimento turístico. Arealva (SP).

BARBOSA, Marina de Souza Queiroz Tonete. *Do gosto aos aspectos emocionais: estudo comparativo da valorização de profissionais de gastronomia e clientes na descrição de uma refeição inesquecível*. 2009. Orientadora: Nilma Morcerf de Paula.

**RESUMO:** O assunto alimentação é amplo e extremamente importante para a compreensão de nossas atitudes em relação ao alimento. Se por um lado é uma das necessidades básicas de sobrevivência, por outro, é capaz de nos propiciar também o prazer. Desta forma, foi estudado, em 25 profissionais da área de gastronomia (P) e em 25 não profissionais da área (NP), o impacto dos aspectos sensoriais, emotivos e sociais envolvidos na descrição de uma refeição inesquecível, realizada num restaurante comercial. Os dados foram obtidos através de uma pergunta aberta e por meio de um questionário, sendo, portanto, o modelo do estudo qualitativo e quantitativo. Os testes estatísticos aplicados foram o Qui-Quadrado e o teste de proporções para comparar a associação entre as variáveis estudadas e proporções de resultados entre os grupos. Quanto ao perfil dos entrevistados, a maioria, em ambos os grupos, foi do sexo masculino (60%), com idade inferior a 40 anos (64%). Os resultados demonstraram que os grupos se comportaram de forma muito semelhante na maioria dos parâmetros estudados. Em relação ao aspecto de maior importância para considerar a experiência inesquecível, 36% de P consideram a comida e 32% de NP consideram a ocasião e, dentro desse item, a maior diferença encontrada entre os grupos foi para “encontro romântico”, no qual 24% dos NP apontaram esta ocasião contra nenhum P. Nenhum entrevistado revelou ter feito a sua refeição sozinho. Da avaliação dos aspectos sensoriais, o visual foi o que mais se destacou, apontado por mais de 88% dos respondentes e quanto ao tipo de refeição, a categoria peixes e/ou frutos do mar foi citada por mais de 70% dos NP. Os depoimentos sugeriram que a hospitalidade afetou positivamente na escolha da refeição inesquecível, desde que a cordialidade foi descrita por muitos participantes como fundamental para essa refeição. Conclui-se que são diversos os aspectos envolvidos na avaliação de uma refeição para esta tornar-se inesquecível, sendo, em alguns casos, os aspectos emocionais superiores ao próprio alimento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gosto. Aspectos sensoriais. Cardápio. Hospitalidade.

BARBOSA, Vladimir Stein. *Fatores componentes da satisfação e fidelização de clientes em um bar na cidade de São Paulo: o Barnaldo Lucrécia*. 2010. Orientador: Airton José Cavenaghi.

**RESUMO:** Este trabalho tem como objetivo estudar os fatores que determinam a satisfação e a fidelização de clientes de bares para compor estratégias de marketing e que, viriam a influenciar as decisões na construção de elementos de atratividade e competitividade a estes estabelecimentos. Baseia-se na importância de saber quem é esse consumidor, o que ele deseja e como ele decide sua compra, preferindo determinado estabelecimento diante de tantas opções disponíveis em um grande centro urbano. O estudo busca, com foco no marketing de serviços de alimentação, identificar subsídios para a formulação de estratégias promocionais, para a definição de diferenciais competitivos, capazes de proporcionar a satisfação e a fidelização dos clientes de bares. Do ponto de vista teórico, são apresentados conceitos relacionados aos temas gestão de serviços em alimentação, valor e qualidade de serviços, satisfação de clientes. Também são analisados aspectos que influenciam o comportamento do consumidor como a cultura, as expectativas, os hábitos, o ambiente de serviço, entre outros. Com base no referencial teórico, o trabalho abrange ainda uma pesquisa de campo sobre os clientes de um bar na cidade de São Paulo, neste caso específico, o Barnaldo Lucrécia, pelo uso do método Grupo Focal, de onde foram extraídos elementos que se alinham, em grande parte, com o referencial teórico descrito ao longo da pesquisa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Bares; Satisfação; Marketing de serviço; Fidelização; Comportamento do consumidor.

BEARES, Luis Alberto. *Hospitalidade e acolhimento em Buenos Aires/Argentina: Florida e Caminito*. 2009. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** A partir do olhar auto-referente a presente dissertação tem por tema a reflexão da hospitalidade e do acolhimento na cidade de Buenos Aires/Argentina, especialmente ao que se refere aos turistas brasileiros nas ruas Lavalle, Florida e na região de Caminito. Ocupa-se das cenografias comerciais presentes nesses logradouros, por meio da observação dos detalhes que individualizam os empreendimentos

argentinos, as fachadas das edificações e a decoração interna dos estabelecimentos comerciais, a distribuição das mercadorias e a interação que ali se estabelece com o turista brasileiro. O objetivo geral da dissertação consiste em identificar a hospitalidade e o acolhimento a partir do olhar auto-referente. A metodologia fundamenta-se na observação de perto e de dentro, sem interferir na relação dos atores participantes, por meio de descrições escritas em um caderno de campo e do registro fotográfico. Os resultados obtidos nos permitiram concluir que os cuidados com a acessibilidade e a legibilidade da cidade e a cenografia comercial observada fortalecem a hospitalidade. A facilidade de acesso aos locais pesquisados em decorrência da infra-estrutura de transporte urbano, a disponibilidade de informações em português e a disposição dos anfitriões, entre outros fatores, constituem importantes fatores na percepção positiva de hospitalidade, permitem que o turista brasileiro se sinta acolhido, o que pode ser considerado um ato de hospitalidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Acolhimento. Comércio. Buenos Aires/Argentina.

BERNARDINI, Marcos Mauricio. *A Solução de Conflito através da justiça restaurativa na relação entre dívida e direito*. 2010. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** A presente dissertação tem por tema a inter-relação existente entre a Dívida e o Direito e objetiva refletir os resultados da implantação da justiça restaurativa em Guarulhos/SP, resultante de um convênio do Poder Judiciário com a Secretaria de Educação do Estado de São Paulo. A Justiça Restaurativa constitui um meio de solução de conflitos cujo modelo pauta-se pela exposição da vítima e do infrator frente a frente, para que cada um tenha a oportunidade de explicitar seus sentimentos, razões, motivos e perceber o resultado de suas ações na vida do outro. O procedimento é gerenciado por um técnico neutro denominado facilitador e um representante da comunidade que tem o objetivo de presenciar e validar o acordo e a atitude adotada pelas partes para a solução de seus conflitos. Nesta sessão, que é chamada de círculo restaurativo, se faz uma proposta para vítima e infrator pratiquem um ato concreto em conjunto e, após sua efetivação, é marcada uma nova sessão para avaliar os resultados obtidos e perceber se houve o restabelecimento das relações sociais. O método utilizado pautou-se pela abordagem qualitativa, mediante análise de conteúdo de duas entrevistas estruturadas

com duas facilitadoras bem como análise documental. O resultado da pesquisa conclui que a Justiça Restaurativa restabelece os vínculos sociais e a dádiva interage com o direito nessa aplicação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Justiça Restaurativa. Formas de Solução de Conflito. Dádiva. Direito.

