



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO**

**O ACOLHIMENTO HOTELEIRO E A FORMAÇÃO SÓCIO-
HISTÓRICO-CULTURAL DOS PROFISSIONAIS DOS MEIOS DE
HOSPEDAGEM EM BRASÍLIA**

SUELY RIBEIRO DE OLIVEIRA

**BRASÍLIA-DF
DEZEMBRO/2017**



**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
CENTRO DE EXCELÊNCIA EM TURISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO**

**O ACOLHIMENTO HOTELEIRO E A FORMAÇÃO SÓCIO-
HISTÓRICO-CULTURAL DOS PROFISSIONAIS DOS MEIOS DE
HOSPEDAGEM EM BRASÍLIA**

SUELY RIBEIRO DE OLIVEIRA

**Dissertação apresentada ao Programa de
Mestrado Profissional em Turismo do Centro de
Excelência em Turismo da Universidade de
Brasília, área de concentração Cultura e
Desenvolvimento Regional, como requisito à
obtenção do título de Mestre em Turismo.**

Orientador: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

**BRASÍLIA-DF
DEZEMBRO/2017**

FICHA CATALOGÁFICA

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Ribeiro de Oliveira, Suely
ROL48a O acolhimento hoteleiro e a formação sócio-histórico cultural
dos profissionais dos meios de hospedagem em Brasília / Suely
Ribeiro de Oliveira; orientador João Paulo Faria Tasso. --
Brasília, 2017.
143 p.
Dissertação (Mestrado - Mestrado Profissional em
Turismo)
-- Universidade de Brasília, 2017.
1. Turismo. 2. Acolhimento Hoteleiro. 3. Hotelaria em Brasília.
4. Qualificação Profissional. I. Tasso, João Paulo Faria, orient. II.
Título.



Universidade de Brasília
Centro de Excelência em Turismo
Programa de Pós-Graduação em Turismo
Mestrado Profissional em Turismo

Dissertação de autoria de Suely Ribeiro de Oliveira, intitulada “**O acolhimento hoteleiro e a formação sócio-histórico-cultural dos profissionais dos meios de hospedagem em Brasília**” submetida ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília, como requisito necessário para obtenção do grau de Mestre em Turismo, em 08/12/2017, apresentada à Comissão Examinadora abaixo assinada.

Aprovada por:

Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso
Orientador

Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena
Examinador Interno

Profa. Dra. Glauria Janaina dos Santos
Examinadora Externa

Profa. Dra. Marutschka Martini Moesch
Suplente

Brasília, 08 de dezembro de 2017.

***Aos meus pais, Luiz e Ana,
por entenderem minhas escolhas, minhas
ausências, incondicionalmente, e a quem sou
grata pela vida.
Vocês são a melhor parte de mim!***

AGRADECIMENTOS

Muitas coisas aconteceram na minha vida pessoal e profissional durante o período do mestrado e a conclusão dessa dissertação só foi possível devido a uma grande rede de amor, hospitalidade, acolhimento, apoio, incentivo, que se formou e me deu a base necessária para dar mais este passo. Por tudo, sou grata a tantos...

À Universidade de Brasília pelo ensino gratuito e de qualidade.

Ao Prof. Dr. Biagio Avena pela orientação e primor pela educação – um ser humano incrível.

Aos colaboradores dos meios de hospedagem por serem tão receptivos e pela generosidade em dispor de um tempinho para responder aos questionários.

À Comissão examinadora, Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso, Prof. Dr. Luiz Carlos Spiller Pena, Profa. Dra. Glauria Janaina dos Santos, Profa. Dra. Marutscha Moesch por aceitarem avaliar este trabalho, cujas contribuições foram importantes para meu aprimoramento acadêmico.

À Equipe Gestora do Centro Interescolar de Línguas do Gama, pela compreensão durante este processo, e Deusimar e Nicecleide que entenderam minhas angústias.

Aos servidores do Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília Luiz Lucena, pela amizade e pelo incentivo e Ruan Carlos que providenciou os últimos trâmites.

A todos os professores e colegas do mestrado pela difusão do conhecimento especialmente à Bianca Resende, por me mostrar que a Hotelaria tem o encantamento do qual sempre falou.

À Tatielle Pereira pela força, pelo incentivo, pelas idas a campo, pela ajuda constante e necessária em várias etapas. Obrigada!

Ao Luiz, seu incentivo e sua contribuição na pesquisa de campo foram fundamentais, sem isto seria inviável. Gratidão!

Grandes esforços, paciência, renúncias, foco, perseverança, resultam nas grandes conquistas que conseguimos alcançar em nossas vidas... as grandes conquistas da vida exigem sacrifícios e sacrifícios exigem coragem.

Uma dissertação é um texto que se torna um volume, na maioria das vezes, na prateleira de uma biblioteca, mas nunca este volume, conseguido com os esforços de um aluno, deixa de ser a realização de um sonho, NUNCA!

Muito obrigada!

Recomece

Quando a vida bater forte
E a sua alma sangrar
Quando esse mundo pesado
Lhe ferir, lhe esmagar

É hora do recomeço
Recomece a lutar

Quando tudo for escuro
E nada iluminar
Quando tudo for incerto
E você só duvidar

É hora do recomeço
Recomece a acreditar

Quando a estrada for longa
E seu corpo fraquejar
Quando não houver caminho
Nem um lugar pra chegar

É hora do recomeço
Recomece a caminhar

Quando o mal for evidente
E o amor se ocultar
Quando o peito for vazio
E o abraço faltar

É hora do recomeço
Recomece a amar

Quando você cair
E ninguém lhe aparar
Quando a força do que é ruim
Conseguir lhe derrubar

É hora do recomeço
Recomece a levantar

Quando a falta de esperança
Decidir lhe açoiar
Se tudo que for real
For difícil suportar

Mais uma vez é hora do recomeço
Recomece a sonhar

É preciso de um final
Pra poder recomeçar
Como é preciso cair
Pra poder se levantar
Nem sempre engatar a ré
Significa voltar

Remarque aquele encontro
Reconquiste um amor
Reúna quem lhe quer bem
Reconforte um sofredor
Reanime quem tá triste
E reaprenda na dor
Recomece, se refaça
Relembre o que foi bom
Reconstrua cada sonho
Redescubra algum dom
Reaprenda quando errar
Rebole quando dançar
E se um dia, se um dia lá na frente
A vida der uma ré
Recupere sua fé
E recomece novamente.
(Bráulio Bessa)

RESUMO

A pesquisa propôs verificar, no contexto sócio-histórico-cultural, o processo de formação/educação profissional dos sujeitos, estabelecendo a relação destes elementos com a qualidade do acolhimento hoteleiro na cidade de Brasília. O estudo teve como recorte, na Hotelaria de Brasília, treze meios de hospedagem classificados na categoria hotel, localizados na zona central da cidade. Foi desenvolvido com base na pesquisa qualitativa, a partir da abordagem multirreferencial com as técnicas de observação não participante e, como instrumentos, foram utilizados questionários estruturados e formulários de observação. A partir da coleta de dados sobre a formação dos sujeitos, neste estudo representado por 53 entrevistados, objetivou-se: Identificar na ação profissional dos colaboradores dos meios de hospedagem na cidade de Brasília comportamentos que caracterizem o ato de acolher; Identificar se os sujeitos relacionam o ato de bem servir com os significados de estar a serviço ou ser servil; e Verificar se a educação em turismo em Brasília tem como objetivo preparar profissionais que entendam a necessidade do bem acolher. Foi possível compreender, diante do levantamento do perfil sócio-histórico-cultural-econômico-educacional dos sujeitos da amostra, que o processo de Acolhimento depende de todos esses fatores. A educação formal é mencionada como necessária para a qualificação profissional dos sujeitos. É necessário implementar programas de formação em turismo e hotelaria, nos níveis técnico, tecnológico e superior, com qualidade adequada para a formação de pessoal consciente da realidade e necessidades locais, conseqüentemente, para a melhoria do acolhimento ao turista. Identificou-se que não está clara na mentalidade dos sujeitos a diferença entre servir, estar a serviço ou ser servil, pois os colaboradores confundem a ação positiva de servir e estar a serviço de alguém, com a relação negativa de ser servil que representa semelhança com a servidão, a subserviência, a subalternidade.

Palavras-Chave: Turismo; Acolhimento Hoteleiro; Hotelaria em Brasília; Qualificação Profissional

ABSTRACT

The research proposed to verify, in the socio-historical-cultural context, the process of training/professional education of the subjects, establishing the relationship of these elements with the quality of the hotel reception in the city of Brasília. The study had as a cut, in the Hospitality de Brasília, thirteen means of lodging classified in the hotel category, located in the central zone of the city. It was developed based on the qualitative research, using the multireferential approach with non-participant observation techniques and, as instruments, structured questionnaires and observation forms were used. Based on the data collection about the subjects' training, in this study represented by 53 interviewees, the objective was: To identify in the professional action of the employees of the lodging facilities in the city of Brasília behaviors that characterize the act of welcoming; To identify whether subjects relate the act of serving well with the meanings of being in service or being servile; e To verify that the tourism education in Brasilia has the objective of preparing professionals who understand the need to welcome them. It was possible to understand, considering the socio-historical-cultural-economic-educational profile of the sample subjects, that the Reception process depends on all these factors. Formal education is mentioned as necessary for the professional qualification of subjects. It is necessary to implement training programs in tourism and hospitality, at the technical, technological and higher levels, with adequate quality for the training of personnel aware of the reality and local needs, consequently, to improve the reception of tourists. It was identified that it is not clear in the mentality of the subjects the difference between serving, being in service or being servile, because employees confuse the positive action of serving and being at the service of someone, with the negative relation of being servile that represents similarity with servitude, subservience, subordination.

Keywords: Tourism; Hotel accommodation; Hospitality in Brasília; Professional qualification

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Cadastur – Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas

IES – Instituição de Ensino Superior

MHAN – Meio de Hospedagem Asa Norte

MHAS – Meio de Hospedagem Asa Sul

MTur – Ministério do Turismo

SBCClass – Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem

SISTUR – Sistema de Turismo

UH – Unidade Habitacional

UnB – Universidade de Brasília

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Marcos da Evolução da Hotelaria.....	24
Tabela 2. Classificação dos Meios de Hospedagem – Cadastur	47
Tabela 3. Oferta de cursos relacionados ao turismo oferecidos no Distrito Federal .	53
Tabela 4. Relação dos meios de hospedagem da observação	63
Tabela 5. – Local do Acolhimento – relação dos valores com as categorias componentes do local do acolhimento	82
Tabela 6. – Comportamento dos Sujeitos – atribuição de valores para cada categoria observada.....	83

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1. – Tamanho adequado – 40 PAX.....	67
Gráfico 2. – Tamanho adequado – 4 PAX.....	68
Gráfico 3. – Tamanho adequado – 2 PAX.....	68
Gráfico 4. – Limpeza	69
Gráfico 5. – Organização.....	70
Gráfico 6. – Manutenção	70
Gráfico 7. – Cheiro	71
Gráfico 8. – Mobiliário adequado – 40 PAX.....	71
Gráfico 9. – Mobiliário adequado – 2 PAX.....	72
Gráfico 10. – Mobiliário adequado – 4 PAX.....	72
Gráfico 11. – Estado do mobiliário	73
Gráfico 12. – Disposição dos balcões	73
Gráfico 13. – Iluminação.....	74
Gráfico 14. – Temperatura	75
Gráfico 15. – Condições de aconchego	75
Gráfico 16. – Sinalização.....	76
Gráfico 17. – Oferta de bebidas	76
Gráfico 18. – Postura – levantar-se para falar.....	77
Gráfico 19. – Sinal de reconhecimento	78
Gráfico 20. – Expressão inteligível e articulada.....	78
Gráfico 21. – Utilização de linguajar adequado	79
Gráfico 22. – Cumprimento – chegada e saída	80
Gráfico 23. – Manutenção de sorriso acolhedor.....	81
Gráfico 24. – Interrompe conversa ao telefone	82

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Identificação dos sujeitos - aspectos socioculturais dos Colaboradores nos Meios de Hospedagem	85
Quadro 2. Aspectos educacionais dos Colaboradores nos Meios de Hospedagem ..	87
Quadro 3. Aspectos educacionais dos colaboradores. Cursos relacionados à área hoteleira	88
Quadro 4. Nível de satisfação com a profissão na Hotelaria.....	90
Quadro 5. Faixa de renda dos colaboradores.	92
Quadro 6. Importância da atividade turística na cidade de Brasília.....	93
Quadro 7. Importância da atividade turística na cidade de Brasília.....	94
Quadro 8. Incentivos do governo para qualificação profissional na área de Hotelaria	95
Quadro 9. Qualificação profissional na área de Hotelaria.	96
Quadro 10. Profissional na área de Hotelaria.....	98
Quadro 11. Problemas no atendimento.....	99
Quadro 12. Melhorias no processo de acolhimento	100
Quadro 13. Relação entre palavra-chave e co-ocorrências - Acolhimento	103
Quadro 14. Relação entre expressão-chave e co-ocorrência - Estar a serviço de alguém	104
Quadro 15. Relação entre palavra-chave e co-ocorrência - Servir.....	106
Quadro 16. Relação entre expressão-chave e co-ocorrência - Ser servil	107
Quadro 17. Relação entre palavra-chave e co-ocorrência - Estrangeiro.....	109
Quadro 18. Melhorias no processo de Acolhimento ao turista em Brasília.	110
Quadro 19. Melhorias no processo de recepção ao turista nos meios de hospedagem.....	112
Quadro 20. Serviço e acolhimento ao turista.....	113
Quadro 21. Acolhimento no meio de hospedagem – ser acolhido como hóspede..	115
Quadro 22. Acolhimento no meio de hospedagem – Sentimento do sujeito	116
Quadro 23. Acolhimento no meio de hospedagem – estresse em condições não acolhedoras.....	118
Quadro 24. Acolhimento no meio de hospedagem – modificar neutralizar ou diminuir	120
Quadro 25. Acolhimento no meio de hospedagem – Sorriso	121

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Conjunto das Relações Ambientais do SISTUR	26
Figura 2: Modelo Referencial do SISTUR	27
Figura 3: Sistur Hologramático	29
Figura 4: Meios de Hospedagem em Brasília.....	43
Figura 5: Tipos de Meio de Hospedagem	43

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
CAPÍTULO 1. SISTUR – TURISMO E HOTELARIA EM BRASÍLIA	20
1.1 – Turismo: Evolução e Atualidade	20
1.2 – Marcos da Hotelaria	23
1.3 – Análise sistêmica do Turismo e as relações com a Hotelaria	25
1.4 – O Acolhimento enquanto categoria de pensamento no Sistema de Turismo	30
1.4.1 – Reconhecimento, Hospitalidade e Cuidado	32
1.5 – Formação dos sujeitos (Colaboradores da Hotelaria)	35
CAPÍTULO 2. – CONTEXTO REGIONAL LOCAL	42
2.1 – A Hotelaria em Brasília	42
2.2 – Formação sócio-histórico-cultural local	49
2.2.1 Retrato da oferta e perfil da demanda de profissionais	52
CAPÍTULO 3. – METODOLOGIA DA PESQUISA	56
3.1 Delineamento da Pesquisa	56
3.2 Quadro Metodológico da Pesquisa	57
3.2.1 Abordagem Multirreferencial – Bricolagem – Um brico-método	57
CAPÍTULO 4 - REALIDADE OBSERVADA NA HOTELARIA EM BRASÍLIA	61
4. 1 Análise dos achados da pesquisa a partir da Teoria do Acolhimento	61
4. 2 Análise da observação não participante nos meios de hospedagem em Brasília	61
4. 3 Critérios de escolha dos meios de hospedagem	62
4.4 Realidade observada nos meios de hospedagem	66
4. 5 Colaboradores	76
4.5.1 Entrevistas e análise dos resultados	83
4.5.2 Identificação dos sujeitos	84
CONSIDERAÇÕES FINAIS	123
REFERÊNCIAS	133
APÊNDICE A – Formulário de Observação nos Meios de Hospedagem	138
APÊNDICE B – Formulário de Entrevista com os Colaboradores da Hotelaria	140

INTRODUÇÃO

O Turismo faz parte da vida moderna, que se caracteriza pela alta mobilidade proporcionada aos seres humanos pelos avanços da tecnologia nos mais diversos setores. O desenvolvimento nestes vários setores, principalmente dos meios de transportes, tornou as viagens mais acessíveis possibilitando o crescimento do número de viajantes que se deslocam cada vez mais, seja para usufruir de férias, períodos para estudo ou viagens a negócios, ou ainda em busca de novas experiências e crescimento pessoal. O entendimento da complexidade deste fenômeno leva a considerações mais abrangentes, que extrapolam o campo econômico e o entendimento de que a atividade, muitas vezes, é associada exclusivamente a trocas comerciais baseadas em transporte, alimentação, recreação e alojamento.

Assim, interações entre diferentes áreas e formas de análise permitem uma visão holística de seus fundamentos e consequências. Embora este progresso tecnológico tenha trazido inovação e aperfeiçoamento para a Hotelaria, para Castelli (2003, p. 36) “o elemento humano continua sendo peça fundamental, é dele que depende todo o processo de acolhida do cliente, [...] a qualificação é condição *sine qua non* para garantir o nível de serviços propostos”.

As especificidades do fenômeno turístico exigem que haja projetos de formação humana para atuação no setor. Formar profissionais que atendam esta necessidade é tarefa complexa, uma vez que a qualificação profissional exige interação entre o conhecimento específico e uma formação prática agregada a uma visão holística do segmento.

A base teórica abordada ao longo do trabalho deu suporte às premissas da pesquisa nos campos de investigação. As questões norteadoras têm como objetivo evidenciar no recorte do estudo, no contexto sócio-histórico-cultural, o processo de formação e de educação profissional dos sujeitos, estabelecendo a relação destes elementos com a qualidade do acolhimento hoteleiro na cidade de Brasília.

Segundo Macedo, em Montandon, (2011, p. 997), o exercício da condição de hospitalidade, receber bem, nem sempre faz parte da prática dos estabelecimentos que ofertam os serviços consumidos pelo turista. A hospitalidade carrega a dimensão subjetiva de como esse encontro se realiza, entre aquele que chega e aquele que o recebe, onde se espera um atendimento ao turista baseado na

cordialidade, na atenção que torna o estrangeiro “alguém de casa”, devendo trazer conforto e confiança a fim de minimizar qualquer tipo de dano.