CABRAL, Samanta Gallo. *Turismo receptivo para cruzeiristas em Ilhabela estrutura e funcionamento das agências de turismo receptivo*. 2009. Orientadora: Mirian Rejowski.

**RESUMO:** Pesquisa exploratório-descritiva sobre o turismo receptivo em Ilhabela, com foco central na sua estrutura e funcionamento a cruzeiristas, na temporada de verão 2008/2009, a partir de análise de bibliografia, questionários a agentes de turismo receptivo e a representantes de companhias de cruzeiros, e entrevista semi-estruturada com representantes da prefeitura municipal. Aborda os cruzeiros marítimos no mundo e no Brasil, tratando do desenvolvimento do design de navios, da oferta de serviços versus demanda de consumidores e da evolução dos cruzeiros no Brasil. Caracteriza o objeto de estudo, Ilhabela, com base em seus aspectos gerais, físicos, históricos e turísticos. Descreve e analisa os resultados da pesquisa de campo em quatro tópicos: caracterização do receptivo, agentes atuantes, oferta de produto e serviços, e avaliação do turismo receptivo. Dentre os resultados obtidos, destaca-se que a estrutura e o funcionamento do receptivo em Ilhabela no verão priorizam o atendimento aos cruzeiristas, e se condiciona ao fluxo dos navios; e que a grande diversidade de produtos e serviços é consumida de forma “freada” face à atuação de duas agências que comercializam seus serviços no interior dos navios antes do desembarque. Apesar do receptivo da Ilha estar estruturado e ter um posicionamento de destaque no mercado de cruzeiros no Brasil, há necessidade de ações que resultem em estruturas de apoio, novas opções de atrativos naturais, estudos para capacidade de carga nestes e desenvolvimento de roteiros culturais, e que sejam ambientalmente responsáveis junto a natureza e a comunidade local.

**PALAVRAS-CHAVES:** Turismo receptivo; cruzeiros marítimos; estrutura; funcionamento; Ilhabela (SP).

CARNEIRO, Natalie Arruda. *Turismo de Negócios e a Geração Y no cenário de eventos empresariais*. 2010. Orientadora: Elizabeth Kyoko Wada.

**RESUMO:** O presente trabalho é o resultado da pesquisa empírica da dissertação do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. Como no ambiente de trabalho atual são encontradas quatro gerações com diferentes características, preferências e necessidades, houve o interesse em conhecer mais detalhadamente sobre as necessidades da Geração Y que é a mais nova geração no mercado de trabalho com características predominantemente virtuais; com comportamento algumas vezes empreendedor; inovadoras; de liderança; criativas; responsáveis; com paixão na área atuante; de visão de futuro; de persistência; de coragem para assumir riscos; com facilidade de expressão; entretanto, algumas vezes estas características mudam e esta geração mostra-se imatura; inerte; acomodada; com necessidade de orientação. O artigo propõe então a pesquisar sobre suas necessidades no cenário de eventos empresariais. O mesmo teve sua construção por intermédio de levantamento bibliográfico nacional e internacional, pesquisas em entidades como Meeting Professionals International (MPI), Associação Brasileira de Gestores de Viagens Corporativas (ABGEV), Association of Corporate Travel Executives (ACTE), International Congress & Convention Association (ICCA), observação sistemática durante a participação de eventos e discussões no grupo de pesquisa sobre o setor de Turismo de Negócios da Universidade Anhembi Morumbi. Todas as ações foram úteis para que pudesse ser feito o estudo de caso. Suas necessidades apontam para tecnologia, infraestrutura, ampliação de conhecimento, mensuração de resultados – ROI - rede de relacionamentos ou networking entre outros. Percebem-se diferenças na compreensão de tais necessidades do ponto de vista dos participantes da Geração Y em comparação àquelas mencionadas pelos palestrantes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo de Negócios. Geração Y. Eventos Empresariais

CARVALHO, Alessandra Silva. *Envelhecimento, turismo e lazer: expectativas de sociabilidade*. 2010. Orientadora: Maria do Rosário Rolfsen Salles.

A notória mudança no perfil demográfico mundial que passou a apresentar um contin-

gente crescente de idosos e com maior expectativa de vida vem suscitando o interesse de diversos campos do conhecimento e de atuação em todos os setores da sociedade. Enquanto o âmbito governamental reúne esforços para tratar dos impactos do envelhecimento populacional nos cofres públicos, o âmbito privado vislumbra nesta faixa etária potencialidades diversas de consumo e já no âmbito do terceiro setor despontam mobilizações que visam o bem estar, em diferentes esferas, para esta população. Diante deste cenário, despontam estudos científicos que buscam compreender as mais diversas relações do envelhecimento populacional com a sociedade. Neste sentido, nesta pesquisa pretendeu-se colaborar para melhor compreensão da relação do envelhecimento com as atividades de lazer e de turismo, bem como o impacto destas atividades na sociabilidade destes indivíduos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de caráter exploratório, desenvolvida a partir de pesquisa bibliográfica, seguida de pesquisa de campo que objetivou discutir o papel do lazer e do turismo na sociabilidade dos entrevistados, sob sua própria ótica. Dessa forma, realizaram-se entrevistas semi-estruturadas com idosos que têm a viagem como opção de lazer, selecionados por meio de indicações. Os resultados apontaram que não apenas as viagens, mas as atividades coletivas de lazer em geral cumprem um papel relevante na sociabilidade destes indivíduos. Por outro lado, a viagem apresenta atributos, tais como desenvolvimento pessoal, enriquecimento cultural, além de proporcionar o reposicionamento social, fatores que são valorizados por estes indivíduos, pois favorecem a auto-concepção de uma velhice saudável. Considera-se que as atividades de lazer e de turismo favorecem a sociabilidade no envelhecimento, porém ressalva-se que não se aplica à faixa etária como um todo, visto que a avaliação positiva destas atividades está atrelada a um processo pessoal e social construído historicamente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo. Lazer. Envelhecimento. Sociabilidade. Terceira Idade.

CHIMIRRA, Vanessa. *A imagem do centro: hospitalidade e arquitetura na cidade de São Paulo*. 2010. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** Esta pesquisa exploratória de caráter qualitativo tem por objetivo identificar a imagem do centro da cidade de São Paulo, por meio de registros fotográficos da arquitetura e da hospitalidade. Para a realização desta pesquisa de campo foi

delimitado o centro da cidade de São Paulo, cuja área encontra-se restrita ao vale do Anhangabaú, tendo como extensão máxima as praças da Sé e da República. Segue-se a produção de fontes orais, baseadas em entrevistas com os autores desses registros, moradores da cidade de São Paulo. Como recurso metodológico utilizaram-se registros fotográficos dos moradores, mapas de localização do centro e entrevistas, para o entendimento da percepção humana com relação ao espaço e seu cotidiano. Os resultados obtidos demonstraram um vínculo entre o indivíduo e o espaço urbano, a partir da relação de cada um dos entrevistados com a cidade, de forma afetiva, sendo que, ao observarem e comentarem suas imagens, remeteram-se a suas próprias histórias de vida, no contexto da hospitalidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Arquitetura e Urbanismo. Imagem. Sociabilidade. Centro da cidade de São Paulo/SP.

DELPHINO, Rodrigo de Benedictis. *Turismo e patrimônio no município de São Sebastião / SP*. 2009. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** Esta pesquisa, realizada no município de São Sebastião, litoral norte do Estado de São Paulo teve como objetivo estudar o patrimônio cultural e natural da região, bem como a sua conservação e deterioração, pressionados principalmente por seu porto que, ao logo dos anos vem ganhando maior importância econômica, pela presença da Petrobrás cujas atividades se encontram em grande expansão, e, também, pelo aumento do Turismo desenvolvido especialmente nas praias mais distantes do centro do município. A região vem sofrendo com o crescimento desordenado, causado por um planejamento deficiente, que tem afetando a comunidade e gerando conflitos nas relações locais. Nesse sentido, destaca-se que o corpus da pesquisa foi construído por conveniência, a partir da indicação do primeiro depoente. Para este trabalho foi adotado o tipo de abordagem qualitativa, baseado nos depoimentos de quatro entrevistados, dois moradores e dois turistas de segunda residência, os quais testemunharam essas transformações ao longo dos anos, visto que se busca apreender o comportamento e atitudes dos antigos moradores no trato com o patrimônio cultural e ou natural do município de São Sebastião, bem como o valor que se atribui a esses bens. O resultado da pesquisa foi a constatação de que em alguns locais, o

patrimônio natural e cultural estão em avançado estado de deterioração e faltam propostas efetivas de preservação desse legado.

**PALAVRAS-CHAVES:** Turismo. Patrimônio Cultural. Patrimônio Natural. Desenvolvimento Local. São Sebastião/SP.

DORNELES, Ormene Carvalho Coutinho. *Eventos corporativos e sua importância estratégica para as empresas. Estudo de casos múltiplos: Pfizer, L'Oréal e Nextel*. 2010. Orientadora: Elizabeth Kyoko Wada.

**RESUMO:** Este trabalho tem por objetivo propor uma discussão sobre a importância dos eventos corporativos para a estratégia das empresas. Para tanto, faz-se necessário conceituar estratégia que, na prática, é a criação de um plano com um estudo profundo da organização, construindo uma vantagem competitiva, para que a mesma se diferencie de seus concorrentes e elabore ações para o aproveitamento de oportunidades lucrativas e que maximizem o retorno do investimento. Por sua vez, os eventos têm a função de envolver anfitrião e visitante num acontecimento especial, proporcionando uma experiência única, que não poderiam vivenciar em qualquer outro ambiente ou situação, criando um vínculo específico entre ambos e o próprio objeto do evento. No âmbito organizacional, esse vínculo tem a finalidade de conquistar ou manter uma atitude positiva e lucrativa do participante em relação à empresa, criando a vantagem competitiva e maximizando o retorno do investimento corporativo anteriormente mencionados, e justificando, pois, seu caráter estratégico. Quanto à forma de gestão dos eventos corporativos, há duas diferentes vertentes: a primeira está diretamente relacionada às etapas de realização do evento como sequência de atividades - processo de criação, elaboração, contratação, realização, finalização e acompanhamento, e a segunda visa à análise das finalidades dos eventos, com uma série de estudos e autores e suas respectivas definições dos motivos que levam as organizações a reconhecer nos eventos corporativos uma ferramenta valiosa para o relacionamento com seus públicos-alvo. Nesse sentido, os eventos corporativos também demandam atenção estrita ao *compliance*, à ética e à responsabilidade social, por terem uma exposição substantiva na sociedade, no governo e principalmente junto ao seu público-alvo, totalmente sensível a ações que possam refletir algum prejuízo ou suscitar alguma dúvida sobre a

real vantagem do indivíduo ou grupo associar-se a tal empresa. Após essas reflexões, foi realizada uma pesquisa de campo, com o estudo de caso comparativo entre três empresas, com uma análise da opinião das entrevistadas sobre o resultado esperado com a realização dos eventos corporativos, bem como situar o posicionamento dessas empresas e sua atuação com relação à validade e medição do retorno do investimento, tanto do ponto de vista estratégico (motivação, aprendizado e relacionamento) quanto do especificamente financeiro. A conclusão a que se chegou foi de que as empresas conhecem a importância estratégica desses eventos, reservando as decisões sobre sua realização para gestores diretamente ligados ao negócio da empresa.

**PALAVRAS-CHAVE:** Eventos Corporativos. Gestão de Eventos. Eventos Estratégicos.

FERNANDEZ, Leandro Rodrigues Gonzalez. *Hospitalidade e encontro: o relacionamento entre moradores e turistas de segunda residência em Praia Grande*. 2009. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** O objeto da presente pesquisa constitui-se nas relações provenientes do encontro entre moradores de Praia Grande e turistas de segunda residência. A pesquisa bibliográfica e documental é utilizada para a contextualização do objeto de estudo, seguindo uma linha teórica que privilegia o conhecimento do território, fundamentando-o como palco de relações sociais onde os indivíduos se relacionam entre si e com o próprio espaço criando suas territorialidades. Objetivou-se estudar o encontro optando pela pesquisa exploratória revelada sob a ótica do morador. O método utilizado é a análise de conteúdo obtido por meio de entrevistas em profundidade com o uso de tópicos guias. A seleção dos entrevistados contou com três moradores que vivem com a família no território turístico e que possuem profissões diferentes. O referencial teórico utilizado enfoca a dádiva e a hospitalidade como requisitos para que exista encontro interpessoal nas relações, mas sem excluir a possibilidade de haver hostilidade nos relacionamentos. Sendo uma pesquisa que trata de pessoas, demonstrou toda a diversidade própria do ser humano, obtendo-se como resultado uma diversidade de relações que envolvem dádiva, hospitalidade, encontro, sinais de apaziguamento, sacrifício e interesses advindos de situações proporcionadas pela atividade turística. Os sentimentos que os moradores têm em relação ao turismo tais como empatia e hos-

tilidade também foram retratados. Sugere-se uma mudança de postura em relação ao planejamento da atividade turística que visa a maximização dos fluxos como forma de crescimento do setor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Dádiva. Encontro interpessoal. Relacionamento. Hostilidade.