A hospitalidade é uma interação entre seres humanos; resulta de noções que definem as relações humanas, como a amizade, o diálogo, o humanismo, o sorrir e o rir, mas também das interações sociais de comensalidade, de comércio, de visitas.

O reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado como categorias do Acolhimento têm papel fundamental na qualidade dos serviços. Avena (2006, p. 145) menciona que “o cliente espera que o acolhedor, aquele que hospeda, faça tudo para protegê-lo, mesmo se ele está fora do local onde está hospedado”.

A qualificação profissional será abordada de forma a evidenciar se, por meio da identificação de sua existência, isso pode influenciar o ato de acolher bem nos meios de hospedagem na cidade de Brasília.

Na concepção de Ansarah (2002, p.21) no caso específico do turismo brasileiro, como a matéria prima básica é constituída de serviços, tanto a educação quanto o treinamento são imprescindíveis para uma melhor qualificação da mão de obra, pois o mercado exige profissionais preparados e eficientes, com habilidade de aliar o conhecimento específico a uma formação prática agregada a uma visão holística do setor.

A hospitalidade como um diferencial no turismo implica acolher o visitante como este espera ser recebido, implica, também, saber recebê-lo, acolhê-lo. Assim, considerando que os recursos humanos são importantes no desenvolvimento da prestação de serviços visando, com seus resultados, contribuir para a reflexão sobre a necessidade de se conceber uma formação e qualificação profissional que melhor atenda ao setor, considera-se pertinente que a busca pelo diferencial no atendimento e a qualidade dos serviços prestados possam contribuir para a mudança da percepção de uma cidade não acolhedora, hostil (*hostis*) para uma cidade acolhedora, hospitaleira (*hospes*), pois se considera neste estudo que acolher/recepcionar em Hotelaria é uma forma contemporânea de aplicar, de forma eficiente, a hospitalidade, uma das categorias do Acolhimento.

O Acolhimento é uma necessidade básica no campo do Turismo, especificamente na Hotelaria, assim como as suas categorias principais (Reconhecimento, Hospitalidade e Cuidado) e complementares (Sorriso, Perfil Profissional, Formação Profissional, dentre outras).

Situada na região Centro-Oeste, Brasília é a capital do país, com mais de três milhões de habitantes. A cidade recebe pessoas de todas as regiões do país.

A cidade é nova e vem construindo sua identidade a cada dia, reforçando os seus aspectos culturais com a contribuição da miscigenação local existente.

Por esta razão, este estudo se faz pertinente, para que por meio da investigação sobre a presença ou não deste acolhimento, possa subsidiar reflexões e ações sobre os campos de pesquisa: Acolhimento turístico e hoteleiro; Contexto sócio-histórico-cultural local e Formação/qualificação profissional dos sujeitos nos meios de hospedagem. O estudo do conceito do acolhimento, e de suas categorias principais e complementares, se faz pertinente, para que por meio da constatação (ou não) da existência deste acolhimento, possa trazer luz aos campos de investigação em questão. Os resultados obtidos por meio da observação em 13 hotéis e as entrevistas com os 53 colaboradores da hotelaria em Brasília são a base do estudo que tem como problema de pesquisa: De que forma o contexto sócio-histórico-cultural dos profissionais e sua formação socioescolar influenciam na qualidade do processo de acolhimento hoteleiro em Brasília-DF.

Esta dissertação é composta por quatro capítulos, o primeiro expõe um apanhado sobre o Turismo; Marcos da Hotelaria; uma Análise Sistêmica do Turismo e as Relações com a Hotelaria; o Acolhimento e suas Categorias; e a Formação dos sujeitos. O segundo fala sobre a Hotelaria em Brasília; a Formação Sócio-Histórico-Cultural local e o Retrato da Oferta e Perfil da Demanda de Profissionais. O terceiro traz os caminhos percorridos por meio da Metodologia da Pesquisa. O quarto apresenta a Realidade Observada nos equipamentos turísticos e os dados referentes às entrevistas com os colaboradores da Hotelaria.

Por último as considerações finais e conclusões e algumas sugestões de continuidade deste estudo.

OBJETIVOS

Geral

- Analisar, no contexto sócio-histórico-cultural, o processo de formação/educação profissional dos sujeitos, estabelecendo a relação destes elementos na identificação da qualidade do acolhimento hoteleiro na cidade de Brasília.

Específicos

- Identificar na ação profissional dos colaboradores dos meios de hospedagem na cidade de Brasília comportamentos que caracterizem o ato de acolher;
- Identificar se os sujeitos relacionam o ato de bem servir com os significados de estar a serviço ou ser servil;
- Verificar se a formação profissional em hotelaria ofertada em Brasília tem como objetivo preparar profissionais que entendam a necessidade do bem acolher.

A pesquisa procurou atender as seguintes questões de pesquisa:

Quais as características e comportamentos dos colaboradores dos meios de hospedagem na cidade de Brasília que caracterizam o ato de acolher?

Qual o perfil sócio-histórico-cultural dos profissionais que trabalham nos Meios de Hospedagem na cidade de Brasília?

A educação em turismo e hotelaria em Brasília, na opinião dos colaboradores, objetiva preparar profissionais que entendam a necessidade do bem acolher?

A formação dos sujeitos, geral e profissional, permite o desenvolvimento de conhecimento sobre o acolhimento turístico e hoteleiro na cidade de Brasília?

CAPÍTULO 1. SISTUR – TURISMO E HOTELARIA EM BRASÍLIA

1.1 – Turismo: Evolução e Atualidade

Desde os primórdios da humanidade as viagens intercontinentais acontecem e, se a maioria delas se destinava ao interesse comercial, muitas outras demonstravam o simples gesto de visitação com finalidades pessoais ou simplesmente, com a pura intenção de descortinar o novo. A viagem   uma atividade que acompanha o ser humano desde a antiguidade, muitas vezes associada a simples trocas comerciais baseadas em transporte, alimenta o, recrea o e alojamento.

Entre os diversos conceitos de Turismo, Walker (2002, p. 33) destaca que este pode ser definido como “a ciência, a arte e a atividade comercial especializadas em atrair e transportar visitantes, acomodá-los, e atender, com cortesia, a suas necessidades e desejos”.

Ressalta, ainda, que para muitos países em desenvolvimento, o turismo   responsável por uma porcentagem relativamente alta do Produto Interno Bruto – PIB, além de ser uma maneira de equilibrar a balança comercial com outros países.

Este mesmo autor enfatiza que o “turismo significa coisas diferentes para pessoas diferentes”, assim o turismo é enquadrado em categorias baseadas nos seguintes fatores:

Geografia: internacional, regional, nacional, estadual.

Propriedade: estatal, economia mista, iniciativa privada.

Função: reguladores, fomentadores, fornecedores, vendedores, consultores, pesquisadores, educadores, editores, associa es profissionais, organiza es de comércio, órgãos de consumidores.

Indústria: de transportes (avião, ônibus, trem, automóveis e navios de cruzeiro), agentes de viagem e operadores, alojamento, atrações e lazer.

Motivo: lucrativo ou não lucrativo.

Elementos norteadores que as pessoas do ramo utilizam como categorias para identificar os vários setores e organiza es envolvidos com o turismo.

Para Moesch (2004, p.14), “o Turismo, como prática social, começou a se desenvolver no século XIX, apenas a partir da década de 1950   que se transformou em atividade de massa, significativa em termos socioecon micos e culturais”. O

turismo nasceu e se desenvolveu com o capitalismo, com a necessidade das pessoas de usar o tempo livre para o lazer, os negócios, a diversão, os estudos e a necessidade de expandir seus conhecimentos. E isto vai para além das férias e se apresenta para os viajantes como uma possível fuga do seu cotidiano. Em *A Produção do Saber Turístico*, Moesch (2002, p. 9), afirma que “a partir de 1960, o turismo explodiu como atividade de lazer, envolvendo milhões de pessoas e transformando-se em fenômeno econômico, com lugar garantido no mundo financeiro internacional”. Esse crescimento fica evidente com o passar dos anos e, segundo a investigadora:

Compreender a problemática do desenvolvimento crescente da atividade turística é relevante não só à medida que seus produtores, vendedores intermediários, consumidores continuam produzindo, vendendo e consumindo sem limites ou critérios, sem outro fim que seu próprio benefício e a satisfação egoísta do consumidor, mas pela persistência do problema, disfarçado nas concepções implícitas destes conceitos. Essa postura, emergente de uma cultura de mercado capitalista, desconhece a essência do fenômeno turístico, o qual exerce uma pressão crescente sobre a produção da subjetividade social, o ecossistema, o modo estético, a herança cultural, existentes nas localidades visitadas gerando agenciamentos possíveis de ressignificação com a realidade, por meio da relação entre visitantes e visitados. (MOESCH, 2002, p. 14).

Para alguns autores da área, o turismo é tido como um produto, pois satisfaz as necessidades humanas. A partir deste conceito, hoje aceito genericamente, podem ser interpretados da mesma forma bens e consumo ou até sujeitos, serviços, localidades, instituições, ideias ou impactos, tudo o que possa satisfazer as necessidades dos indivíduos ou grupos que se deslocam de seu local de origem. A autora defende, porém, a concepção do Turismo como “um objeto de conhecimento” e propõe uma “ruptura epistemológica nas concepções deterministas até então consagradas, o que é um desafio, pois devemos superar os discursos institucionais e acadêmicos fossilizados”. A pesquisadora conceitua o Turismo como:

um campo de práticas histórico-sociais, que pressupõem o deslocamento do(s) sujeito(s), em tempos e espaços produzidos de forma objetiva, possibilitador de afastamentos simbólicos do cotidiano, coberto de subjetividades” (MOESCH, 2004, p. 336).

Para Moesch (2004, p. 337), a visão do Turismo como indústria vem de uma fase pré-científica, “decorrente de um contexto empirista-positivista” que deve ser superada, pois acredita que “só como ciência humana” é possível entender o

fenômeno em sua complexidade, na qual “o ser humano é simultaneamente sujeito e objeto de conhecimento”.

Segundo Beni (2007, p. 39), o fato de o Turismo encontrar-se ligado a quase todos os setores da atividade social humana é a principal causa da grande variedade de conceitos, todos eles válidos enquanto se circunscrevem aos campos em que é estudado e considera que “a conceituação do Turismo não pode ficar limitada a uma simples definição, pois que este fenômeno ocorre em distintos campos de estudo, em que é explicado conforme diferentes correntes de pensamento, e verificado em contextos vários da realidade social”.

Nestes aspectos conceituais de múltiplas interpretações, Avena (2006, p. 14) destaca que “O turismo é um lazer, um ócio consagrado à viagem. Nessa atividade, o turista, que é o indivíduo que consagra seu lazer a viajar, está livre de obrigações primárias ou secundárias”.

Nesse contexto, faz-se importante ressaltar que a globalização e a rápida evolução da tecnologia e dos meios de comunicação promovem uma transformação no comportamento das novas gerações, pois o indivíduo se vê num outro cenário, com oportunidades de explorar cada vez mais a si mesmo e ao mundo no qual se insere.

Segundo a OMT (2014), “o turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual, geralmente por prazer.”

Nos últimos tempos o Turismo tem se mostrado fundamental na vida das pessoas, na economia das cidades, dos países. A expansão do fenômeno turístico implica um conseqüente crescimento de uma série de itens necessários relacionados com o abastecimento do novo mercado, tais como: construção de hotéis, aeroportos, equipamentos de manutenção, planejamento governamental e treinamento de pessoal especializado, visando, sobretudo, a qualificação do produto turístico. A preocupação nos dias de hoje é a realidade no atendimento e a diversificação nos serviços oferecidos aos hóspedes dos hotéis. Quem chega deseja ser bem recebido.

Nesse cenário, Moesch (2004) defende o turismo como uma prática social que caminha lado a lado com o desenvolvimento da sociedade, e resalta que:

O turismo é uma combinação complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integram-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio

ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico. (MOESCH, 2002, p. 9).

Por sua vez, Krippendorf, (2009, p.12) salienta que “o turismo funciona como terapia da sociedade, como uma válvula que mantém o funcionamento do mundo de todos os dias. Ele exerce um efeito estabilizador não apenas sobre o indivíduo, mas também sobre a sociedade e a economia”.

Afirmando que a preocupação central do turismo é o ser humano, e não a economia, o que constitui um dos principais fatores de aproximação entre os povos, as palavras de Hunziker *apud* Krippendorf (2009, p. 86) ressaltam que:

[...] turismo tornou-se o primeiro instrumento da compreensão entre os povos. Ele permite o encontro entre seres humanos que habitam as regiões mais afastadas e têm línguas, raças, religiões, orientação política e posição econômica muito diferentes. Ele os reúne. É graças a ele, em grande parte, que esses seres humanos conseguem estabelecer um diálogo entre si, compreender a mentalidade do outro, que, de longe, lhe parece tão estranho, preenchendo, dessa forma, o fosso que os separa. (KRIPPENDORF, 2009, p. 86)

Para Avena (2006, p. 17), “a atividade turística é basicamente uma relação comunicativa, na qual o contato humano é fundamental, em que se estabelecem estreitas comunicações e condutas psicológicas, bem como uma rede de relações interpessoais.”

Nessa relação, a Hotelaria tem exercido um papel fundamental como um serviço essencial na história do Turismo, como será apresentado no próximo tópico.

1.2 – Marcos da Hotelaria

Considerada uma atividade essencialmente prestadora de serviços, a Hotelaria é um dos principais serviços turísticos existentes, e sua evolução ocorre desde a época dos gregos e romanos. A Bretanha, durante muitos séculos dominada por Roma integrou à sua cultura a tradição de hospedar e ao longo de suas estradas foram se multiplicando as pousadas. Para Campos e Gonçalves (1998, p. 72), igualmente influenciados pelos romanos, essa tendência era comum a quase todos os países europeus.

O mais antigo registro a respeito da hospedagem organizada data da época dos Jogos Olímpicos, que consistia de um abrigo de grandes dimensões, em forma de choupana denominada Ásylon ou Asilo que era um local inviolável com a finalidade de permitir o repouso, a proteção e a privacidade aos atletas de fora, convidados a participar das cerimônias religiosas e das competições esportivas. (ANDRADE, 2002 apud PEREIRA e COUTINHO, 2007).

Uma compreensão sucinta da evolução histórica da Hotelaria se apresenta no quadro a seguir que destaca o propósito do abrigo, do descanso, da privacidade ao longo da história do deslocar-se e do acolher da humanidade.

Tabela 1. Marcos da Evolução da Hotelaria

Antiguidade	Com a queda do Império Romano, as estradas passaram a ser menos utilizadas em função da falta de segurança, o que diminuiu o número de viajantes, conseqüentemente, o número de hóspedes prejudicando as pousadas. A hospedagem passou a ser oferecida pelos monastérios e outras instituições religiosas, bem mais seguras e confiáveis. Essa hospitalidade dispensada pelos religiosos tornou-se, mais tarde, uma atividade organizada, com a construção de quartos e refeitórios separados, e monges dedicados ao atendimento dos viajantes. Além disso, os viajantes dependiam da boa vontade da acolhida dos responsáveis pelas pousadas.
Séc. XII	As viagens na Europa voltaram a se tornar mais seguras e rapidamente as hospedarias se estabeleceram ao longo das estradas. Aos poucos, diversos países implantavam leis e normas para regulamentar a atividade hoteleira, especialmente na França e na Inglaterra. A França já dispunha de leis reguladoras dos estabelecimentos dos serviços hoteleiros no Séc.XIII, enquanto na Inglaterra isto aconteceu no Séc. XV.
Séc. XVI	Os hoteleiros de Londres foram reconhecidos legalmente, passando de <i>hostelers</i> (hospedeiros) para <i>innholders</i> (hoteleiros). Em 1589, foi editado pelos ingleses o primeiro guia de viagens de que se tem notícia, definindo de modo claro os diferentes tipos de acomodações disponíveis para viajantes a negócio ou a passeio.
Séc. XVII	Consolidou-se na Europa um meio de transporte que teve grande influência na expansão da hotelaria: as diligências, carruagens puxadas por cavalos. Durante quase 200 anos, esses veículos circularam pelas estradas europeias garantindo um fluxo constante de hóspedes para as pousadas e hotéis.
Séc. XIX	No final deste século, os hóspedes tinham se tornado mais exigentes e surgiram hotéis de luxo com os famosos Ritz, Carlton e outros acompanhando a tendência dos fabulosos trens e navios de passageiros da época.
Séc. XX	Em 1970, o lançamento do Boeing 747, com maior capacidade de transporte, influencia a hotelaria europeia e mundial a acelerar seu desenvolvimento. No início do século XX, foi construído no Rio de Janeiro o primeiro edifício do país para abrigar um estabelecimento hoteleiro. Em São Paulo, diversos empreendimentos de pequeno e médio portes foram construídos, na capital e no interior, pelos fazendeiros de café para atender a viagens de negócios do final do século XIX e início do século XX.

Fonte: Beni, (2007); Campos e Gonçalves, (1998); Walker, (2002)

Os meios de transporte transformaram a natureza da hotelaria. As ferrovias expandiram suas fronteiras, estimulando o desenvolvimento e a popularização dos hotéis. O automóvel provocou uma verdadeira onda de construção de hotéis e motéis nos anos de 1940, 1950 e 1960. Os norte-americanos começaram a explorar as auto-estradas e estabelecimentos se desenvolveram para atender à demanda por acomodações. Da mesma forma, os transportes aéreos atuaram como catalisadores na construção e reconstrução de hotéis urbanos e resorts em lugares exóticos. As viagens de lazer e de negócios decolaram numa viagem que se transforma na maior atividade econômica do mundo, como afirma Walker (2002, p. 79).