FLORES, Quelson Cherubim. *A assistência judiciária gratuita na Defensoria Pública na cidade de São Paulo*. 2010. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** Dádiva e hospitalidade são atributos da relação e interação entre pessoas que, evidentemente, se dão num tempo e num espaço determinado. Esta pesquisa objetiva relacionar hospitalidade e dádiva no serviço gratuito prestado pela Defensoria Pública de São Paulo (DPSP), a partir da ótica daquele que se socorre do judiciário. A hospitalidade depende tanto do servidor quanto do cidadão atendido, bem como do espaço onde acontece e da qualidade dos serviços prestados pelos diversos setores. Ao se analisar a prestação de assistência judiciária gratuita, a reflexão da hospitalidade ultrapassa a característica da cordialidade, incide sobre a prática de perceber a alteridade, conviver com as diferenças do outro e prestar a assistência esperada. Para um melhor entendimento deste universo, buscou-se compreender como se dá o acesso à justiça a essa parcela da população, bem como perceber as limitações do exercício da cidadania, a abordagem do universo que fundamenta a assistência gratuita e, especialmente a indagação acerca do respeito à alteridade, ao acolhimento e a constituição de vínculos. Trata-se de uma pesquisa qualitativa, de tipo exploratório e descritivo, realizada com 15 assistidos, bem como da observação das instalações da sede da Regional Central da Capital. Apesar das precárias instalações, os entrevistados analisam de maneira positiva a atuação da DPSP.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Dádiva. Cidadania. Assistência judiciária gratuita. Acesso à justiça.

FROZÉ, Valéria Dellamano. *A Hospitalidade e o colaborador. Estudo de caso: Hospital Albert Einstein*. 2010. Orientadora: Elizabeth Kyoko Wada.

**RESUMO:** Esta pesquisa teve como objetivo principal analisar as ações de Hospitalidade proporcionadas por uma instituição hospitalar privada aos seus colaboradores. O interesse pelo desenvolvimento deste estudo está relacionado à falta de publicações específicas sobre o tema no Brasil e a necessidade de buscar conhecimento em outras áreas sobre o tema de gestão de pessoas no ambiente hospitalar, pois as referências bibliográficas, praticamente em sua totalidade, focam a Hospitalidade voltada ao cliente externo (pacientes), e são baseadas na humanização do atendimento, porém a humanização do ambiente hospitalar não se concretiza se estiver centrada unicamente neste aspecto. Um programa de humanização necessita ser assumido como um processo de construção participativa que requer respeito e valorização do ser humano que cuida, ou seja, do colaborador (funcionário). A pesquisa pretendeu abordar as ações desenvolvidas e que demonstrem a Hospitalidade proporcionada ao colaborador, seja em sua admissão, na integração à instituição ou na área de trabalho, no dia-a-dia da empresa. Procurou também, por intermédio da técnica de entrevista semiestruturada, identificar qual a opinião do colaborador sobre estas ações, envolvendo seu entendimento sobre o conceito de Hospitalidade. Finalmente, abordou a visão da empresa, representada pela área de Recursos Humanos (RH), no que diz respeito ao desenvolvimento de ações que buscam proporcionar um ambiente hospitaleiro a seus colaboradores. Dentro deste contexto, o trabalho pretendeu também entender se existe margem para erros de interpretação a respeito do tema, pelo fato de haver dentro da instituição uma área denominada Hospitalidade, que tem como função específica atender solicitações do cliente externo.

**PALAVRAS-CHAVES:** Hospitalidade. Humanização. Colaborador. Clima organizacional. Hospital Albert Einstein.

FUNCIA, Thaís. *O uso da tecnologia digital em Turismo e em Hospitalidade no relacionamento com consumidores. Estudo de Caso: TabletHotéis*. 2010. Orientador: Luiz Octavio de Lima Camargo.

**RESUMO:** O objetivo geral do trabalho é estudar as formas de utilização da tecnologia digital no relacionamento com consumidores pelas empresas de turismo e de hospitalidade. Especificamente, objetiva caracterizar os recursos tecnológicos digitais

utilizados pelas empresas no relacionamento com os clientes, com ênfase particular sobre a *web 2.0*, o *e-commerce* e a telefonia móvel. O trabalho apresenta um referencial teórico composto por autores nas áreas de turismo e de hospitalidade, marketing de serviços, comportamento do consumidor e de tecnologia digital. Contempla o desenvolvimento de uma pesquisa empírica, com base no método de estudo de caso, sobre a empresa TabletHotéis. O estudo de caso foi elaborado por meio de entrevista com o principal gestor da empresa selecionada no Brasil, além da análise de documentos e dados secundários sobre a empresa e observação participante. A TabletHotéis foi escolhida por ser uma empresa de serviços baseada na internet, que utiliza ferramentas da *web 2.0* no relacionamento com o público consumidor. Verificou-se que o uso da tecnologia digital tem contribuído para aprimorar as formas pelas quais as empresas de turismo e de hospitalidade gerenciam o relacionamento com seus consumidores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Turismo. Tecnologia Digital. Relacionamento com Consumidores.

FURTADO, Silvana Mello. *A hospitalidade nos meios de comunicação: um estudo da gastronomia nos programas de TV*. 2009. Orientadora: Nilma Morcerf de Paula.

**RESUMOS:** Os programas de gastronomia na televisão tem aumentado consideravelmente, com o desenvolvimento e inovação das tecnologias voltadas para os meios de comunicação e neste caso com destaque para a mídia televisiva. Estes programas são apresentados por chef de cozinha ou apresentador, os quais são responsáveis pela mensagem que trará os resultados em relação a aceitação do telespectador. A proposta deste estudo é pesquisar a contribuição dos programas de gastronomia na possível transformação do saber e da prática do ouvinte ou telespectador. Participaram da pesquisa 50 sócios de um clube do bairro Morumbi (Telespectador 1) e 50 funcionárias do centro comunitário de trabalho do bairro Paraisópolis (Telespectador 2). Foi aplicado um questionário contendo questões sobre as características do perfil do respondente e a opinião sobre os programas de gastronomia na TV. Dezesete chefs de cozinha também responderam um questionário com nove questões, referentes aos programas gastronômicos na TV que já participaram. As respostas obtidas foram comparadas através do teste não paramétrico de Friedman, o qual é utilizado para três ou mais grupos e o teste

não paramétrico de Mann-Whitney, que é utilizado para dois grupos (T1 e T2). Também foi aplicado o teste Qui-Quadrado para medir a associação da hospitalidade com os grupos de telespectadores. O nível de confiança utilizado nas análises comparativas foi de 95%. Quanto ao perfil dos entrevistados a maioria do grupo T1 (46%) está com idade superior a 50 anos e do grupo T2 (32%) entre 31 e 40 anos. A maior parte dos telespectadores T1 (66%) e T2 (44%) tem ensino superior completo. Em relação aos programas de gastronomia favoritos, a porcentagem de T2 (80%) indicaram o programa da Ana Maria Braga/Rede Globo, como o preferido, sendo que o T1 apresentou 36% para o programa Menu Confiança/GNT e 36% para outros onde está incluído o programa do Jamie Olivier, o que pode ser explicado pelo poder aquisitivo mais alto do grupo T1, tendo acesso a TV por assinatura/paga. Referente ao “motivo que assistem os programas de gastronomia na TV”, 38% do grupo T1 e T2 responderam que é essencial aprender com as receitas apresentadas. 90% do grupo T1 considera um momento de lazer e entretenimento. 58% do grupo T2 respondeu que faz o prato apresentado na refeição do dia a dia. A maioria dos chefs (64,7%) considera que acontece mudanças nos hábitos de consumo de alimentos do seu público alvo. 70,6% dos chefs indicaram o item “os programas de gastronomia que participaram, tinham como foco atingir todas as camadas de público, independente do nível econômico ou status social. Sobre hospitalidade, a concentração no resultado obtido de T1 (54%), T2 (52%) e dos chefs (65%) foi para o item “o programa procura falar claro sobre o assunto proposto, seja nas receitas ou na mensagem de culinária/gastronomia mostrando na prática aquilo que está falando”. A análise dos resultados destaca a hospitalidade na interação desejada entre os telespectadores dos programas de gastronomia e os chefs apresentadores.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. Programas de Gastronomia. Televisão. Comunicação.

GIANOTTI, Helio Pedro Pellegrino. *Redes Sociais e Cuidados com Saúde*. 2010. Orientadora: Elizabeth Kyoko Wada.

**RESUMO:** Esta pesquisa tem como objetivo conhecer o relacionamento entre os usuários de comunidades que tratam de aspectos de saúde em redes sociais digitais. O interesse pelo desenvolvimento desta pesquisa relaciona-se à profusão das redes sociais digitais e o quanto elas podem interferir no modo como os usuários destas redes

tomam decisões após obterem as informações de saúde que buscam, entre elas, qual o procedimento de saúde a ser adota, o tratamento selecionado, qual a medicação mais apropriada para a sua doença ou, ainda, qual a clínica ou o profissional de saúde que conta com a melhor avaliação por parte de outros pacientes que já se submeteram a tratamentos semelhantes aos escolhidos/indicados. A hospitalidade é um aspecto de interesse desta pesquisa, sobretudo no que tange ao relacionamento entre os usuários destas comunidades. Após a realização da pesquisa bibliográfica para embasamento teórico, foi efetuada uma pesquisa de campo quantitativa, com amostragem extraída da população de 1.100 estudantes de pós-graduação *lato sensu* em universidades paulistas, num total de 150 alunos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Redes sociais digitais. Hospitalidade. Cuidados com saúde. Relacionamento.

GOMES FILHO, Wanderlei. *Turismo Backpacker na cidade de São Paulo: Um estudo sobre a rede de albergues Hi Hostel*. 2010. Orientador: Renê Correa do Nascimento.

**RESUMO:** Pesquisa exploratório-descritiva qualitativa sobre o turismo backpacker na cidade de São Paulo, com foco central nos hostels da rede Hi Hostels no ano de 2009, a partir de análise de bibliografia, entrevista semi-estruturada a proprietários/representantes dos hostels e a pesquisadores brasileiros que estudam o segmento e questionário ao público visitante do 5º Salão do Turismo na cidade de São Paulo. Aborda o turismo backpacker no exterior, em especial na Austrália e no Brasil. Caracteriza o objeto de estudo, o São Paulo Hostel, Sampa Hostel e o Praça da Árvore Hostel, com base em seus aspectos gerais, físicos, históricos e turísticos. Descreve e analisa os resultados da pesquisa de campo em quatro tópicos: O Turismo backpacker, A Rede Hi Hostel Brasil, Estudo exploratório do turista backpacker na cidade de São Paulo e Resultados e discussões de pesquisa junto a freqüentadores do 5º Salão de turismo. Dentre os resultados obtidos, destaca-se que essa modalidade de turismo não é reconhecido no Brasil pelo Governo Federal como prioridade, nem como segmento, diferentemente de alguns países desenvolvidos; e isso se reflete a população brasileira que em geral desconhece esse o segmento, muitas vezes relacionando os hostels com os albergues da Juventude de caráter assistencialista.

**PALAVRAS-CHAVES:** Turismo backpacker. Hostels. Hi Hostel. Albergue. Cidade de São Paulo.

GONZALEZ, Priscilla. *Turismo, Planejamento e Hospitalidade: O Projeto Cancún, México*. 2010. Orientadora Maria do Rosário Rolfsen Salles.

**RESUMO:** Este trabalho é uma reflexão sobre os resultados decorrentes da implantação e desenvolvimento do projeto turístico da cidade de Cancún, estado de *Quintana Roo*, México, sob o ponto de vista da hospitalidade urbana. O objetivo é apresentar um panorama sobre o resultado da implantação e desenvolvimento do turismo nesta cidade e o impacto no cotidiano e forma de vida dos residentes e, também, na relação destes com a cidade. A pesquisa, de caráter qualitativo, baseia-se em observações diretas, resultado da experiência de trabalho da pesquisadora na hotelaria local e como residente na cidade de Cancún durante quase cinco anos, em pesquisa bibliográfica e produções acadêmicas e também fontes oficiais, especialmente no documento *Plan Maestro 2020* que serviu de base para a análise dos depoimentos colhidos em pesquisa de campo. Os resultados parciais da pesquisa permitem avaliar as relações entre o desenvolvimento rápido e descontrolado deste destino e suas consequências, tanto ambientais quanto econômicos e sociais, evidenciando, muitas vezes, um modelo de turismo pouco benéfico à população local. Pode-se identificar na fala dos moradores que o desenvolvimento turístico parece-lhes benéfico do ponto de vista econômico, porém, ainda é sentido como excludente quando falamos das áreas direcionadas aos turistas. A partir deste discurso, buscou-se refletir acerca dos entendimentos atuais sobre o ambiente urbano e da necessidade de se considerar a população local como prioridade em qualquer planejamento turístico.

**PALAVRAS-CHAVES:** Cancún. Turismo. Projeto turístico. População Local. Hospitalidade Urbana.

LIMA, Tércia Pereira de Araújo. *Formação profissional em gastronomia: um estudo com os chefes de cozinha na cidade de João Pessoa (PB)*. 2010. Orientador: Renê Correa do Nascimento.