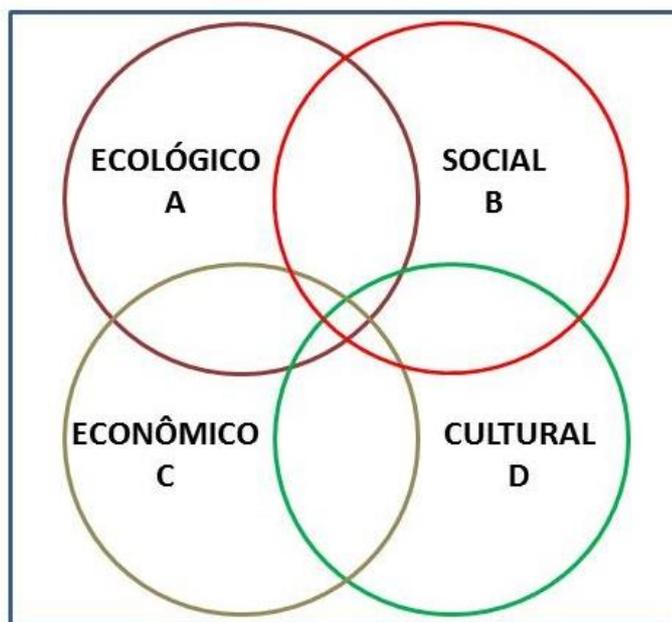
Esse desenvolvimento em escala global do Turismo, principalmente a partir da segunda metade do Século XX, incrementou a busca da compreensão do fenômeno por pesquisadores das Ciências Sociais, bem como de sua relação com a Hotelaria. No Brasil, destaca-se nessa pesquisa a criação do SISTUR, a partir da Teoria Geral dos Sistemas por BENI (2006), e sua evolução posterior, com a incorporação de elementos da Teoria da Complexidade (Morin, 2000), propostos por BENI e MOESH (2015), como se pode depreender do exposto no próximo tópico.

1.3 – Análise sistêmica do Turismo e as relações com a Hotelaria

O modelo teórico do SISTUR de Beni (2007), na sua concepção inicial, foi construído tendo como fundamento a Teoria Geral dos Sistemas e representa o Turismo enquanto um sistema composto de subsistemas interligados. Neste sentido, é considerado um sistema aberto. Esta abordagem facilita estudos multidisciplinares de aspectos particulares do Turismo, possibilitando assim a realização de análises interdisciplinares a partir de várias perspectivas com ponto de referência comum. Em seu livro “Análise Estrutural do Turismo”, Beni (2007, p. 53) dinamiza a revisão de conceitos elementares envolvidos no planejamento turístico e apresenta modelos para possibilitar o entendimento desta ciência em construção a partir de seus subsistemas.

Assim, o Sistema Turístico (SISTUR) propõe, dentre outros, a análise dos ambientes ecológico, social, econômico e cultural como subsistemas, cada um delimitado em seus campos de atuação, dispostos na Figura n. 01.

Figura 1: Conjunto das Relações Ambientais do SISTUR
CONJUNTO DAS RELAÇÕES AMBIENTAIS



Fonte: Autora, adaptado de Beni, (2007)

O Sistema de Turismo (SISTUR) defendido por Beni (2007, p.47) tem como objetivo geral:

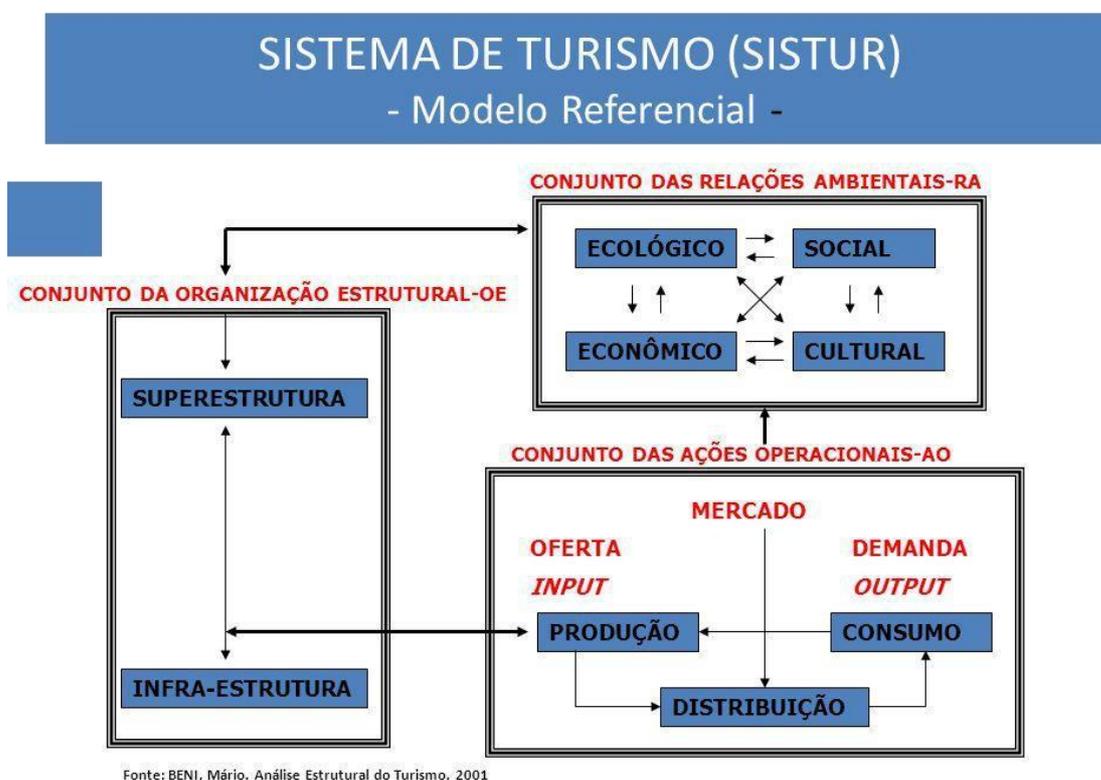
Organizar o plano de estudos da atividade de Turismo, levando em consideração a necessidade, há muito tempo demonstrada nas obras teóricas e pesquisas publicadas em diversos países, de fundamentar hipóteses de trabalho, justificar posturas e princípios científicos, aperfeiçoar e padronizar conceitos e definições, e consolidar condutas de investigação para instrumentar análises e ampliar a pesquisa, com a conseqüente descoberta e desenvolvimento de novas áreas de conhecimento em Turismo. (BENI, 2007, p. 47)

Os componentes do Sistur são subsistemas identificados nos conjuntos das Relações Ambientais; da Organização Estrutural e das Ações Operacionais que são compostos, respectivamente, pelos subsistemas ecológico, econômico social e cultural da superestrutura, da infraestrutura, do mercado, da oferta, da demanda, de produção, de distribuição e de consumo.

Para o autor, um sistema não carece ser dividido em componentes, isto se dá para proporcionar a análise das informações verificando, assim, a real operação do sistema e o que deve ser feito para aperfeiçoá-lo. No caso do SISTUR a necessidade de dividi-lo em componentes ocorre em função das interrelações verificadas em cada um dos conjuntos de subsistemas que interagem entre si no sistema total.

No conjunto das relações ambientais do sistema de turismo, este é considerado um sistema aberto.

Figura 2: Modelo Referencial do SISTUR



No processo evolutivo dessa concepção, tendo como base os estudos de Edgar Morin e a sua Teoria da Complexidade, Beni e Moesch, (2015), trabalham a ressignificação do SISTUR para demonstrar que a partir do pensamento complexo é possível transpor as limitações do sistemismo, apresentado acima, para uma abordagem que considere o sujeito o elemento principal do Sistema de Turismo. No estudo sobre a construção de uma Ciência do Turismo, em busca de uma episteme do fenômeno, os autores partem do princípio de que “seu epicentro é de caráter humano, pois são os turistas que se deslocam e não as mercadorias”. Eles

defendem que, para compreender esse fenômeno, é preciso analisá-lo em toda sua complexidade, especialmente em virtude das interrelações sociais que derivam do comportamento dos sujeitos envolvidos no processo.

No que concerne à complexidade de Morin, esta está pautada em três princípios fundamentais: dialógico, recursivo e hologramático. A resignificação do SISTUR de Beni transita por estes princípios.

A reconstrução do modelo do SISTUR, pela teoria da complexidade, o apreende como sistema vivo, que se auto-organiza, e realiza sua autoprodução, ao mesmo tempo em que realiza a auto-eco-organização e a sua auto-eco-produção, pois ele está envolvido em um ambiente externo que se encontra, ele mesmo, integrado a um sistema eco-organizador, o ecossistema turístico. Conforme o princípio da auto-eco-organização há valor hologramático, assim como a qualidade da imagem hologramática está ligada ao fato de que cada ponto possui a quase totalidade de informação do todo, do mesmo modo, de certa maneira o todo é o todo que nós somos parte, e está presente em nosso espírito. (MORIN, 2000 *apud* BENI e MOESCH, 2015)

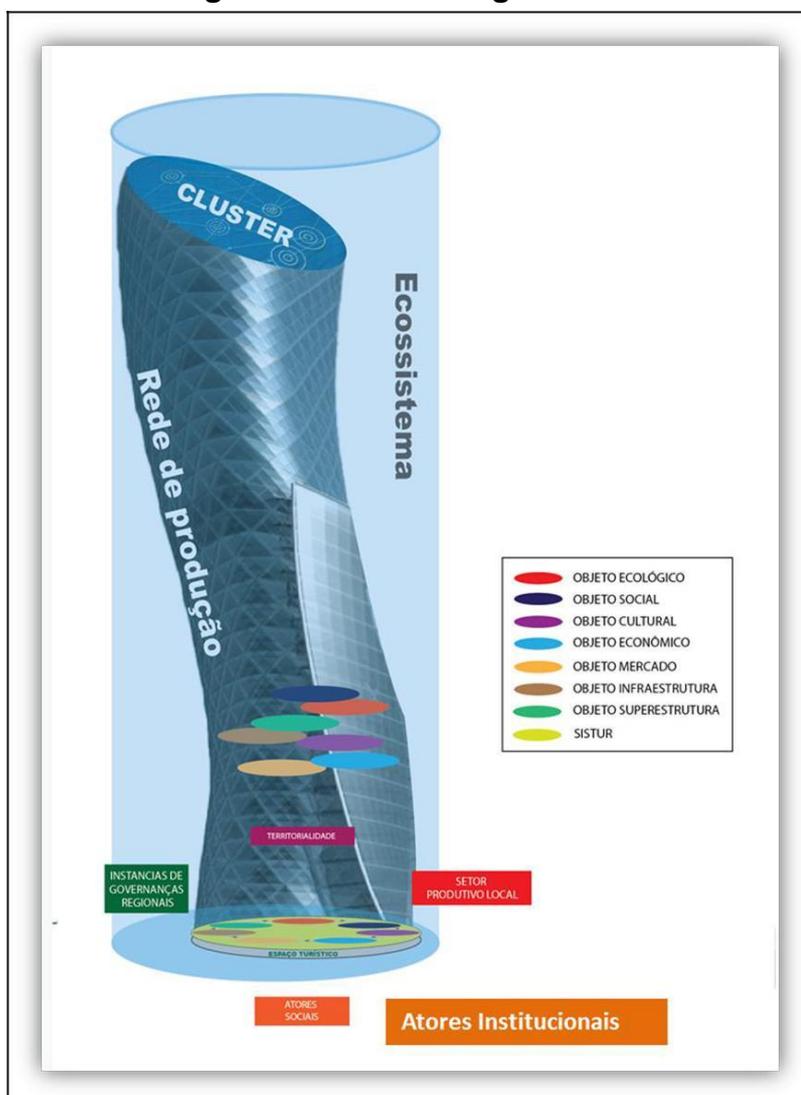
Dessa forma, de acordo com os estudos dos pesquisadores, são as relações sociais que configuram esse ecossistema turístico, a energia, a força dinamizadora como humana. É o sujeito turístico que permite a existência do sistema e não o contrário. Essa mesma energia mantém a dinâmica do sistema turístico que é produtora de necessidades objetivas, que de forma espiralada, (Figura 3), gera uma reprodução ampliada de processos econômicos e culturais, que atendem ao desejo de deslocamento, e permanência transitória do sujeito turístico, em seu movimento de ir-vir, seu fluxo nômade. No aspecto da contemporaneidade a energia humana causada pelo desejo de deslocamento, gera um sistema auto-eco-organizador, assim, o turista é produtor do objeto turístico e reproduz o próprio sistema ao consumir os objetos produzidos nos locais visitados, numa dinâmica sistêmica auto recursiva.

A reconstrução do modelo à luz da Complexidade de Morin, citada pelos autores, resulta no sistema que se auto-organiza. O princípio hologramático, como apresentado na figura abaixo que:

destaca o aparente paradoxo de certos sistemas em que não somente a parte está no topo, como também o todo está na parte: a totalidade do patrimônio genético está presente em cada célula

individual. Da mesma forma, o indivíduo é uma parte da sociedade, mas a sociedade está presente em cada indivíduo como um todo, por intermédio de sua linguagem, sua cultura, suas normas. (BENI e MOESCH, 2015).

Figura 3: Sistur Hologramático



Fonte: BENI & MOESCH, (2015).

Na visão de Beni e Moesh (2015), os impactos negativos das práticas turísticas contemporâneas e das teorias interpretativas que as vem sustentando, tornam urgente a reflexão crítica sobre o tema. Eles consideram que o tratamento disciplinar aliado ao método analítico que tem sido aplicado nos estudos do Turismo não possibilita “uma maior aproximação dos problemas sociais contemporâneos”. Consideram que a tradição dos estudos monodisciplinares no campo do Turismo infligiu um “reducionismo na compreensão de sua episteme”, banalizando seus conceitos e entendimento, nomeado “ora como indústria, negócio, atividade, setor,

entre outras, devido à falta de diálogo entre as disciplinas e apropriação metodológica de cada campo disciplinar”.

Dentro dessa visão de um sistema que se auto-eco-organiza (princípio hologramático), onde o elemento central é o indivíduo (que forma a sociedade e que também é parte dela), as categorias do Acolhimento e, dentre elas, a hospitalidade, tem uma importância capital na evolução e desenvolvimento do Turismo, estes aspectos conceituais que inserem o indivíduo nos processos de acolhimento estão dispostos no próximo tópico.

1.4 – O Acolhimento enquanto categoria de pensamento no Sistema de Turismo

Há uma relação entre os conceitos de hospitalidade e acolhimento, como se pode verificar nos trabalhos de estudiosos contemporâneos que tratam da hospitalidade e do acolhimento, referindo-se à evolução do turismo. Para Grinover (2007, p. 59-125), a hospitalidade, no sentido etimológico do termo, “precedeu o acolhimento”. Este autor considera a hospitalidade uma qualidade social antes de ser algo individual, “a hospitalidade supõe a acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal. Acolher é permitir, sob certas condições, a inclusão do outro no próprio espaço”.

Sob a perspectiva de Derrida, no entanto, a hospitalidade atua como uma lei incondicional e ilimitada, no que se refere ao estrangeiro “sem pedir a ele nem seu nome, nem contrapartida, nem preencher a mínima condição”. (DERRIDA, DUFOURMANTELLE, 2003, p. 25). A hospitalidade absoluta ou incondicional, como pensa Derrida, “supõe uma ruptura com a hospitalidade no sentido corrente, com a hospitalidade condicional, com o direito ou o pacto de hospitalidade”.

As questões atuais sobre a noção de acolhida do outro, sobre o papel da duração que faz a hospitalidade sair do espaço privado para fazê-la entrar em dispositivos e regulamentos públicos, colocam-se diante do exílio e das condições de acolhida.

Macedo, em Montandon, (2011, p. 997), fala da noção de acolhimento com base no pensamento de Derrida, em que tudo começa pela acolhida, com as boas-vindas e os rituais, a acolhida sem condições, que deriva da hospitalidade absoluta, afirmando ainda que:

[...] a hospitalidade é uma interação entre seres humanos; resulta, portanto, de noções que definem as relações humanas, como a amizade, o diálogo, o humanismo, o sorrir e o rir, mas também das interações sociais de comensalidade, de comércio, de visitas. [...] A acolhida serve também à integração de novos indivíduos a um corpo já constituído e está diretamente a serviço da construção do vínculo social. [...] A hospitalidade é uma interação social que também cria ligações profissionais e pessoais. (MONTANDON, 2011, p. 997)

Essa condição humana implica o desenvolvimento de certas relações entre os indivíduos.

A partir dessas reflexões, salienta-se que este trabalho terá como base as premissas dos estudos realizados por Avena (2006) guiados pelo pensamento do autor francês Gouirand (1994). Assim, o conceito de acolhimento para Avena (2006, p. 138) “é bastante abrangente, ainda pouco trabalhado e estudado no Brasil e há uma tendência em considerá-lo semelhante ao conceito de hospitalidade”. Porém, em seus estudos fica evidente a distinção entre os dois termos considerando que a hospitalidade está contida no acolhimento.

O acolhimento é, ou pelo menos deveria ser, um procedimento cultural que começa ainda em casa por ocasião da educação familiar e orientação escolar. Assim, na concepção de Avena (2006), o acolhimento é quase uma obrigação, pois, seja como brasileiro, como cidadão representante de um estado, município, empresa, família ou quem quer que seja, acolher bem faz parte da ética, da educação do cidadão.

O acolhimento como necessidade dentro das relações do Turismo está vinculado aos desejos do visitante de ser bem recebido e requer aprimoramento para que, em vários aspectos, se possa evidenciar seu nível de excelência.

Segundo Pereira (2004, p. 134) “O sentir-se bem traduz-se em fazer com que o turista sinta-se respeitado, não explorado, bem-vindo, feliz pela escolha que fez e com um sentimento que o fará considerar o retorno na próxima oportunidade.” Gouirand *apud* Castelli (2010, p. 89) diz que “o acolhimento hoteleiro consiste em tratar cada viajante em sua individualidade, procurando captar o que ele deseja e espera”

No Dicionário Houaiss a palavra “acolher” significa “oferecer ou obter refúgio, proteção ou conforto físico; proteger(-se), abrigar(-se), amparar(-se); dar ou receber hospitalidade; hospedar(-se), alojar(-se), recolher(-se)”. Avena (2006), acrescenta que “acolher” vem do verbo “colher”, que no sentido figurado significa,

também, concordar, aceitar e se aproxima do sentido da palavra “recolher”. Na ideia de acolher/acolhimento existe a de reunião, hospitalidade e de caridade. Estas ideias estão expressas no conceito abaixo:

O acolhimento é uma mediação que compreende um conjunto de atitudes, de gestos, e de coisas que fazem passar uma pessoa ou uma ideia de exterior para o interior de um lugar ou de uma comunidade e que transforma o estranho em uma pessoa ou uma ideia, conhecida e aceita. É na realidade um fato social. Um ato voluntário que introduz um recém-chegado ou um estranho em uma comunidade ou um território, que o transforma em membro desta comunidade ou em habitante legítimo deste território e que, a este título, o autoriza a beneficiar-se de todas ou parte das prerrogativas que se relacionam com o seu novo status, definitivo ou provisório. (GOUIRAND, 1994, apud AVENA, 2006, p. 140).

A viagem de um turista é motivada pelo desejo de descanso, lazer, quebra da rotina, esquecimento do dia-a-dia. Para tanto, ele cria em seu íntimo uma motivação específica por um determinado produto. E a escolha de determinado produto turístico é feita a partir de expectativas a serem atendidas, e uma vez lá, o turista espera que essas expectativas tornem-se desejos realizados... (PEREIRA, 2004, p.133).

Essa realização do turista tem relação direta com as categorias principais do acolhimento: reconhecimento, hospitalidade e cuidado, bem como com as categorias complementares, cuja distinção e interligação são consideradas as bases conceituais nos estudos de Gouirand *apud* Avena (2006). Para elucidar seu entendimento, estas categorias serão explanadas no item a seguir.

1.4.1 – Reconhecimento, Hospitalidade e Cuidado

As categorias do Acolhimento defendidas por Gouirand, *apud* Avena (2006), expressam as expectativas fundamentais dos clientes que são recebidos pelos profissionais da atividade turística. Para o autor:

[...] o processo de acolhimento é complexo e para que seja de qualidade depende de diversas variáveis materiais e humanas. Os profissionais que nele atuam necessitam apresentar um perfil e uma formação especial e específica, pois quem acolhe é parte integrante do espaço e da atmosfera onde ocorre o processo de acolhimento[...]. O acolhimento deve acompanhar, inspirando, todas as ações que implicam a relação com o cliente e que muito cuidadosa e conscientemente deve marcar todas as

fases do processo, deixando-o com o desejo de voltar e transformando-o em cliente permanente, fiel. (AVENA, 2008, p 103).

Neste sentido, para Avena (2006, p. 144-146), as categorias do acolhimento são assim descritas por Gouirand (1994):

Reconhecimento: o viajante que chega deseja ser reconhecido como um ser humano, isto é, como um ser que é respeitado enquanto ser. Quer ser recebido com o respeito que se estima ter direito, é uma pessoa que espera receber todas as atenções que seu novo *status* lhe dá direito. No acolhimento o viajante deseja ser reconhecido como aquele que é desejado. Este sentimento é forte no cliente de um equipamento de hospedagem ou de um restaurante e esse serviço é, em parte, produzido pelo acolhimento em si mesmo e constrói-se na relação cliente-hoteleiro. O desejo de um cliente de hotel ou viajante não será satisfeito apenas com a compra do serviço. É necessário perceber-se desejado, caso contrário, há uma frustração naquilo que espera que aconteça naturalmente.

Hospitalidade: é um conceito que histórica e antropológicamente acompanha o homem e é o que transforma o estranho em hóspede. Cada hotel é um pequeno mundo com uma porta de entrada, para dentro da qual se espera um clima de ações de aceitação pelo outro, de acolhimento. O hoteleiro não hospitaleiro é aquele que, mesmo vendendo a hospedagem e a alimentação com certa qualidade técnica, continua considerando o viajante como estranho em relação ao qual tem somente o dever de fazer uma prestação de serviços tecnicamente perfeita. O hoteleiro hospitaleiro é aquele que pensa que, além dos laços comerciais, existe entre ele e seu cliente laços humanos quase familiares. É certamente uma das expectativas mais fortes da clientela dos hotéis e ela se traduz por um desejo de pertença. O hoteleiro que procura evitar essa “responsabilidade”, e que finge ignorar essa expectativa do cliente, é qualificado como não hospitaleiro ou pior ainda, como profissionalmente incompetente. Nas profissões turísticas e particularmente na hotelaria, a expectativa da hospitalidade ultrapassa em muito os elementos do conceito inicial de prestação de serviços vendida.

Cuidado: O viajante que chega a um hotel estranho pode estar desorientado, sem saber o que fazer, se questionar como preencher a ficha, onde se dirigir, etc., e o responsável pelo acolhimento deve ocupar-se disso. Isso não é só desejável, mas necessário. O cuidado consiste em guiar aquele que chega para facilitar a sua instalação, dar-lhe todas as informações e oferecer os serviços

necessários. O objetivo de tudo isso é que o cliente que chega não se sinta desorientado, que veja por meio das atitudes de quem o acolhe, sua vontade de querer recebê-lo e de tornar a sua estada agradável. O hoteleiro tem por responsabilidade facilitar os primeiros passos daquele que ele recebe, primeiramente na sua casa – o hotel – depois na cidade. Junto com o seu apartamento o cliente compra o acolhimento que lhe permite aí chegar e esse acolhimento engloba, necessariamente, uma parte de cuidado que é a ajuda para sua instalação no hotel e na cidade. É claro que essa necessidade de ajuda varia em função das circunstâncias, das personalidades e das culturas. Tem-se, assim, um encadeamento progressivo das expectativas de acolhimento num hotel. Todos os procedimentos de acolhimento que são colocados em prática num hotel devem expressar e expressarem-se em si pelos fatores essenciais do acolhimento: reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado.

Além das categorias principais do acolhimento descritas por Avena, (2006, p. 148-150), registram-se as complementares: o sorriso, o local do acolhimento, o perfil e a formação do pessoal para o acolhimento ao turista.

- **Sorriso:** é um “elemento particular da vida social” que pode solucionar situações que pareçam embaraçosas. O sorriso é para o estranho uma identificação, uma aceitação, uma resposta às expectativas do viajante. Sem sorriso o acolhimento imprime aspecto de um procedimento mecânico e desumano. O sorriso sincero e espontâneo é um elemento determinante do acolhimento profissional.

- **Local do Acolhimento:** é preciso dar importância ao ambiente, a chegada do visitante/viajante é o encontro com o novo, com o desconhecido, a impressão com os aspectos físicos expressam ao estranho a sensação de que será bem acolhido, essa interação está bem presente na Hotelaria, ser recebido num local agradável pressupõe um sinal de bom acolhimento.

- **Perfil e a formação do pessoal para o acolhimento ao turista:** é de fundamental importância a harmonia do pessoal para o acolhimento, o tipo de ambiente (hotel) e as motivações, expectativas e desejos do cliente. A impressão visual é a primeira a sobressair, é a primeira mensagem do hotel para o cliente. O comportamento do responsável pelo acolhimento permeia o “equilíbrio psicológico; aptidão comunicativa; calma e mesura; elegância de movimentos e a perseverança e vontade de estar a serviço e acolher bem o cliente”.

Todas essas categorias do acolhimento tem como elemento central o sujeito, o ser humano. Por essa razão, passa-se, no próximo tópico, aos estudos sobre a formação dos sujeitos, enquanto colaboradores da Hotelaria, que compõe o objetivo geral desta pesquisa.

1.5 – Formação dos sujeitos (Colaboradores da Hotelaria)

O MTur conta com o apoio da Universidade de Brasília na elaboração das Diretrizes Nacionais para a Qualificação em Turismo (PNQT) que traz estratégias animadoras para o desenvolvimento da área. Aponta a importância da formação para a consolidação do lema “Brasil, Pátria Educadora” destacando a “economia criativa, bem como o desafio de promover cuidado e encantamento” segundo as palavras do ministro em exercício, que segue:

Em sua essência está a produção de experiências e a constante inovação. A aquisição permanente de conhecimento, habilidades, atitudes e valores por parte de seus profissionais garante um turismo que se reinventa e responde aos desafios competitivos postos ao setor e ao País. Por esta razão, a qualificação foi alçada a um eixo prioritário no novo ciclo de desenvolvimento do setor de turismo e de todo o País. (MTur, 2014)

A formação profissional, bem como a formação acadêmica do indivíduo, perpassa pela formação humana, a formação do caráter, a formação específica que exige do educando certo esforço e dedicação que, por seguidas vezes, o deixa exigente consigo mesmo.

Baseado em Jacques Delors (1998), que aponta como principal consequência da sociedade do conhecimento a necessidade de uma “aprendizagem ao longo da vida”, Gadotti (2000, p. 9) destaca quatro pilares do conhecimento e da formação continuada: “aprender a conhecer”; “aprender a fazer”; “aprender a viver juntos” e “aprender a ser”. Esses pilares, na concepção do autor, estão diretamente ligados, principalmente, à formação humana, que neste caso, também se aplica aos colaboradores que atuam nos meios de hospedagem.

O desenvolvimento de habilidades específicas depende desta formação para que se constitua um conhecimento efetivo para sua aplicabilidade. Resumidamente e para enfatizar estas características o autor descreve cada pilar de forma clara, que justifica a menção:

“Aprender a conhecer”: Prazer de compreender, descobrir, construir e reconstruir o conhecimento, curiosidade, autonomia, atenção. Isso supõe uma cultura geral, o que não prejudica o domínio de certos assuntos especializados. Aprender mais

linguagens e metodologias do que conteúdos, pois estes envelhecem rapidamente. Não basta aprender a conhecer. É preciso aprender a pensar, a pensar a realidade e não apenas “pensar pensamentos”, pensar o já dito, o já feito, reproduzir o pensamento. É preciso pensar também o novo.

“Aprender a fazer”: É indissociável do aprender a conhecer. A substituição de certas atividades humanas por máquinas acentuou o caráter cognitivo do fazer. O fazer deixou de ser puramente instrumental. Nesse sentido, vale mais hoje a *competência pessoal* que torna a pessoa apta a enfrentar novas situações de emprego, mas apta a trabalhar em equipe, do que a pura *qualificação profissional*. É importante na formação do trabalhador, saber trabalhar coletivamente, ter iniciativa, gostar do risco, ter intuição, saber comunicar-se, saber resolver conflitos, ter estabilidade emocional. Essas são, acima de tudo, *qualidades humanas* que se manifestam nas relações interpessoais mantidas no trabalho.

“Aprender a viver juntos”: a viver com os outros. Compreender o outro, desenvolver a percepção da interdependência, da não-violência, administrar conflitos. Descobrir o outro. Ter prazer no esforço comum. Participar de projetos de cooperação. Essa é a tendência.

“Aprender a ser”: Desenvolvimento integral da pessoa: inteligência, sensibilidade, sentido ético e estético, responsabilidade pessoal, espiritualidade, pensamento autônomo e crítico, imaginação, criatividade, iniciativa. Para isso não se deve negligenciar nenhuma das potencialidades de cada indivíduo. (GADOTTI, 2000, p. 9-10).

Este contexto expressa bem a necessidade de uma formação completa, condizente com o âmbito da qualidade no acolhimento por meio da educação em turismo, hotelaria e hospitalidade. Essa necessidade se torna mais urgente em função do crescimento do fenômeno turístico no mundo a partir da década de 1950.

No processo complexo de formação e formação de si, Avena (2015, p. 78-79), defende que é necessário considerar o componente do outro, enquanto indivíduo, mas estabelecendo o diálogo consigo mesmo e com o outro, levando em consideração que o ser humano forma-se individualmente, mas também com o outro, em sociedade “nas inter-relações estabelecidas ao longo da vida”. Para o autor “é necessário, a partir da compreensão do contexto social, histórico e cultural, em que a educação se insere, utilizar os meios necessários para atingir seus objetivos”. A ideia de educação deve ser clara, atual e os responsáveis pelo funcionamento dos sistemas educativos devem refletir sobre o assunto para seu aprimoramento. Segundo seus estudos, Avena (2015, 2008) constata que os estudantes esperam professores mais “compreensivos e relacionais”, abertos aos problemas destes, isto “se torna mais evidente na educação profissional que deve, além dos aspectos específicos da formação profissional contribuir para o

desenvolvimento integral do ser humano, acrescentando conhecimentos específicos”. Neste contexto, afirma Avena (2015, 2008), “é por meio de uma abordagem *transpessoal* que o indivíduo pode, ao longo do seu desenvolvimento constituir-se como sujeito bio-psico-sócio-histórico-cultural que se transforma e se auto-(trans)forma”.

Nesse contexto, verifica-se que o crescimento do Turismo proporciona, conseqüentemente, a expansão das empresas hoteleiras exigindo dos colaboradores uma formação especializada para todos os níveis de ocupação que compõem a estrutura organizacional da hotelaria. Este capital humano carece de aprendizado para atender aos requisitos de contratação e às necessidades do consumidor dos seus serviços, como destaca Castelli:

Além da formação técnico-científica, deve-se pôr em evidência também as qualidades humanas na formação do profissional especializado. O profissional hoteleiro trata diretamente com gente e busca, através da prestação de serviços, a satisfação das necessidades e dos desejos de outros seres humanos. Isso exige um engajamento pessoal total, muita iniciativa e criatividade. É da análise das aptidões físicas, intelectuais, sociais, de caráter e de trabalho que se pode forjar o verdadeiro profissional, isto é, um homem vocacionalmente voltado para a hotelaria. (CASTELLI, (2003, p. 37).

Considerando esse cenário, verifica-se que a política das Diretrizes Nacionais para a Qualificação em Turismo delineada pelo Ministério do Turismo “tem a finalidade de indicar possíveis áreas de atuação, públicos-alvo, ações a serem apoiadas, as principais demandas do setor e suas tendências, as expectativas de empresários e trabalhadores e, sobretudo, o papel deste ministério em relação à qualificação” (MTur, 2014).

No Brasil, constata-se que as deficiências na formação dos sujeitos no setor de hotelaria se dão não só na ausência de treinamento, mas também no próprio sistema educacional clássico, o que dificulta a assimilação dos conteúdos no que se refere à efetividade do conhecimento.

A formação de recursos humanos no turismo deve se preocupar com o equilíbrio entre a educação e o treinamento em todos os estágios do processo educativo. Para que haja esse equilíbrio é necessária uma distinção clara entre: educação e treinamento. [...] Na prática, educação e treinamento são interligados. O treinamento é adquirido no dia-a-dia, realizando estágio no mercado e/ou em aulas laboratoriais nas instituições de ensino, e é visto como essencial para a atuação no setor

turístico; ambos são importantes e devem ocorrer paralelamente, pois se complementam. (ANSARAH, 2002, p. 20-21)

No que se refere à Educação em Turismo, na sua concepção global, a Constituição e a Lei de Diretrizes e Bases da Educação apresentam o delineamento geral do que se quer atingir com a Educação efetiva dos sujeitos/cidadãos no Brasil em todos os níveis de escolarização. Para a Educação Básica, nos Parâmetros Curriculares Nacionais – PCN – verifica-se um aprofundamento das diretrizes e conceitos contidos na LDB. Tendo os PCN como base, centra-se o foco na parte específica referente ao tema TURISMO.

A Lei de Diretrizes e Bases da Educação apresenta, no seu Título II (Dos Princípios e Fins da Educação Nacional), a tríplice natureza de finalidade da Educação, ou seja: o pleno desenvolvimento do educando; o preparo para o exercício da cidadania; e a qualificação para o trabalho. No que concerne à qualificação para o trabalho, ressalta-se a referência feita a Antonio Gramsci (1976), para quem o trabalho é o elemento catalisador de toda a vida do indivíduo e, mais do que isto, é o elemento eficaz para se chegar a um conhecimento preciso e realista da natureza. Importa dizer que, dificilmente, se chegará a saber cientificamente, a dominar e a transformar a natureza, sem uma ação por meio do trabalho.

No que se refere à área profissional do Turismo e da Hospitalidade, as Diretrizes Curriculares para o Ensino Técnico estabelecem duas áreas de concentração: o Turismo e a Hospitalidade.

Estas áreas compreendem atividades, interrelacionadas ou não, referentes à oferta de produtos e à prestação de serviços turísticos e hospedagem e alimentação. Os serviços turísticos incluem o agenciamento e operação, o guiamento, a promoção do turismo, e a organização e realização de eventos de diferentes tipos e portes. Os serviços de hospedagem são prestados em hotéis e outros meios, como colônias de férias, albergues, condomínios residenciais, navios, coletividades, abrigos para grupos especiais. Os serviços de alimentação são prestados em restaurantes, bares e outros meios, como empresas de bufês, “caterings”, entregas diretas, distribuição em pontos de venda. Estas atividades são desenvolvidas num processo que inclui o planejamento, a promoção e venda e o gerenciamento da execução. (DCN, 1999, p. 72)

A área profissional de Turismo e Hospitalidade ocupa-se da criação de produtos a serem ofertados e, sobretudo, da prestação de serviços turísticos, de hospedagem, de alimentação e de eventos. (DCN, 2000, p. 9)

Uma formação teórica aliada à prática, certamente, seria um elemento impulsionador da qualidade dos serviços prestados.

O Relatório da Pesquisa de Qualificação dos Profissionais do Sistema Produtivo do Turismo, produzido pelo Observatório do Turismo do DF (2013), mostra que no contexto em que se insere o trabalhador do turismo e hospitalidade, mesmo o cidadão mais comum tem a necessidade de desenvolver uma capacidade interpretativa e analítica que ultrapassa em muito àquelas que somente algumas décadas atrás eram necessárias para um bom desempenho na sociedade moderna. Sobretudo no momento que os sujeitos precisam ter e desenvolver constantemente muitas e variadas competências que extrapolam os paradigmas vigentes.

Segundo Avena (2006, p. 49) "Esse sujeito tem a necessidade de construir uma competência multi-pluri-paradigmática para estar em consonância com o seu tempo e poder identificar tendências para o seu futuro e o da sociedade em que está inserido".

Este estudo produzido pelo Observatório sugere que a formação em Turismo e Hospitalidade deve assumir a responsabilidade de transmiti-la a seus educadores e educandos. Só assim a formação do Sistema Local Produtivo do Turismo do DF ascenderá a posições de liderança, e seus egressos poderão inserir-se legitimamente onde se tomam as decisões que condicionam a evolução do Turismo.