**RESUMO:** O significativo aumento no número de Cursos de Gastronomia, bem como o “glamour” que o profissional dessa área adquiriu, em especial, nos últimos dez anos, vem despertando interesse na maior parte das camadas de conhecimento da sociedade, além de instigar pesquisas de cunho científico nesse campo de atuação. Turismo e hospitalidade são setores que movimentam e impulsionam, com significativos resultados, a economia de uma destinação turística e entende-se que a Gastronomia e seus derivados são elementos determinantes desse cenário. Portanto, objetiva-se, com este estudo, avaliar a formação dos profissionais chefes de cozinha da cidade de João Pessoa, levando-se em consideração, principalmente, aspectos ligados à origem e ao histórico profissional que os levaram a escolher essa profissão por essas pessoas. No decorrer desta investigação, em relação aos procedimentos metodológicos, foi efetivada uma pesquisa bibliográfica, seguida de pesquisa de campo, utilizando-se de métodos exploratórios de caráter qualitativo, que se dará por meio da aplicação de entrevistas semiestruturadas, com os profissionais chefes de cozinha selecionados a partir de critérios de amostragem não probabilísticos por julgamento. Buscam-se, a partir da análise de conteúdo das informações dos respondentes, respostas conclusivas à realidade ou não da formação profissional formal dos sujeitos nos resultados de mercado na área de alimentos e bebidas. Os resultados identificaram que, dos seis chefes entrevistados, apenas um tem formação superior formal, e dois estão cursando o nível universitário. Os demais que não concluíram o ensino médio afirmaram que sentem muita vontade de concluir os estudos, exceto um dos entrevistados. Eles foram unânimes em afirmar que, para ser chefe de cozinha, é importante ter a formação superior na área, mas apenas dois disseram que a falta de estudo não dificultou em nada sua entrada no mercado de trabalho. Em contrapartida, ao traçarem o perfil de um chefe de cozinha, apenas um respondente ressaltou a importância de esse profissional ter uma formação superior. Contudo, a partir dos resultados da pesquisa, considera-se que a formação técnica e/ou superior constitui-se um fator importante, além de agregar valor ao profissional, que ingressa no mercado de trabalho mais seguro e conhecedor da profissão, tanto em termos práticos quanto teóricos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gastronomia. Formação profissional. Mercado de trabalho. Chefe de cozinha. Cidade de João Pessoa.

LOPES, Katiuska Priscila Galindo. *Homossexualidade e sociedade paulistana na década de 1950*. 2009. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** A partir de uma perspectiva teórica, pretendeu-se compreender como a sociedade paulistana da década de 1950 lidava com o comportamento homossexual, enfatizando a compreensão dos modos próprios e originais de organização da vida social fora das regras e influências dos sistemas mercantis e estatais. Observou-se que na década de 1950 a cidade de São Paulo apresentava mudanças significativas no cenário mercadológico, cultural e social, haja vista a constituição de várias organizações culturais, como cinemas e teatros e a presença das “áreas de desorganização” como a Boca do Lixo. Ao mesmo tempo em que a “metropolização” propiciava abertura a novas manifestações sociais, a fiscalização por parte dos governantes, a fim de manter a moral e os bons costumes se apresentava por meio da censura. Buscou-se analisar a sexualidade e suas influências no comportamento social, a fim de explicitar como o tema homossexualidade foi se apresentando à sociedade e instituindo uma identidade. Por diversas formas, a homossexualidade foi tomando um espaço de visibilidade no cotidiano social, sendo cada vez mais abordada em publicações jornalísticas e científicas. Com o estigma da homossexualidade, a procura de locais onde havia a possibilidade de inclusão, denominados guetos, proporcionou novas experiências, intensificando os vínculos entre os homossexuais masculinos. Nesses guetos, as formas de sociabilidade se desenvolveram por meio de símbolos, que se caracterizavam pelo encontro com o outro, a materialização do indivíduo em forma de um rosto real e a identificação por meio da alteridade, os símbolos permitiam o reconhecimento entre iguais e a aceitação do “ser” como “ser”. Utilizamos como modelo teórico-metodológico a organização da análise de Bardin (1977). A análise de conteúdo foi disposta em três etapas cronológicas: a pré-análise, composta primeiramente pela leitura flutuante, escolha dos documentos, preparação do material, referenciação dos índices e a elaboração de indicadores. Em segundo, ocorreu à exploração do material. Por fim, se delineou o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação. Demarcamos como corpus documental artigos do periódico Folha da Manhã, datados em 1950, 1954, 1955 e 1960, que evidenciaram o quão repressiva a sociedade paulistana da década de 1950 era, a fim de preservar o grupo social majoritário de comportamentos considerados antinaturais, como a homossexualidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Homossexualidade. Identificação. Sociabilidade. Dádiva. Sociedade Paulistana.

MASSARUTTO, Rosemeire Calixto. *A sustentabilidade das atividades do turismo em áreas protegidas: um estudo sobre os meios de hospedagem no Parque Nacional do Itatiaia (RJ)*. 2009. Orientadora: Mirian Rejowski.

**RESUMO:** Esta dissertação discutiu a sustentabilidade de empreendimentos turísticos em áreas protegidas, optando por tratar dos impactos não apenas naturais e econômicos, mas também sociais, culturais e políticos. Face a essa amplitude, restringiu-se a análise do uso público a um foco: o dos meios de hospedagem, com o objetivo de demonstrar como os meios de hospedagem estabelecidos no interior de uma área protegida se “comportam” em relação à sustentabilidade. A metodologia utilizada foi a pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica direcionada à construção dos parâmetros de análise da sustentabilidade turística e, na pesquisa de campo, realizam-se várias visitas in loco com observação e aplicação de entrevistas diretas com os gestores dos meios de hospedagem localizados na Parte Baixa do PNI, os gestores públicos do PNI e o prefeito da cidade de Itatiaia. Dentre os resultados obtidos, destaca-se que nos discursos dos gestores estão presentes propostas de conservação ambiental, ecológica, social, cultural, econômica e política, mas, na prática, encontraram-se várias deficiências no cotidiano desses empreendimentos. É preciso que seja incorporada, na gestão desses empreendimentos, a prática da sustentabilidade em suas ações e não apenas nos seus discursos, já que a sustentabilidade ecológica, ambiental, social, cultural, econômica e política depende, fundamentalmente, da sustentabilidade legal definida de acordo com as especificações e características da área protegida em particular.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo. Meios de hospedagem. Áreas protegidas. Parque Nacional de Itatiaia.

MOYSES, Jeferson Munhoz. *O reposicionamento de uma marca hoteleira no Brasil: um estudo de caso sobre o Club Med*. 2010. Orientadora: Elizabeth Kyoko Wada.

**RESUMO:** Este projeto tem como objetivo principal identificar a importância da relação entre anfitrião e convidado em *resorts* no Brasil. A metodologia a ser aplicada é de estudo de caso de forma descritiva e em profundidade, tendo como apoio uma investigação exploratória, com a aplicação de entrevistas qualitativas e observações

assistemáticas. A marca escolhida para este estudo de caso é o *Club Med*, grupo de origem francesa especializado em empreendimentos de lazer, que desde 2004 até este momento do estudo, está conduzindo uma estratégia de reposicionamento mundial da marca transformando-a de categoria de *resorts* intermediária (médio conforto), para uma segmentação superior, a de luxo. Este redirecionamento da marca envolveu mudanças na comunicação corporativa junto ao mercado, no fechamento de empreendimentos, na melhoria ou implementação de serviços e principalmente, na ampliação de conceitos de interação entre o colaborador e hóspede.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade. *Marketing*. *Resort*. Planejamento estratégico.

Nieble, Bruna Del Chiaro. *Festa de casamento e Hospitalidade: Permanências e Mudanças*. 2010. Orientadora: Professora Doutora Maria do Rosário Rolfsen Salles.