Nesse sentido, Camargo (2007) ressalta que há dois paradigmas diferentes para se estudar o turismo, o do sistema de negócios e o do sistema da dádiva, defendida por Mauss. Porém, no Brasil há uma tendência às ciências aplicadas à Gestão, à Administração, que aponta a análise dos currículos acadêmicos em que a tradição dos estudos de turismo bem como do ensino do turismo e da hotelaria, está mais voltada para o primeiro paradigma. Essa breve análise de seus estudos enfatiza:

A área está inteiramente contaminada pelos termos planejamento, oferta, demanda, marketing, contabilidade. Muitos cursos de turismo e hotelaria têm explicitamente no título a palavra administração e, em muitas universidades, turismo, hotelaria, lazer nada mais são do que áreas de aplicação da Administração. (CAMARGO, 2007).

Na visão de Avena (2006, p. 49):

Uma sociedade competente, eficaz e eficiente somente se edifica mediante a formação dos seus cidadãos de forma a instrumentalizá-los para a compreensão de si como sujeitos inseridos no sistema

sociocultural que os formou, que formatou o seu imaginário, as suas representações mentais da sociedade e de si mesmos. (AVENA, 2006, p. 49)

Na constatação da existência de turistas cada vez mais exigentes, acolher pressupõe excelência dos serviços prestados, educação da comunidade para receber turistas, investimento em estrutura básica e a formação/qualificação profissional é condição primeira para que se possa atender e superar as suas expectativas e desejos.

Para Camargo (2002), “o profissional da hospitalidade é, não apenas o do hotel e do restaurante, mas também o que atua em todo o sistema receptivo turístico de uma cidade e o que atua em órgãos e empresas que de alguma forma acolhem os habitantes da própria cidade.”

A satisfação e o sucesso do profissional de hotelaria estão na arte de servir. Servir, neste caso, não significa submissão, mas bem atender como um ato de doação. A pessoa que possui a essência do servir trata com afeto a todos, está sempre disposta a ajudar e atender às expectativas e necessidades, visando à satisfação plena de seus hóspedes.

Castelli (2010, p.113) destaca que:

a noção de servir, não raras vezes, é confundida com sobrevivência. [...] No cotidiano, podemos identificar, em contextos distintos, inúmeras ações que estão alinhadas a essa atitude marcada pela sublimidade do servir. [...] Amar e ter orgulho do trabalho que se faz é um pressuposto para se fazer o trabalho bem feito, o tempo todo e com muita satisfação e realização pessoal. Dessa maneira, o profissional age com atitude hospitaleira e percebe que seu trabalho é apreciado pelas pessoas, sentindo-se honrado e orgulhoso.

Agir com educação, ética, autocontrole e cortesia também é importante, afinal, por se tratar de relações humanas, situações diversas podem acontecer.

No entanto, não bastam essas características, o candidato que busca uma vaga no setor carece de treinamento e formação profissional como qualidades requeridas.

Ainda na concepção de Castelli (2010, p.123):

O processo educacional, por estar imbricado na herança cultural dos povos, toma formatos diversos, segundo as estruturas e os valores priorizados pelas gerações, de acordo com o momento histórico, com maior ou menor ênfase na capacitação coletiva e individual, e com reflexos nas dimensões comportamento, habilidades e atitudes.

Uma educação voltada para o segmento, certamente influenciará na qualidade do atendimento e, conseqüentemente, na qualidade do acolhimento que normalmente se espera ao chegar ao lugar desconhecido.

Neste sentido, Avena (2006, p.139) baseado em Bleger (1989), afirma que os sujeitos envolvidos nas atividades específicas dos meios de hospedagem são os profissionais do acolhimento, sendo esta a razão pela qual deveriam “compreender o que sentem aqueles que são recebidos e mesmo saber criar nos seus estabelecimentos as condições psicológicas, materiais e o clima social que permitirão aos viajantes serem bem acolhidos” e desenvolver os procedimentos do hotel em função do objetivo maior – acolher o cliente.

Na concepção de Castelli, a junção de requisitos inatos necessários ao exercício de determinada atividade ou função, se agregam aos educacionais para que a qualidade se destaque na interação com o hóspede.

A qualidade pessoal resulta, pois, do somatório das aptidões inatas de cada indivíduo e de todos os elementos a ele agregados através da educação e do treinamento. É esta qualidade que os empregados estarão reproduzindo no momento em que estão interagindo com os clientes. (CASTELLI, 2003, p.39).

No próximo capítulo, passa-se a analisar a situação da hotelaria e do acolhimento no contexto regional local do Distrito Federal, especificamente na cidade de Brasília, onde estão situados os equipamentos hoteleiros estudados nessa pesquisa.

CAPÍTULO 2. – CONTEXTO REGIONAL LOCAL

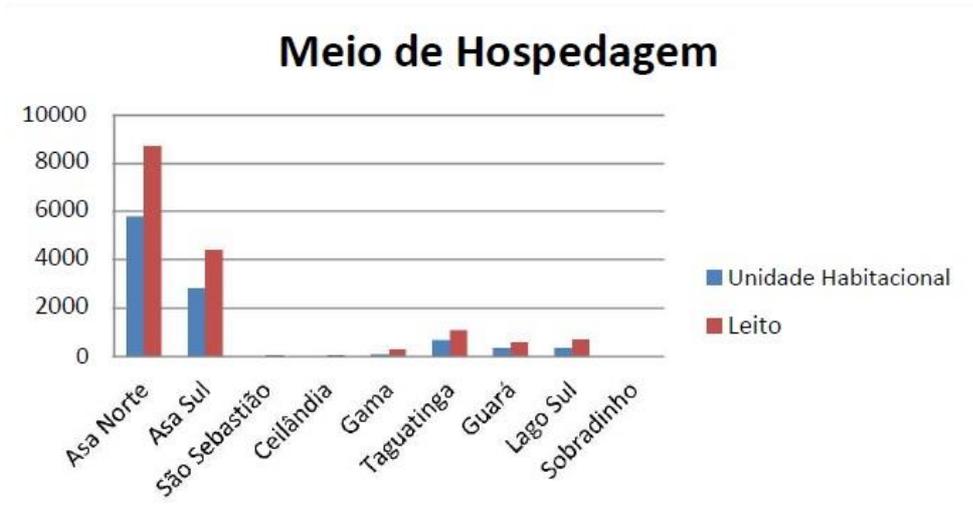
2.1 – A Hotelaria em Brasília

A Hotelaria de Brasília é formada por hotéis, pousadas, flats/apart, resorts, pousadas e albergues. A construção da cidade trouxe a necessidade de abrigar os profissionais que atuaram no processo de seu estabelecimento e àqueles que chegavam para acompanhar os primeiros passos da capital federal.

No governo de Juscelino Kubitschek (1956 - 1961) que a oportunidade da construção da nova capital foi exercida e a transferência da Capital do Brasil, na época o Rio de Janeiro, aconteceu. A realização de Brasília pertencia ao Plano de aceleração do desenvolvimento nacional, estabelecido em 1956 (50 anos em 5) e com ela, o Brasil moderno começava a tomar forma concreta. O objetivo da sua criação seguia as indicações iniciais, com o foco na integração de diversas regiões e ocupações dos vazios no interior do Brasil. Essa transferência foi vista por uns com otimismo e por outros com desconfiança nos setores da política e da sociedade, havia a descrença de que uma ideia secular realizar-se-ia em 3 anos e 10 meses, conforme era a proposta, mas ao mesmo tempo existia a possibilidade de uma sonhada modernização e desenvolvimento do país. Brasília foi construída por trabalhadores vindos de vários Estados brasileiros que ali se estabeleceram, caracterizando a diversidade de culturas, tornando-se a representação da mistura de todo povo brasileiro. (TERRA, 2015, p. 47)

Esta é uma breve retrospectiva histórica dos inícios da cidade de Brasília. Atualmente, de acordo com os dados obtidos por meio do Cadastro de Meios de Hospedagem do Ministério do Turismo, o Cadastur, (2017) a região central de Brasília, Plano Piloto - Asa Sul e Asa Norte, tem um número aproximado de 13.142 leitos, distribuídos em 8.602 unidades habitacionais – UH – m de 42 meios de hospedagem entre hotéis, flats, albergues e resorts.

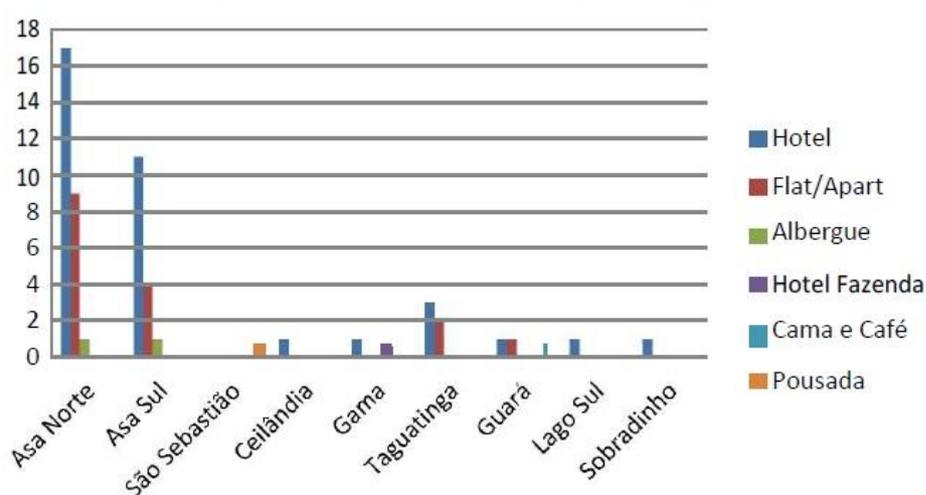
Figura 4: Meios de Hospedagem em Brasília



Fonte: Autora, adaptado do Cadastur (2017)

Nas outras Regiões Administrativas – RA, este número é relativamente menor, são 2.747 leitos, distribuídos em 1.566 quartos de 14 meios de hospedagem entre hotéis e flats, levando em consideração o cadastro dos equipamentos no Cadastur (2017). Como ilustra a figura 5.

Figura 5: Tipos de Meio de Hospedagem



Fonte: Autora, adaptado do Cadastur (2017)

Conforme informações disponíveis no site, o Cadastur é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo. O cadastro

garante diversas vantagens e oportunidades de negócios aos seus cadastrados e é também uma importante fonte de consulta para o turista.

O programa é administrado pelo Ministério do Turismo em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos 26 estados e no Distrito Federal.

O objetivo do Cadastur visa promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor e tem como benefícios:

- Incentivo a participar de programas e projetos do governo federal;
- Participação em programas de qualificação promovidos e apoiados pelo Ministério do Turismo;
- Acesso a financiamento por meio de bancos oficiais;
- Apoio em eventos, feiras e ações do Ministério do Turismo;
- Visibilidade nos sites do Cadastur e do Programa Viaje Legal.

Com o advento da internet a viagem ao destino pretendido começa a tomar forma por meio desta ferramenta que antecipa ao viajante, fatores que possam influenciar na tomada de decisão. Uma visita aos sites de informações turísticas sejam estes relacionados às cidades-destino ou aos equipamentos de hospedagem de interesse do cliente, facilitam o reconhecimento do local quando estas informações são compatíveis com a realidade esperada.

O Brasil é uma terra de muitas culturas, crenças e povos. Uma nação multicolorida, divertida e com diversos lugares maravilhosos para se conhecer, o que torna cada visita uma experiência única e enriquecedora. Para que esse universo de maravilhas não perca o brilho, é necessária uma prestação de serviços confiável e de qualidade. Pensando nisso, o Ministério do Turismo criou o CADASTUR, um sistema online de cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos e Guias de Turismo. Esse banco de dados, além dos inúmeros benefícios para o setor, é uma importante fonte de consulta para o mercado turístico brasileiro. A partir da Lei do Turismo, o cadastro no MTur passou a ser obrigatório para empresas e profissionais de turismo. (CADASTUR, 2017).

O segmento hoteleiro é um dos principais empregadores de mão de obra destinada ao setor. Não foi por acaso que a cidade de Brasília foi uma das cidades escolhidas para sediar os jogos da copa do mundo de 2014 e também as Olimpíadas de 2016. Possui um grande estádio com localização privilegiada e uma capacidade de acomodação em hotéis que supera, folgadoamente, suas concorrentes

com a mesma densidade populacional. A sazonalidade que existe em regiões litorâneas ou atrativos similares, não atinge o turismo brasileiro, em face de sua condição de sede do Poder Central, abrigando os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário, com seus vários órgãos de decisão, além das embaixadas e organismos internacionais que lhes garante a diversidade e constância de seu fluxo turístico.

O relatório produzido pelo Observatório do Turismo do Distrito Federal em 2016, em decorrência das Olimpíadas, intitulado “Pesquisa de Perfil e Satisfação do Visitante - Brasília Cidade Sede Futebol – Jogos Olímpicos Rio 2016”, apresenta os seguintes dados:

Hospedagem

O meio de hospedagem predominante foi o Hotel (54%), seguido da casa de amigos e familiares (33%). Observa-se também a utilização de albergue/hostel e pousadas pelos visitantes.

Ocupação Hoteleira

A ocupação hoteleira foi avaliada do dia 30 de julho ao dia 14 de agosto de 2016. A média da ocupação hoteleira para o período foi de 53,37%. Os dias de jogos com maior ocupação foram 9 de agosto (69,98%) e 10 de agosto (68,54%).

Diária Média

Para o período avaliado pela pesquisa, 30 de julho a 14 de agosto a tarifa média praticada pelos hotéis ficou em R\$ 253,08. Os dias com maior valor coincidem com os de maior ocupação, dias 9 (R\$ 285,18) e 10 de agosto (R\$ 281,77).

Com o intuito de aumentar a competitividade do setor hoteleiro, o Ministério do Turismo (MTur) desenvolveu um novo sistema de classificação de meios de hospedagem.

As diferentes categorias de meio de hospedagem são distinguidas física e operacionalmente pela classificação hoteleira que é um referencial oficial que tem por objetivo orientar o mercado turístico e empreendedores hoteleiros sobre os padrões a serem executados em seus empreendimentos.

O novo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) foi elaborado de forma participativa, por meio de uma ampla parceria

entre o Ministério do Turismo, o Inmetro, a Sociedade Brasileira de Metrologia – SBM e a sociedade civil, e adotado como estratégia para o país, aumentando a competitividade do setor. Para solicitar a classificação é obrigatório que o meio de hospedagem esteja com o cadastro válido no sistema Cadastur.

A classificação é, reconhecidamente, um instrumento de divulgação de informações claras e objetivas sobre meios de hospedagem, sendo um importante mecanismo de comunicação com o mercado. Possibilita a concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxilia turistas, brasileiros e estrangeiros, em suas escolhas.

O Sistema Brasileiro de Classificação estabeleceu sete tipos de Meios de Hospedagem para atender à diversidade da oferta hoteleira nacional (Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama & Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat/Apart-Hotel) e utiliza a consagrada simbologia de estrelas para diferenciar as categorias.

Esta nova matriz de classificação dos estabelecimentos de hospedagem foi implementada pelo Mtur por meio da Portaria nº 100 de 16 de junho de 2011 que institui o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem (SBClass). A Classificação é aplicada a todos os meios de hospedagem do país, considerando os aspectos físicos, dando ênfase aos aspectos relativos ao atendimento e serviços definidos em função das expectativas dos clientes das diversas categorias dos equipamentos turísticos.

Considerando a hospedagem um componente básico e necessário ao desenvolvimento do turismo e que cada tipo de meio de hospedagem reflete diferentes práticas de mercado e expectativas distintas dos turistas, o SBClass estabeleceu categorias específicas para cada tipo, conforme o quadro que segue:

Tabela 2. Classificação dos Meios de Hospedagem – Cadastur

CATEGORIA	DESCRIÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	REQUISITOS
Hotel	Estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária.	Para o tipo HOTEL, o SBClass estabelece as categorias e uma estrela (mínimo) a cinco estrelas (máximo).	O HOTEL de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o HOTEL deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.
Resort	Hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento.	Para o tipo RESORT, o SBClass estabelece as categorias de quatro estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo).	O RESORT de categoria quatro estrelas deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para a categoria cinco estrelas, o RESORT deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.
Hotel Fazenda	Localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.	Para o tipo HOTEL FAZENDA, o SBClass estabelece as categorias de uma estrela (mínimo) a Cinco estrelas (máximo).	O HOTEL FAZENDA de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o HOTEL FAZENDA deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.
Cama e Café	Hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento reside.	Para o tipo CAMA & CAFÉ, o SBClass estabelece as categorias de uma estrela (mínimo) a estrelas (máximo).	O CAMA & CAFÉ de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o CAMA & CAFÉ deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.

Hotel Histórico	Instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco e fatos histórico-culturais de importância reconhecida. Entende-se como fatos histórico-culturais aqueles tidos como relevantes pela memória popular, independentemente de quando ocorreram, podendo o reconhecimento ser formal por parte do Estado brasileiro, ou informal, com base no conhecimento popular ou em estudos acadêmicos.	Para o tipo HOTEL HISTÓRICO, o SBClass estabelece as categorias de três estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo).	O HOTEL HISTÓRICO de categoria três estrelas deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o HOTEL HISTÓRICO deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.
Pousada	Empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em um prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs.	Para o tipo POUSADA, SBClass estabelece as categorias de uma estrela (mínimo) a cinco estrelas (máximo).	A POUSADA de categoria uma estrela deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, a POUSADA deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.
Flat/Apart-hotel	Constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.	Para o tipo FLAT/APART/HOTEL, o SBClass estabelece as categorias de três estrelas (mínimo) a cinco estrelas (máximo).	O FLAT/APART-HOTEL de categoria três estrelas deve atender a requisitos mínimos de infraestrutura, serviços e sustentabilidade. Para cada estrela adicional, o FLAT/APART-HOTEL deve atender a uma série de requisitos adicionais que diferenciam as categorias entre si. Por meio da comparação entre a infraestrutura e serviços oferecidos, assim como das ações de sustentabilidade executadas pelo meio de hospedagem, o consumidor poderá fazer uma melhor escolha.

Fonte: MTur (2017) com adaptações.

Considerando esse contexto, o trabalho empírico desta pesquisa tem como foco a categoria Hotel do quadro acima delineado pelo Cadastur.

A observação elaborada nos meios de hospedagem de Brasília mostra a qualidade dos equipamentos turísticos com alto nível de requinte em sua maioria, uma vez que todos os equipamentos estão classificados entre quatro e cinco estrelas, satisfazendo assim os requisitos básicos desta categoria.

2.2 – Formação sócio-histórico-cultural local

O contexto sócio-histórico-cultural está diretamente ligado a seus habitantes e se dá de acordo com a (con)vivência das pessoas com as quais se relacionam.

A proposta da nova capital do país, inaugurada em 1960, apresentou um desenho moderno, uma arquitetura que fosse funcional e, ao mesmo tempo, bonita. Para isto, os profissionais mais destacados, cada um em sua área de atuação e formação, foram chamados. Homens como Burle Marx, Athos Bulcão e Oscar Niemeyer, foram convocados para compor a força tarefa que, no papel, criariam Brasília.

Em abril de 1955, o então candidato à Presidência da República Juscelino Kubitschek (JK) promete a construção de Brasília em sua campanha eleitoral. No ano seguinte sai vencedor e, eleito, obtém a aprovação definitiva do Congresso, através da Lei nº 2.874, para a construção de Brasília. Assim cria-se a Companhia Urbanizadora da Nova Capital (Novacap) e define-se o nome da capital: Brasília. JK conhecia Oscar Niemeyer desde seus tempos de Governador do Estado de Minas Gerais [...] o Presidente fala a Niemeyer da nova cidade e este se compromete a nela realizar seus melhores trabalhos. Sugere que seja realizado um concurso para a criação do projeto urbanístico, do qual sai vencedor o arquiteto e urbanista Lucio Costa, discípulo de Le Corbusier. Aos dois se une Burle Marx com a importante função de paisagista e criador das áreas verdes. (ATHAYDE, 2013, p.18).

A atitude de construir uma cidade, em apenas quatro anos e na qual já se pensava e discutia desde os tempos do Império, por si só já despertava o interesse de um povo que incorporou a ideia de ver em pouco tempo o centro do poder sendo transferido do Rio de Janeiro para a região central do País.

Em três anos e dez meses Brasília sintetizou todas as ideias, projetos e leis que haviam sido criados sobre a transferência da capital para o

interior do país. Foi inaugurada em 21 de abril de 1960. A partir dessa data iniciou-se a transferência dos principais órgãos do Governo Federal para a nova capital, que passaria a sediar os Poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. (ATHAYDE, 2013, p.19)

Com o projeto na mesa e a decisão sacramentada, as prioridades foram sendo delineadas. Entre estas, naturalmente, constava a construção imediata de Hotéis que pudessem acolher os homens de negócios e visitantes. O primeiro hotel, construído às margens do também planejado Lago Paranoá, foi o Brasília Palace Hotel.

O Brasília Palace foi o primeiro hotel do país a receber a classificação de hotel histórico pelo novo Sistema Brasileiro de Classificação de meios de hospedagem do Ministério do Turismo. Projetado por Oscar Niemeyer e fundado em 1958 pelo Presidente Juscelino Kubitschek, o Brasília Palace Hotel tem uma bela história de glamour e estilo que marcou a vida de Brasília nos anos 50 e 60, e hoje se tornou uma charmosa alternativa para hospedagem em Brasília. O hotel está localizado às margens do Lago Paranoá, há cerca de 7 minutos de distância da área central de Brasília, e proporciona um ambiente aconchegante para descanso pleno de seus hóspedes. Para encantar ainda mais, o hotel conta com dois painéis do artista plástico Athos Bulcão tombados pelo Patrimônio Histórico, peças de arte e designers inspiradas na década de 60, uma piscina oval também projetada por Niemeyer.”¹

O Brasília Palace Hotel representa o segmento na cidade pelo pioneirismo e aspecto histórico que imprime. Juscelino conta em seu livro intitulado *Por que construí Brasília* que:

Dado o prestígio de que já gozava a Nova Capital, diariamente numerosos aviões comerciais partiam do Rio, levando turistas que desejavam conhecer Brasília. No Brasília Palace Hotel tornara-se difícil conseguir um apartamento, e as reservas eram feitas com duas semanas de antecedência. As refeições, no hotel, constituíam espetáculos de elegância e bom gosto. (KUBITSCHEK, 2000, p. 217).

A rede hoteleira expandiu-se rapidamente ao iniciarem-se as obras da nova capital. Assim, a aptidão turística de Brasília nasceu junto com a cidade. Em poucos anos a demanda por leitos foi crescendo, exigindo uma oferta compatível com a necessidade. O turismo dava, neste momento, uma sinalização de expansão do setor.

A transferência dos primeiros órgãos públicos para a nova capital e a instalação dos Três Poderes da República apontavam que o centro decisório do

¹ Disponível em (<https://www.brasiliapalace.com.br/>, Acesso em 29 de abril de 2017.

Brasil tinha novo endereço. Aliada a isso, a característica arquitetônica de cidade modernista, com a construção do Plano Piloto, com a Praça dos Três Poderes, a Esplanada dos Ministérios e de bairros nobres como Lago Sul e Lago Norte e as superquadras residenciais deram à Brasília o aspecto de cidade urbanizada. Com isto, o restante do país e, eventualmente, o mundo, passou a dirigir um olhar desejoso de conhecer e/ou empreender naquela que era vista como destino promissor para o turismo.

No início de 1958, o Planalto era, na realidade, a mais movimentada frente de trabalho do Brasil. Todas as providências, necessárias para a criação de uma grande cidade, já haviam sido tomadas e estavam em execução acelerada. Existiam as obras da cidade propriamente dita e as correlatas, isso é, as que se impunham para ligar a nova capital a todos os quadrantes do território nacional. (KUBITSCHEK, 2000, p. 92).

A Embratur, trabalhou no sentido de divulgação do setor e na formação de profissionais da área, numa tentativa de dar suporte ao capital humano para o exercício das diversas profissões que atuam na área fazendo com que a receptividade não deixasse margens para críticas ou comentários desabonadores. Brasília se tornou referência nacional no acolhimento de seus visitantes que, ano a ano, verticaliza a curva que mostra o aumento aritmético do turismo:

As ações de capacitação e educação profissional, vinculadas ao planejamento institucional, criadas pela coordenação potencializam o desenvolvimento integral e a valorização da qualidade de vida dos servidores e buscam a excelência na qualidade dos serviços prestados e o alcance das metas, institucionais. (EMBRATUR, 2016)

O fato de Brasília sediar as embaixadas e representações diplomáticas, pode despertar o interesse pela aquisição de uma segunda ou terceira língua que amplie o mercado de trabalho em organizações internacionais, fazendo, dos antigos guias uma categoria forte para prestar um serviço de qualidade que resulte na satisfação do turista, do visitante, do viajante que escolhe a cidade como destino.

Na hotelaria, é comum que haja preferência por colaboradores bilíngues, ainda que, com a deficiência da qualificação ou até mesmo a falta desta, é natural que se preze por um profissional que atenda um mínimo de exigência do setor, para manter-se no mercado e não ser sufocado pela concorrência.

A página eletrônica do Brasília Convention & Visitors Bureau (2017), destaca a capital da República como:

Dona dos melhores índices de qualidade de vida do País, a capital da República, por inúmeras outras razões, tem lugar de destaque também por acolher brasileiros das mais diversas regiões. Da mesma forma, a hospitalidade se faz presente com os estrangeiros – nem poderia ser diferente, num lugar que abriga a sede de 84 embaixadas de países acreditados junto do governo brasileiro. (CONVENTION & VISITORS BUREAU, 2017)

A visão capitalista foca seus olhares no resultado. É compreensível a associação entre economia e turismo, sobretudo em cidades onde essa relação acontece de forma extremamente acentuada. Brasília possui a maior renda *per capita* do país, o maior número de carros por habitante, o maior número de residências com piscinas e uma das mais conceituadas universidades do Brasil. É natural que por detrás de toda essa estrutura esteja também a acessibilidade para o turismo que sempre foi e continua sendo um agente produtor de divisas para a economia local. Seria, assim, um descaso não alimentar um processo permanente de formação profissional de colaboradores que deem sustentação a este segmento como fenômeno social. Neste caso, a hospitalidade é necessária.

2.2.1 Retrato da oferta e perfil da demanda de profissionais

A pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo do Distrito Federal, em 2013, mostra o quadro dos cursos oferecidos por instituições no DF. O “Relatório da Pesquisa de Qualificação dos Profissionais do Sistema Produtivo do Turismo” põe em evidência os programas direcionados à capacitação em turismo com foco na Copa de 2014. O programa denominado Qualicopa:

é um programa de qualificação profissional promovido pela Secretaria de Trabalho, que oferece cursos de formação e capacitação em vários setores. O objetivo é melhorar a qualidade dos serviços prestados no DF, qualificar os trabalhadores para atender a demanda dos setores econômicos, diminuir a taxa de desemprego, aumentar a geração de renda, implantar a cultura de qualificação profissional permanente e dar oportunidade a esses trabalhadores de atualizar os seus conhecimentos para que possam entrar, retornar ou se fortalecer no mercado de trabalho.

A referida pesquisa mostra que a qualificação dos profissionais que trabalham em atividades econômicas relacionadas ao turismo é questão de grande importância para o desenvolvimento de um destino turístico, e que, para haver o

desenvolvimento de uma oferta de qualidade é necessário que haja uma formação profissional de qualidade. Dessa forma, segundo este documento, os programas de capacitação do setor turístico são essenciais para possibilitar a qualificação que a cadeia produtiva do turismo necessita.

Para Avena (2006, p. 149) “quem acolhe é parte integrante do espaço e da atmosfera onde ocorre o processo de acolhimento” deve haver uma interação entre o pessoal e o espaço. Deve haver harmonia onde o acolhimento acontece.

A primeira impressão daquele que chega é bastante visual e a expressão, postura e compostura daquele que acolhe não é, então, neutra, sem função, pelo contrário tem função significativa, pois é a primeira mensagem do hotel para o cliente. (AVENA, 2006, p. 150)

De acordo com o levantamento feito em função da pesquisa realizada pelo Observatório do Turismo do Distrito Federal, em 2013, o DF contava com a oferta de cursos técnicos, profissionalizantes, de graduação e pós-graduação em turismo e em áreas relacionadas a atividades turísticas. A Tabela 3 mostra essa relação:

Tabela 3. Oferta de cursos relacionados ao turismo oferecidos no Distrito Federal

INSTITUIÇÃO DE ENSINO	CAMPUS UNIDADE	CURSOS RELACIONADOS À CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO OFERECIDOS
UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA- UnB	ASA NORTE	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO CURSOS DE ESPECIALIZAÇÃO EM TURISMO
INSTITUTO FEDERAL DE BRASÍLIA-IFB	BRASÍLIA	Cursos técnicos Subsequentes: (Destinados a estudantes que já concluíram o Ensino Médio): CURSO TÉCNICO EM EVENTOS Cursos de formação inicial e continuada (cursos profissionalizantes de curta duração): CURSO DE RECEPÇÃO EM HOTELARIA CURSO DE IDIOMA: ESPANHOL CURSO DE IDIOMA: INGLÊS
	GAMA	Cursos de formação inicial e continuada (cursos profissionalizantes de curta duração): CURSO DE ESPANHOL PARA A COPA CURSO DE FRANCÊS PARA A COPA CURSO DE INGLÊS PARA A COPA
	PLANALTINA	Cursos de formação inicial e continuada (cursos profissionalizantes de curta duração): CURSO DE ESPANHOL CURSO DE INGLÊS CURSO DE MANIPULADOR DE ALIMENTOS PARA FINS ESPECIAIS
	RIACHO FUNDO	Cursos técnicos Subsequentes: (Destinados a estudantes que já concluíram o Ensino Médio): CURSO TÉCNICO EM COZINHA

		Cursos de formação inicial e continuada (cursos profissionalizantes de curta duração): CURSO DE COMUNICAÇÃO ORAL E ESCRITA EM LÍNGUA PORTUGUESA CURSO DE ATENDIMENTO EM BARES E RESTAURANTES CURSO DE EMPREENDEDORISMO EM GESTÃO EM ALIMENTOS E BEBIDAS CURSO DE PANIFICAÇÃO E CONFEITARIA CURSO DE INFORMÁTICA CURSO DE MANIPULAÇÃO DE ALIMENTOS CURSO DE MATEMÁTICA FINANCEIRA CURSO DE ESPANHOL PARA A COPA CURSO DE PLANEJAMENTO DE CARDÁPIOS CURSO DE RECEPCIONISTA BILÍNGUE DE EVENTOS CURSO DE HISTÓRIA DA GASTRONOMIA
	SAMAMBAIA	Cursos de formação inicial e continuada (cursos profissionalizantes de curta duração): CURSO DE ESPANHOL PARA A COPA CURSO DE INGLÊS PARA A COPA
	TAGUATINGA CENTRO	Cursos de formação inicial e continuada (cursos profissionalizantes de curta duração): CURSO DE IDIOMA: ESPANHOL CURSO DE IDIOMA: INGLÊS
SENAC/DF	903 SUL	CURSO DE CAMAREIRA DE HOTEL CURSO TÉCNICO EM GUIA DE TURISMO
	CEILÂNDIA	CURSO DE GARÇOM CURSO DE OPERADOR DE CAIXA
	GAMA	CURSO DE GARÇOM
	TAGUATINGA	CURSO DE GARÇOM CURSO TÉCNICO EM NUTRIÇÃO
SENAC	GASTRONOMIA (Anexos na: Câmara dos deputados e Ministério da Justiça)	CURSO EM GASTRONOMIA CURSO DE GARÇOM
FACULDADE UPIS	ASA NORTE	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO
FACULDADE DE CIÊNCIAS DE BRASÍLIA – FACIBRA	BRASÍLIA	CURSO DE TECNOLOGIA E GESTÃO EM TURISMO
CENTRO UNIVERSITÁRIO PLANALTO DO DISTRITO FEDERAL-UNIPLAN	ÁGUAS CLARAS	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO DE GESTÃO DE TURISMO
CENTRO CENECISTA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL FELIPE TIAGO GOMES	ASA NORTE	CURSO TÉCNICO EM EVENTOS CURSO TÉCNICO EM GUIA DE TURISMO CURSO TÉCNICO EM HOSPEDAGEM CURSO TÉCNICO EM SERVIÇOS DE RESTAURANTE E BAR
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO SUPERIOR DE BRASÍLIA - IESB	ASA SUL ASA NORTE	CURSO DE GASTRONOMIA CURSO DE TECNOLOGIA EM EVENTOS
UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA - UCB	TAGUATINGA	CURSO TECNOLÓGICO EM GASTRONOMIA
UNIVERSIDADE CATÓLICA DE BRASÍLIA - UCB - VIRTUAL		CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DO TURISMO
FACULDADE PROJEÇÃO	GUARÁ	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO
FACULDADE ALVORADA	ASA NORTE	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO
FACULDADE DA TERRA DE BRASÍLIA- FTB	RECANTO DAS EMAS	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO
FACITEC	TAGUATINGA	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO

CECAP	BRASÍLIA	CURSO DE GRADUAÇÃO EM TURISMO
UNISUL VIRTUAL		CURSO A DISTÂNCIA DE GRADUAÇÃO EM TURISMO
EBAPE		CURSO À DISTÂNCIA - GESTÃO DE TURISMO
UNINTER		CURSO À DISTÂNCIA - GESTÃO DE TURISMO
UMESP		CURSO À DISTÂNCIA - GESTÃO DE TURISMO
CEUCLAR		CURSO À DISTÂNCIA - GESTÃO DE TURISMO

Fonte: Elaborado pelo CET, 2013. Com adaptações.

O quadro mostra uma quantidade razoável de cursos ligados à área do Turismo, porém são dados de 2013, evidenciando suas condições de oferta. Outra referência importante neste sentido, cabe ressaltar, havia oferta de cursos por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – Pronatec que, em 2017, de acordo com dados na página eletrônica do MEC, não há oferta para o DF.

No próximo capítulo, serão apresentados os delineamentos da pesquisa, embasados nos estudos de diversos autores a fim de elucidar questões sobre os estudos metodológicos nas ciências sociais especialmente nos campos de investigação deste trabalho: Acolhimento turístico e hoteleiro; Contexto Sócio-Histórico-Cultural Local e Formação/qualificação profissional dos sujeitos nos meios de hospedagens.

CAPÍTULO 3. – METODOLOGIA DA PESQUISA

3.1 Delineamento da Pesquisa

Com o objetivo de conhecer a realidade do acolhimento hoteleiro, o trabalho foi desenvolvido com base na pesquisa qualitativa, utilizando-se a observação direta, não participante, e entrevistas com os colaboradores da hotelaria. Estes instrumentos estão contidos nos Apêndices A e B desta dissertação. Foi utilizada a abordagem multirreferencial com Instrumentos de Coleta de Dados semiestruturados, para verificar elementos do conceito de Acolhimento e suas categorias.

Para Bruyne, (1982, p. 209), a coleta dos dados apoia-se numa gama de técnicas cada uma das quais satisfazendo a regras próprias de utilização. Várias técnicas podem e devem frequentemente ser empregadas numa mesma pesquisa para reunir um feixe de dados ao mesmo tempo disponíveis, acessíveis e conformes ao seu objeto de investigação. Para o autor “a especificação do objeto da pesquisa e sua operacionalização são indissociáveis do campo da análise empírica e de seus modos de investigação”. Este autor traz ainda que:

A característica própria do quadro de referência positivista nas ciências sociais é a pesquisa, através da observação de dados da experiência, das leis gerais que regem os fenômenos sociais. A constância ou a regularidade dos fenômenos constatados leva a generalizar a partir deles, isto é, a formular leis positivas. (BRUYNE, 1982, p. 136),

Este estudo teve como universo de pesquisa treze equipamentos de hospedagem localizados na região central de Brasília, para compor a amostra da investigação, que foram apresentados de acordo com as categorias de classificação dos meios de hospedagem.