**RESUMO:** O objetivo do presente trabalho é refletir sobre o significado e as transformações nas formas de receber em festas de casamento, ao longo das décadas de 1960 e na atualidade em que as recepções em casa, cederam lugar a recepções em *buffets* e espaços especializados, sem perder, contudo, o caráter de recepção em família. Assim procurou-se estudar as permanências e mudanças no caráter da recepção, como forma de conagraçamento entre famílias e convidados que se expressa como ritual de passagem na formação de um novo núcleo familiar. Nesse contexto, a alimentação aparece como parte importante da comemoração e se apresenta como um elemento fundamental na recepção, que se apresenta como uma forma de sedimentar novas e antigas relações renovadas no momento da nova união, fazendo da comensalidade, mesmo diante das mudanças na alimentação nos últimos tempos, expressão de parte significativa da sociabilidade entre famílias e convidados. A pesquisa consistiu num primeiro momento, num levantamento bibliográfico sobre o tema, que considerou as principais mudanças no caráter dessa festa no âmbito familiar, e serviu de fundamento ao referencial teórico, assim como, consistiu, num segundo momento, numa pesquisa de caráter qualitativo, com a realização de entrevistas com pessoas que se casaram e realizaram uma festa, no período estudado. A década de 1960 foi considerada como um marco de mudanças significativas em diversos aspectos da vida social e familiar, que, do ponto de vista da recepção de casamento, se expressam nas diferenças na maneira de receber, alimentar

e entreter convidados ao longo do tempo. O estudo, de natureza qualitativa objetiva evidenciar as persistências e mudanças mais significativas que simbolizam esse rito de passagem à luz da teoria da hospitalidade que pode iluminar aspectos importantes da sociabilidade entre anfitriões e convidados e as formas de recepções em festas de casamento. Os resultados apontam para uma mudança em certos aspectos importantes da recepção, organização e profissionalização da festa e da recepção, observando-se, contudo, que o significado de confraternização entre famílias, anfitriões e convidados, se mantém como parte do ritual da festa de casamento.

**PALAVRAS-CHAVE:** Festa de casamento. Hospitalidade. Ritual. Alimentação. Família.

NOVA, Madalena Rodrigues. *Viagem e turismo: os guias da cidade de São Paulo (1924 e 1954)*. 2009. Orientadora: Sênia Regina Bastos.

**RESUMO:** A pesquisa teve como objetivo analisar guias turísticos da cidade de São Paulo, impressos e editados em português, em dois momentos, de forma a identificar as possibilidades de visitação, sugestões de entretenimento e informações necessárias aos deslocamentos dos visitantes ou moradores. Instrumentos da hospitalidade, cujo ato, envolve ações como recepção, hospedagem, restauração e entretenimento em categorias distintas que podem ser: doméstica, social e comercial. Também foram contemplados aspectos da hospitalidade urbana como acessibilidade, legibilidade e identidade na cidade de São Paulo. Os guias selecionados foram: Guia Ilustrado do Viajante de 1924, por ser o mais antigo título disponível para consulta ao qual se teve acesso e por ter sido editado tão logo se deram as comemorações do Centenário da Independência (1922) e Guia Turístico da Cidade de São Paulo e de seus Arredores de 1953, por se tratar de uma edição comemorativa do IV Centenário da cidade (1954). Para proceder à análise dos guias optou-se pela metodologia de análise de conteúdo. Embora, os guias retratem a cidade de São Paulo, de maneiras diferentes, um aspecto é comum aos dois: informam o visitante, mostrando o que de melhor há na cidade, respeitando-se os diferentes períodos e usando dos recursos disponíveis na época em que as obras foram editadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Guias turísticos. Hospitalidade. Turismo. Cidade de São Paulo.

OLIVEIRA, Jurandir Chaves de. *Regionalização do turismo em minas gerais: estudo da governança na trilha dos inconfidentes*. 2009. Orientadora: Mirian Rejowski.

**RESUMO:** A regionalização do turismo, tema do presente estudo, é tratada com o objetivo de analisar o Programa de Regionalização do Turismo do Governo Federal em confronto com o processo de formação e institucionalização da governança institucional em uma região turística em Minas Gerais. O foco de estudo situa-se na região Trilha dos Inconfidentes, com destaque para três municípios com diferentes características e níveis de desenvolvimento turístico: São João del Rei, Tiradentes e Barroso. Como pesquisa exploratório-descritiva, de caráter qualitativo, baseia-se em bibliografia e documentos normativos sobre desenvolvimento regional do turismo no Brasil. Desenvolve estudo sobre a prática da regionalização na microrregião, a partir da análise de documentos, visitas in loco e aplicação de formulários junto a moradores de Tiradentes e Barroso. Discute a prática da governança com base nos princípios da regionalização turística do Ministério do Turismo. Dentre os resultados obtidos, percebe-se a fragilidade da gestão municipal e a falta de mobilização dos atores, além da pouca inserção da população residente no processo de regionalização da Trilha dos Inconfidentes. O estudo sugere a criação de instâncias de governança complementares às existentes na região sem agravar a sobreposição de ações, atualmente perceptível.

**PALAVRAS-CHAVE:** Política turística. Regionalização. Governança. Trilha dos Inconfidentes. Minas Gerais.

RUGAI, Roseli Farah. *Avaliação da aplicação do visual merchandising como elemento de hospitalidade de uma padaria boutique de Campinas: estudo de caso*. 2009. Orientadora: Nilma Morcerf de Paula.

**RESUMO:** A busca por um diferencial que leve a uma maior competitividade é inerente a todos os segmentos de mercado. Sendo as padarias estabelecimentos varejistas inseridos em um mercado marcado por forte concorrência, a busca por novas alternativas que mantenham os serviços competitivos é imprescindível. Por isso, o visual merchandising, ferramenta de marketing, vem sendo aplicado no segmento com a finalidade de contribuir para o aumento da competitividade. O objeto dessa pesquisa é uma padaria boutique da cidade de Campinas, São Paulo. Essa pesquisa teve como objetivo avaliar a contribuição da aplicação da ferramenta de marketing

Visual merchandising na percepção de elementos de hospitalidade, enquanto influenciador da satisfação do cliente. Procurou-se Identificar junto aos clientes quais eram os aspectos (serviço, A&B e ambiente) avaliados como positivos e negativos nas padarias boutiques. Buscou-se também avaliar a influência do Visual Merchandising na percepção dos clientes no que diz respeito à hospitalidade, indiretamente, através das percepções contidas nas falas do grupo entrevistado. Este trabalho é um estudo de caso único e utilização desse método justifica-se no fato da Padaria Romana ser um Benchmarking. Inicialmente foi realizada uma pesquisa exploratória e documental sobre o histórico das padarias no Brasil, o setor de panificação e os tipos de padarias existentes. Por conseguinte, optou-se por fazer uma entrevista em grupo, com oito participantes, baseada na modalidade chamada de grupo focal, assim como uma entrevista com o gerente da padaria, para que se obtivesse dados sobre a gestão do estabelecimento e também uma pesquisa in loco, na qual foram tiradas várias fotos, com a intenção de analisar o ambiente. Pelas fotos percebe-se tratar-se de um local que foi planejado, que teve a decoração pensada. Foi observado também na entrevista em grupo que um dos principais fatores que torna o ambiente ruim é o barulho e o serviço que muitas vezes mostrou-se ineficiente. Entretanto, os produtos vendidos foram marcadamente o ponto positivo na opinião das entrevistadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Visual merchandising. Padarias. Hospitalidade. Padaria boutique. Satisfação do consumidor.