Foram utilizados como critérios de escolha dos equipamentos os cadastrados no Cadastur do Ministério do Turismo. Dentre as categorias de classificação, optou-se pela categoria “Hotel” que neste estudo foram observados treze hotéis com classificação entre 3 e cinco estrelas.

Optou-se por garantir o anonimato dos meios de hospedagem e informantes respondentes, o que foi informado aos participantes da pesquisa.

A pesquisa teve como objetivo revelar as ideias e pensamentos dos sujeitos selecionados desenvolvendo uma análise com o intuito de refletir/espelhar a realidade atual regional local em relação ao estudo.

Para identificar a qualidade do acolhimento foi feita uma análise tendo por base os campos de investigação: Acolhimento turístico e hoteleiro; Contexto Sócio-Histórico-Cultural Local e Formação/qualificação profissional dos sujeitos nos meios de hospedagens.

Foram identificados os conceitos e formulações teóricas apresentadas sobre o Acolhimento que emergem dos dados empíricos reunidos por meio das técnicas de pesquisa de campo e as questões aplicadas aos sujeitos da pesquisa.

A relação entre as categorias reconhecimento, hospitalidade e cuidado, componentes do conceito de acolhimento, foi identificada mediante as respostas dos sujeitos.

Nesta investigação foi utilizada a pesquisa exploratória como primeira etapa, para as demais o objetivo foi familiarizar o pesquisador com o fenômeno investigado, realizando descrições da realidade e buscando identificar as relações existentes entre seus componentes.

3.2 Quadro Metodológico da Pesquisa

3.2.1 Abordagem Multirreferencial – Bricolagem – Um brico-método

O objetivo aqui é delinear sinteticamente as linhas gerais da abordagem multirreferencial, da bricolagem metodológica e do brico-método.

Nesse sentido, salienta-se que o autor francês, Jacques Ardoino, é o teórico da multirreferencialidade desde os anos 60, conceituando-a como “uma abordagem não fechada em si, mas aberta à complexidade da realidade e à interioridade significativa do sujeito observador.

Para Ardoino (*apud* Borba, 1998 p.12-13), a multirreferencialidade propõe:

- uma leitura plural (de seus objetos);
- a partir de diferentes ângulos;
- em função de sistemas de referências distintos;
- não redutíveis uns aos outros.

Um dos conceitos mais perceptíveis de multirreferencialidade nos mostra que não se pode estabelecer um raciocínio pontual que venha explicar a sua aplicabilidade e sim, uma leitura pluralizada sobre diferentes ângulos. Estes devem ser considerados distintos entre si, e não redutíveis uns aos outros.

Nesse contexto, utilizando-se o Apêndices A, foram observados os comportamentos dos sujeitos colaboradores para verificar se o acolhimento está presente no comportamento destes sujeitos (colaboradores dos meios de hospedagem), em função da personalidade e do contexto social. Levando em consideração a observação no local onde ocorre o processo de acolhimento.

Os resultados ocorreram com a análise dos dados coletados por meio dos Apêndices A e B, descrevendo o cenário da pesquisa para compreender a formação sócio-histórico-cultural dos colaboradores do campo da pesquisa, conhecer a formação educacional e seu perfil por meio dos instrumentos de pesquisa.

A obra de Laurence Bardin possui uma ancoragem consistente no rigor metodológico, com uma organização propícia à compreensão aprofundada do método e, ao mesmo tempo, traz aos pesquisadores um caminho multifacetado que caracteriza a Análise de Conteúdo como um método que, histórica e cotidianamente, produz sentidos e significados na diversidade de amostragem presentes no mundo acadêmico.

Bardin, (1979, p. 42) define análise de conteúdo como:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a interferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 2009, p.15).

Esta autora reflete como abordagem histórica:

descrever a história da “análise de conteúdo” é essencialmente referenciar as diligências que os Estados Unidos marcaram o desenvolvimento de um instrumento de análise de comunicações é seguir passo a passo o crescimento quantitativo e a diversificação qualitativa dos estudos empíricos apoiados na utilização de uma das técnicas classificadas sob a designação genérica de análise de conteúdo; é observar a posteriori os aperfeiçoamentos materiais e as aplicações abusivas de uma prática que funciona há mais de meio século. (BARDIN, 2009, p.15).

A técnica de Análise de Conteúdo permite a inferência, “a partir de um conjunto de técnicas parciais, mas complementares, consistam na explicitação e sistematização do conteúdo das mensagens e da expressão do conteúdo das mensagens e da expressão deste conteúdo”.

Baseado nos estudos de Minayo (1994), Gomes (1994, p. 79) afirma que “o produto final da análise de uma pesquisa, por mais brilhante que seja, deve ser sempre encarado de forma provisória e aproximativa”, visto que, em se tratando de ciências sociais (aplicadas), as afirmações podem sofrer alterações, as previsões podem ser superadas por afirmações futuras.

Bardin, (1979, p. 29-30) defende que a análise de conteúdo de mensagens que deveria ser aplicada a todas as formas de comunicação, seja qual for a natureza de seu suporte, possui duas funções, que na prática podem ou não dissociar-se:

- Função heurística: enriquece a tentativa exploratória, aumenta a propensão à descoberta. É a análise de conteúdo <<para ver o que dá>>.
- Função de administração de prova: hipóteses sob a forma de questões ou de afirmações provisórias servindo de diretrizes, que recorrerão para o método de análise sistemática para serem verificadas no sentido de uma confirmação ou de uma infirmação. É a análise de conteúdo <<para servir de prova>>.

O caráter exploratório da pesquisa busca o conhecimento do objeto de estudo e a familiarização com o fenômeno a ser investigado, para realizar um estudo preliminar do principal objetivo da pesquisa que será realizada.

No que se refere à Bricolagem, esta se origina do francês **Bricolage** palavra usada para definir a prática de pequenos trabalhos sem a ajuda de um profissional. A multirreferencialidade enquanto bricolagem é definida por BORBA, (1998, p. 17) como “Fazer ciência não é “conformar-se”, nem “metodologizar-se”... Precisamos sair do conforto das metodologias prontas... É o fazer ciência, o criar, o construir ciência que definirá a “composição” (a bricolagem) metodológica.” Na concepção deste autor, é na construção do campo de pesquisa que se define a elaboração das metodologias.

Para Lapassade, (1998, p.18) “A ideia de “bricolagem” é hoje aceita nos domínios da reflexão epistemológica, bem como no das ciências cognitivas – a

inteligência aí é descrita como uma bricolagem permanente –, trata-se de um assunto ainda tabu quando nos propomos a descrevê-lo concretamente para conduzir uma Pesquisa. [...] uma abordagem a partir de perspectivas múltiplas. A bricolagem nunca tem fim”.

Para Avena, (2008, p.167) “O termo **bricolagem** vem do francês *bricolage*. É usado nas atividades em que você mesmo realiza para seu próprio uso ou consumo, evitando deste modo, o emprego de um serviço profissional.”

Em seu estudo, Avena, (2008, p. 48) justifica que “a pesquisa se delinea como um estudo com uma abordagem multirreferencial, pois a formação do sujeito é plural, multirreferencial, interarticulada com todas as dimensões desenvolvidas pelo sujeito (ambientais, sociais, educacionais, institucionais etc.) e suas relações estabelecidas com os outros ao longo de toda a vida.

No que se refere ao brico-método, tendo como diretriz o pensamento evidenciado por Lapassade (1998), que sintetiza a perspectiva da bricolagem metodológica no contexto da Abordagem Multirreferencial, Avena (2015, p. 28) adota a perspectiva na construção do que passa a denominar de **Brico-Método**, pois esse é um estudo que constrói conhecimentos nos campos da educação, das viagens e do turismo.

O termo brico-método foi denominado pelo autor com o intuito de mostrar uma proposta de abordagem metodológica que compreenda os estudos da complexidade de Morin, a multirreferencialidade de Ardoino e a Bricolagem metodológica de Lapassade.

É nessa perspectiva, que se utiliza o Brico-Método na realização da presente pesquisa que investiga o acolhimento hoteleiro e a formação sócio-histórico-cultural dos sujeitos que atuam como profissionais nos meios de hospedagem de Brasília.

CAPÍTULO 4 - REALIDADE OBSERVADA NA HOTELARIA EM BRASÍLIA

4. 1 Análise dos achados da pesquisa a partir da Teoria do Acolhimento

Após a apresentação dos caminhos metodológicos, este capítulo dispõe sobre a organização, a tabulação e as interpretações dos dados a partir dos instrumentos de coleta de dados utilizados na pesquisa de campo, apresentados nos Apêndices A e B desta dissertação.

A finalidade é apresentar o resultado dos caminhos percorridos para responder ao problema de pesquisa que contempla os campos de investigação **Acolhimento Hoteleiro; Contexto sócio-histórico-cultural local e Formação/qualificação profissional dos Sujeitos nos meios de hospedagens, e**, após a análise, responder às questões de pesquisa, ao objetivo geral e aos objetivos específicos do estudo em pauta.

4. 2 Análise da observação não participante nos meios de hospedagem em Brasília

A pesquisa foi desenvolvida em treze meios de hospedagem da cidade de Brasília, levando em consideração o cadastro dos equipamentos turísticos no Cadastur do Ministério do Turismo.

O estudo não foca na identificação dos meios de hospedagem, pois as informações são baseadas na observação não participante praticada fundamentalmente a partir dos estudos de Bardin (1979) e Avena (2006).

Utilizando os acrósticos/siglas MHAN – Meios de Hospedagem Asa Norte e MHAS – Meios de Hospedagem Asa Sul, seguido da numeração de 1 a 13, para melhor caracteriza-los, apenas como forma de situar o universo de pesquisa trazendo, à luz do conceito de Acolhimento, os resultados obtidos durante o processo. Este cuidado da não identificação dos equipamentos turísticos foi devidamente comunicado no instrumento de coleta de dados.

4. 3 Critérios de escolha dos meios de hospedagem

Foram observados treze equipamentos de hospedagem classificados na categoria “Hotel” de acordo com o Cadastur do MTur que os define como “Estabelecimento com serviço de recepção alojamento, ofertados em unidades individuais e de uso temporário, com ou sem alimentação, exclusivo do hóspede, mediante cobrança de diária”. Levando em consideração a zona central, visto que o Distrito Federal abriga mais de 30 Regiões Administrativas e o foco da pesquisa se resume ao Plano Piloto, a amostra é composta basicamente por hotéis localizados nas Asas Sul e Norte.

O formulário utilizado como instrumento de coleta de dados, (Apêndice A), contempla diferentes aspectos observados baseados na literatura que permeia a revisão teórica deste trabalho que prioriza os conceitos de turismo, hotelaria, acolhimento, hospitalidade, enfatizando o ato de bem acolher, foco central da pesquisa.

A partir deste ponto, passa-se à análise seguindo os tópicos contidos no formulário de observação permeando a realidade observada com a teoria do acolhimento.

A observação que aconteceu nos três turnos: manhã, tarde e noite, alternadamente, com o intuito de perceber situações adversas que pudessem influenciar na profundidade da pesquisa. Porém, considerando o intervalo de tempo em que ocorreu, a pesquisa de campo não representava grandes mudanças em relação a horários, visto que a movimentação se dava de forma alternada e não necessariamente se repetia nos diferentes turnos nos meios de hospedagem.

Os hotéis pesquisados estão localizados na região central de Brasília, Asa Sul e Asa Norte, em sua maioria com excelente localização e de fácil acesso, próximos aos principais pontos de lazer e negócios, aos principais setores governamentais da cidade, como Shoppings, Museus, Esplanada dos Ministérios, Embaixadas, Igrejas, Hospitais, Restaurantes, Centro de Convenções, Teatros, Torre de Televisão, Parques, Estádio Nacional, Aeroporto, e, neste contexto, trata-se do local de acolhimento, umas das categorias complementares apresentadas por Avena (2006) em seus estudos. A importância de chegar ao desconhecido se reconhecendo humana e ambientalmente, como ressalta o autor, o “ambiente de acolhimento” e para quem os “espaços devem ser funcionais”:

A qualidade do ambiente age sobre a qualidade do acolhimento de dois modos: por aquilo que ele comunica oferecer do ponto de vista do conforto; por aquilo que ele significa. O ambiente tem a sua linguagem própria, ele é em si mesmo um discurso, uma mensagem que implica em promessa de bem-estar, de conforto, de acolhimento. (AVENA, 2006, p. 149)

O quadro abaixo mostra a relação dos treze meios de hospedagens pesquisados/observados identificados apenas pelas siglas, descritas anteriormente, para a constatação das características dispostas no Cadastur para classificá-los de acordo com a categoria, segmento turístico, descrição geral dos serviços oferecidos e localização. Um breve histórico apenas para situar o leitor na categoria hoteleira em que acontece a observação e as informações contidas nos sites dos meios de hospedagem que, de certa forma, contribuem para a consistência da pesquisa.

Tabela 4. Relação dos meios de hospedagem da observação

Meio de Hospedagem	Categoria	Segmento Turístico	Serviços descritos no Cadastur	Local
MHAN 1 Com excelente localização, em frente ao Brasília Shopping, a cinco minutos do Eixo Monumental e perto dos principais pontos de lazer e negócios da cidade.	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
MHAN 2 Está localizado no centro da cidade, próximo aos principais pontos governamentais, turísticos e de negócios. Ao lado de dois Shoppings Centers e a 200 metros do Parque da Cidade.	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Bar, Manobrista, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
MHAN 3 Em frente ao Brasília Shopping e próximo ao Eixo Monumental oferece conforto e sofisticação aliados a excelentes serviços.	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Bar, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte

<p>MHAN 4 Localizado no Setor Hoteleiro Norte, oferece praticidade e agilidade com excelente custo-benefício para suas hospedagens em Brasília.</p>	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Academia, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
<p>MHAN 5 Localizado no Setor Hoteleiro Norte, zona central do Plano Piloto, está próximo aos principais pontos turísticos e a poucos metros dos shoppings Conjunto Nacional e Brasília Shopping.</p>	Hotel	O Meio de Hospedagem não é especialista em nenhum dos segmentos turísticos acima citados	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Bar, Manobrista, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Elevador, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
<p>MHAN 6 Às margens do Lago Paranoá, no centro de Brasília, todo o requinte e conforto estão reunidos em um pool de serviços exclusivos</p>	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Esporte, Turismo Náutico	Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Academia, Bar, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Clube Infantil E/Ou Área de Lazer para Criança, Serviços de Revitalização e Relaxamento (Por Exemplo: Pedras Quentes, Banhos Aromáticos, Etc.), Quadra Poliesportiva, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
<p>MHAN 7 Está localizado no Setor Hoteleiro Norte, na zona central do Plano Piloto e próximo aos principais pontos turísticos da Capital Federal. O hotel está a poucos metros do Shopping Conjunto Nacional, Brasília Shopping e Liberty Mall. Ao lado do hotel tem um ponto do ônibus executivo que leva ao aeroporto.</p>	Hotel	O Meio de Hospedagem não é especialista em nenhum dos segmentos turísticos acima citados	Espaço para Eventos, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Bar, Manobrista, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
<p>MHAN 8 Localizado no centro de Brasília,</p>	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de	Restaurante, Academia, Bar, Manobrista, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos,	Asa Norte

próximo aos shoppings como Conjunto National Mall e Liberty Mall, Brasília Shopping, encontra-se ainda nas imediações de outros pontos de interesse, incluindo e Teatro Nacional Cláudio Santoro.		Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos	Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Serviços de Estética (Por Exemplo, Salão de Beleza, Limpeza Da Pele, Etc.), Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	
MHAN 9 Voltado para a Esplanada dos Ministérios e com uma bela vista para a capital federal, oferece serviços práticos e ágeis.	Hotel	Turismo de Negócios e Eventos	Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
MHAN 10 Localização privilegiada no Setor Hoteleiro Norte. Em poucos minutos é possível chegar a diversos centros empresariais, atrações turísticas e também ao Aeroporto Internacional de Brasília.	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Restaurante, Academia, Bar, Manobrista, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Norte
MHAS 1 Situado no centro político da capital brasileira, próximo à Esplanada dos Ministérios, ao Congresso Nacional e à Praça dos 3 Poderes	Hotel	Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Salas Com Equipamentos de Escritório e para Reuniões, Academia, Bar, Manobrista, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Sala de Estar Com Televisão, Serviços de Estética (Por Exemplo, Salão de Beleza, Limpeza Da Pele, Etc.), Concierge, Elevador, Heliponto, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Sul
MHAS 2 Localizado no Setor Hoteleiro Sul, próximo ao Conjunto Nacional, Liberty Mall, Museu Nacional da República, Hospital Sarah Kubitschek, Teatro Nacional Claudio Santoro.	Hotel	Turismo de Estudos e Intercâmbio	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Academia, Bar, Manobrista, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar Com Televisão, Serviços de Estética (Por Exemplo, Salão de Beleza, Limpeza Da Pele, Etc.), Serviços de	Asa Sul

			Revitalização e Relaxamento (Por Exemplo: Pedras Quentes, Banhos Aromáticos, Etc.), Elevador, Piscina, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	
MHAS 3 Está localizado a 15 min. do Aeroporto, 10 min. do Setor da Embaixada, 5 min. do Centro de Convenções, 5 min. do Congresso Nacional, ao lado do Centro Comercial e Shoppings.	Hotel	Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Eventos	Espaço para Eventos, Estacionamento, Área de Convivência (Lobby, Quiosque, Etc), Restaurante, Academia, Disponibilização de Informações e Folhetos Turísticos, Banheiros Sociais em Áreas Comuns, Sala de Estar com Televisão, Elevador, Room Service (Serviço de Alimentação no Quarto)	Asa Sul

Fonte: A autora com adaptações (2017)

4.4 Realidade observada nos meios de hospedagem

A análise se fez em duas etapas: a primeira refere-se ao local onde ocorre o acolhimento, representada na Tabela 1. A segunda, disposta na Tabela 2, refere-se ao comportamento dos sujeitos (colaboradores dos meios de hospedagem).

Apresentam-se no decorrer deste capítulo os gráficos em pizza para melhor visualização. Após cada gráfico apresenta-se a descrição dos índices expressos a partir da organização e análise destes dados, assim como nas tabelas construídas com base no roteiro de observação em dois momentos. Primeiro os valores referentes às categorias componentes do local/espço de acolhimento.