SANTANA, Ursulina Maria Silva. *A festa e o candomblé: o sagrado vai à mesa*. 2009. Orientadora: Marielys Siqueira Bueno.

**RESUMO:** Os agrupamentos de escravos que se formaram mobilizados pelas condições internas e adversas que aqui encontraram, criaram uma rede de cooperação que promoveu e facilitou o desenvolvimento da religião afro-brasileira que chamamos de Candomblé. Essa manifestação religiosa tem na festa o seu centro de convívio e reverência aos Orixás, deuses que entram em cena, incorporam seus escolhidos, quando todos dançam, brincam e comem. É na comensalidade que se afirma o sagrado. O estudo - de caráter exploratório - teve como procedimento metodológico a observação participante nas festas brancas que ocorreram nos três finais de semana do mês de janeiro de 2008, no Terreiro Pilão de Prata, em Salvador, Bahia; tem como objetivo avaliar

o papel da comensalidade na celebração dessa festa (pública) que se caracteriza pela hospitalidade quando acolhe a comunidade. A circularidade que assinala a manifestação da dádiva é facilmente identificada na realização da festa, na oferta de alimentos aos Orixás, que, por sua vez, manifestam sua gratidão aos participantes em forma de bênçãos. Resulta dessa análise que no Candomblé a festa tem um lugar de destaque a ponto de ser considerada como sua marca distintiva. Os deuses entram em cena e incorporam seus eleitos: todos brincam, dançam e se divertem.

**PALAVRAS-CHAVE:** Candomblé. Festa. Comensalidade. Dádiva. Hospitalidade.

SOLIMEO, Isabel Cristina. *Contribuições do humor para o clima organizacional e hospitalidade*. 2009. Orientadora: Nilma Morcerf de Paula.

**RESUMO:** O presente trabalho é estimulado pela reflexão sobre a necessidade de introdução de inovações nas organizações que visem a melhoria do desempenho no ambiente empresarial. O estudo focaliza a percepção de funcionários de uma empresa privada, sobre o efeito do bom humor na hospitalidade e no ambiente organizacional, buscando identificar a sua repercussão nas relações hospitaleiras ou hostis. Os pressupostos do estudo consideram que o bom humor nas organizações facilita as relações, tornando o clima organizacional aprazível. Trata-se de um estudo exploratório sobre a empresa Chicco do Brasil, empresa de artigos para bebês e crianças. Foram aplicados uma pesquisa eletrônica para uma amostra de 100 funcionários com questões, na maioria fechadas; e um segundo questionário para 69 funcionários escolhidos dentre esses cem, com perguntas abertas para complementar a análise. Como resultados, foram identificadas a influência do bom humor no clima organizacional e uma relação dele com a hospitalidade. A relevância desse estudo está em se permitir o conhecimento de um instrumento de gestão que possivelmente facilite as relações dentro das organizações.

**PALAVRAS-CHAVES:** Hospitalidade. Humor. Clima organizacional. Comportamento Organizacional. Motivação.

SOGAYAR, Roberta Leme. *Hospitalidade no Ensino Superior em Turismo: Estudo de Caso do Programa Tourism Education Future Initiative*. 2010. Orientadora: Mirian Rejowski.

**RESUMO:** Pesquisa exploratório-descritiva, de cunho qualitativo, desenvolvida com base em estudo de caso sobre o *Tourism Education Future Initiative* (TEFI), a partir de documentos, questionário e observação. Objetiva investigar a Hospitalidade em uma iniciativa internacional direcionada à construção de novos paradigmas da educação superior em Turismo. Descreve a concepção inicial, desenvolvimento, concepção atual e projetos de aplicação desse programa, para em seguida analisar a presença da Hospitalidade como força de pressão e como valor. Observa que o TEFI representa um “ambiente” propício à inserção da Hospitalidade, aproximando e ampliando as relações entre Turismo e Hospitalidade. Como força de pressão se orienta para a mudança na cadeia produtiva do Turismo, associada principalmente à ética e à sustentabilidade, e à internacionalização e globalização. Como valor se apresenta em todos os valores fundamentais, em especial na Ética, Mutualidade e Zelo. Reflete sobre a universalidade desses valores frente a culturas não ocidentais, ressaltando a necessidade de adaptação do modelo e o desenvolvimento de projetos de aplicação envolvendo a Hospitalidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Hospitalidade, Turismo. Ensino superior. Valores. TEFI.

SCHWAN, Thaina Pacheco. *As competências do chef de cozinha*. 2009. Orientadora: Nilma Morcerf de Paula.

**RESUMO:** Nos últimos anos tem-se observado o grande crescimento do setor gastronômico devido, dentre outros fatores, ao destaque da gastronomia mundial, à maior inserção da mulher no mercado de trabalho e ao crescimento das cidades, gerando, conseqüentemente, a demanda por profissionais qualificados e a maior valorização da profissão do chef de cozinha. O presente estudo, de caráter exploratório, teve como objetivo a identificação das competências mais importantes para a formação de um chef de cozinha, a partir da vivência profissional de oito (8) chefs em atuação na capital de São Paulo. O conceito de competência adotado é baseado em três dimensões – conhecimentos, habilidades e atitudes, que englobam questões administrativas, técnicas e atitudes relacionadas ao cargo. A coleta dos dados foi realizada através de um questionário, organizado em três sessões: a primeira destinada ao perfil sócio-profissional do chef de cozinha, a segunda para a identificação dos mais importantes conhecimentos, habilidades e atitudes necessárias para o desempenho deste papel e a terceira sessão destinada à importância da definição das competên-

cias deste profissional. A análise dos dados ocorreu de forma quantitativa e qualitativa. Os resultados advindos do estudo identificaram vinte e quatro (24) competências fundamentais para o chef de cozinha, sendo oito (8) competências de conhecimento, sete (7) competências de habilidade e nove (9) competências de atitude e demonstraram que as competências do chef de cozinha estão baseadas nas experiências acadêmicas e, principalmente, na vivência profissional de cada um, apresentando uma pequena diferenciação quanto à valorização de alguns conhecimentos, habilidades e atitudes a serem desempenhados por este profissional. Espera-se que os resultados obtidos possam contribuir para a definição das competências desse profissional, a serem desenvolvidas e ou complementadas durante sua formação acadêmica, bem como na definição de sua inserção no mercado gastronômico, garantindo do ponto de vista de gestão adequação do homem ao cargo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Chef de cozinha. Competências. Restaurante.