Em seguida apresenta-se a descrição dos valores referentes ao comportamento dos colaboradores dos meios de hospedagem, conforme Tabela 2.

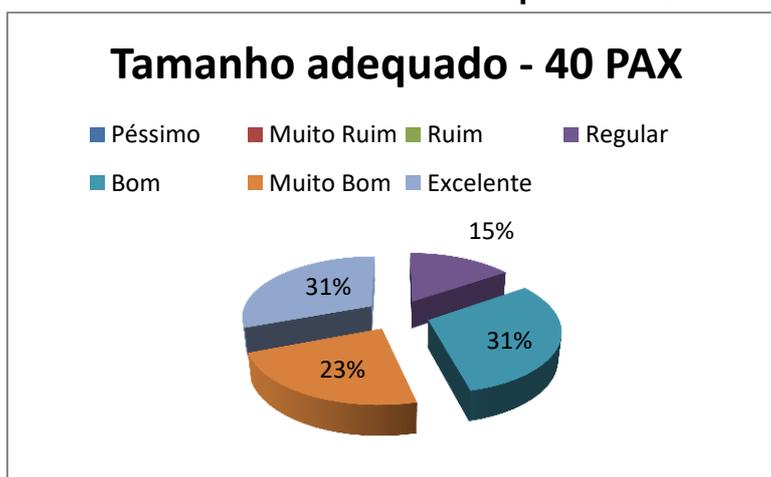
No que se refere ao local do acolhimento foram avaliadas as condições adequadas para receber grandes e pequenos grupos, limpeza, organização, manutenção e cheiro dos equipamentos. Também a adequação dos mobiliários para receber grandes e pequenos grupos, assim como o estado de conservação, disposição dos balcões, iluminação, temperatura, condição de aconchego, sinalização e oferta de bebidas.

Em contato direto com o ambiente das recepções o formulário de observação (Apêndice A) traz, no tópico 1, itens que priorizam o local de acolhimento, como a capacidade de receber grupos ou mesmo duas ou quatro pessoas. Os meios

de hospedagem apresentam recepções agradáveis, em condições excelentes, em sua maioria, em relação à limpeza, à organização, à manutenção e aos aspectos sensoriais de cheiros, por exemplo. O que se observa é que de acordo com as estruturas mais antigas, este último item apresenta condições de odor típico de construções mais antigas.

De forma mais detalhada apresentam-se os gráficos que trazem estes valores à luz do conceito de acolhimento salientando as características do ambiente de acolhimento. A estrutura disponível nos hotéis é compatível com o nível e o padrão das expectativas dos hóspedes, bem como a relação que se estabelece entre o hotel e a localidade turística como um todo.

Gráfico 1. – Tamanho adequado – 40 PAX



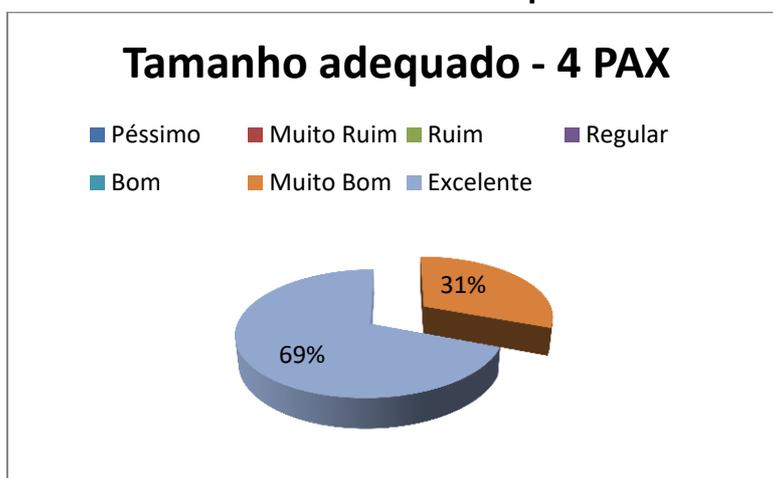
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O gráfico acima mostra que os valores observados concentram-se entre bom e excelente, o que significa dizer que os equipamentos preocupam-se com o espaço adequado para receber grandes grupos nestes equipamentos turísticos, ainda que não tenha sido verificado, durante a observação, o trânsito de grandes grupos em todos os meios de hospedagem. Porém, em alguns equipamentos, foi constatado que é possível a recepção a estes grupos, pois havia no período da observação alguns eventos que demandavam aos hotéis esta necessidade, como grupos de médicos do programa Mais Médicos do Governo Federal e Capital Moto Week 2017 que aconteceu em julho, durante a pesquisa de campo.

Já a representação nos Gráficos 2 e 3 mostra que se considera excelente o espaço de acomodação na recepção dos hotéis pesquisados para até quatro

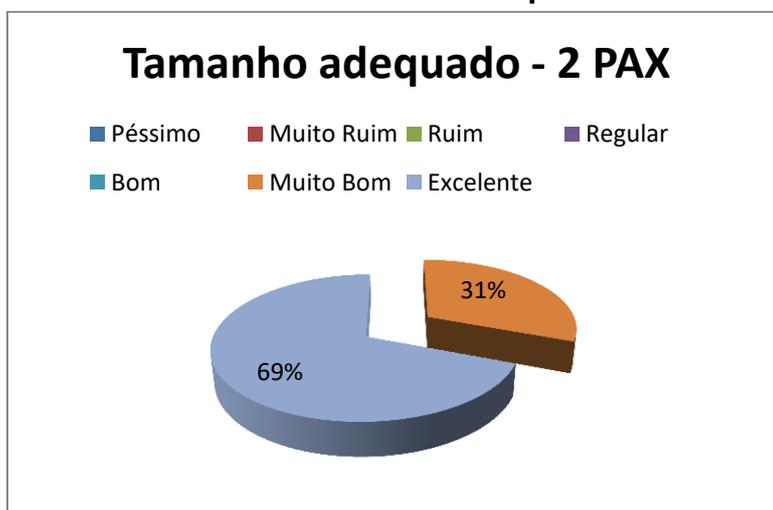
peessoas. Esta constatação fica mais evidente levando em consideração o número de assentos, pois todos os hotéis dispõem de cadeiras ou sofás confortáveis em suas recepções que atendem a esta quantidade de pessoas.

Gráfico 2. – Tamanho adequado – 4 PAX



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 3. – Tamanho adequado – 2 PAX



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

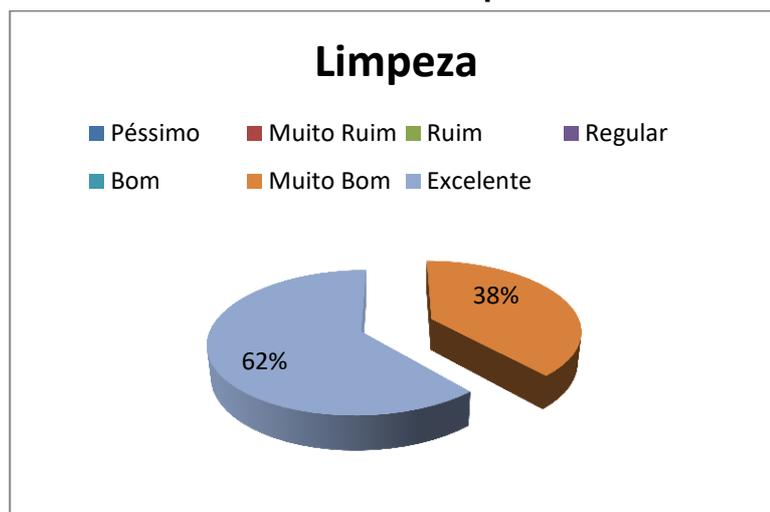
Os Gráficos 4, 5, 6 e 7 representam os itens: limpeza, organização, manutenção e cheiro, respectivamente.

O quesito limpeza indica excelência de 62% nos meios de hospedagem, por meio da observação, as sensações percebidas é que há uma preocupação constante em manter o ambiente limpo, colaboradores se mostram presentes frequentemente atentos a situações que possam tornar o local de acolhimento sujo ou

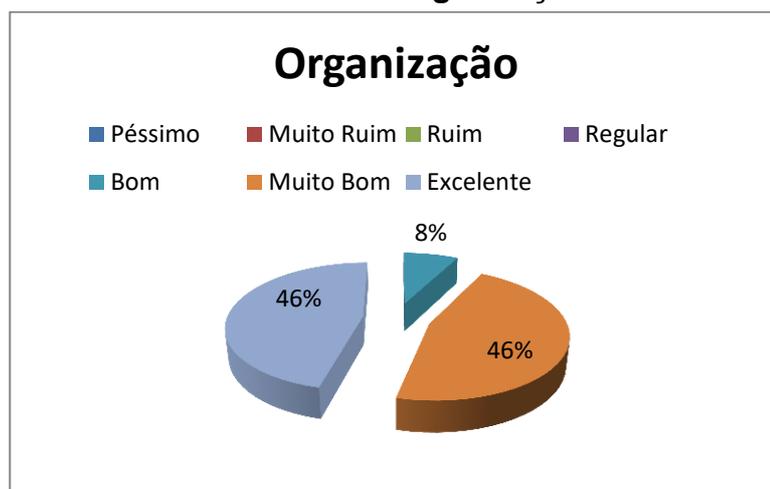
desorganizado cujos índices para este último se mantêm entre muito bom e excelente. A manutenção do espaço também mostra valores em nível de excelência de até 38%, superando as escalas que menos valorizam o local. Assim, percebe-se que em prédios mais antigos, há uma defasagem de cuidados estruturais, visivelmente, em função da idade das construções. Acredita-se que manter uma edificação com os mesmos aspectos de quando foi construída pode ser uma tarefa difícil, ainda assim, se mantendo em condições aceitáveis para a classificação dos hotéis em foco, que varia de três a cinco estrelas.

Acrescentando a análise do quesito odor/cheiro em suas dependências, as recepções dos hotéis apresentam índices de 39% de excelência, citando apenas que, como descrito para o quesito anterior, em prédios mais antigos, é possível perceber que, sutilmente, esse odor tem características de coisas envelhecidas.

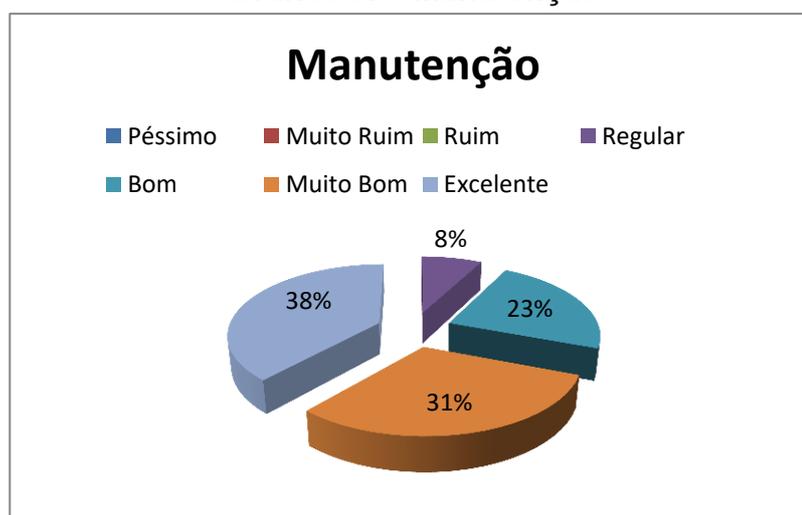
Gráfico 4. – Limpeza



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

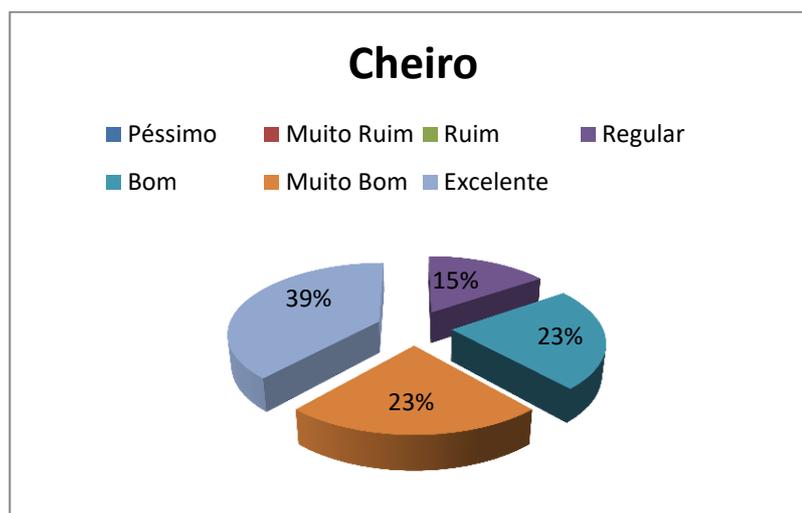
Gráfico 5. – Organização

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 6. – Manutenção

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

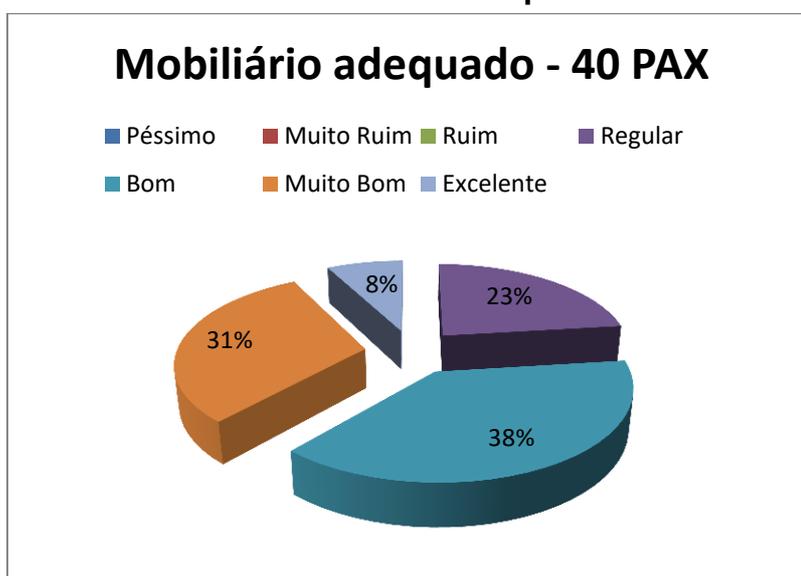
Gráfico 7. – Cheiro



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

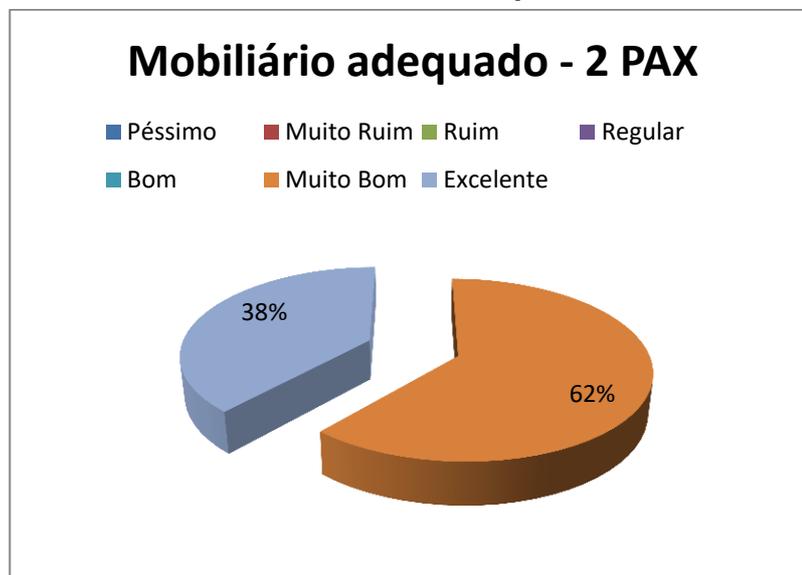
O Apêndice A traz também questões relativas aos mobiliários das recepções dos meios de hospedagem que compõem o processo de Acolhimento, principal foco desta pesquisa. Na condição de recebimento de maior ou menor número de pessoas, apresentam mais evidentes condições de estética nem sempre contemplando quantidade de assentos necessários para abrigar grandes grupos. Mesmo assim, apresenta índice de 38% bom para esta categoria. Porém, suficientes para acomodar, confortavelmente número menor de pessoas como mostram os Gráficos 8 e 9 que apresentam, para ambos, índice de 62% excelente e 38% muito bom para os mobiliários disponíveis nos meios de hospedagem.

Gráfico 8. – Mobiliário adequado – 40 PAX



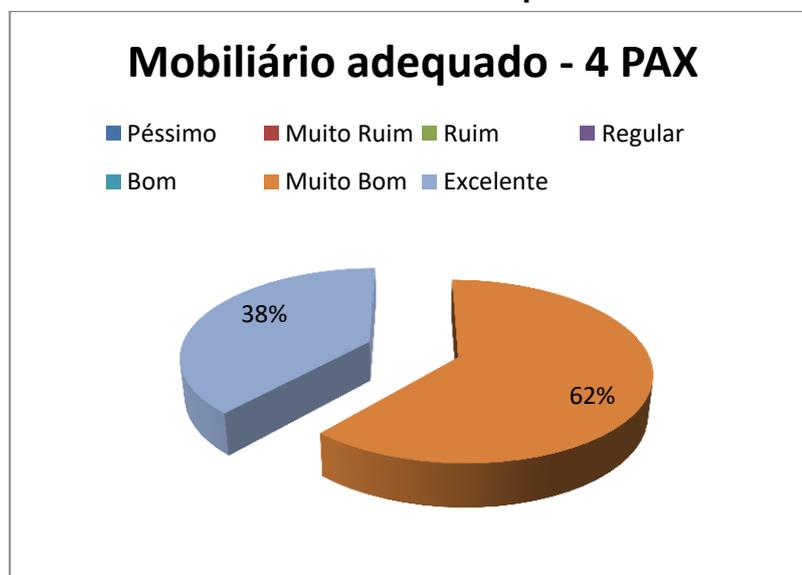
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 9. – Mobiliário adequado – 2 PAX



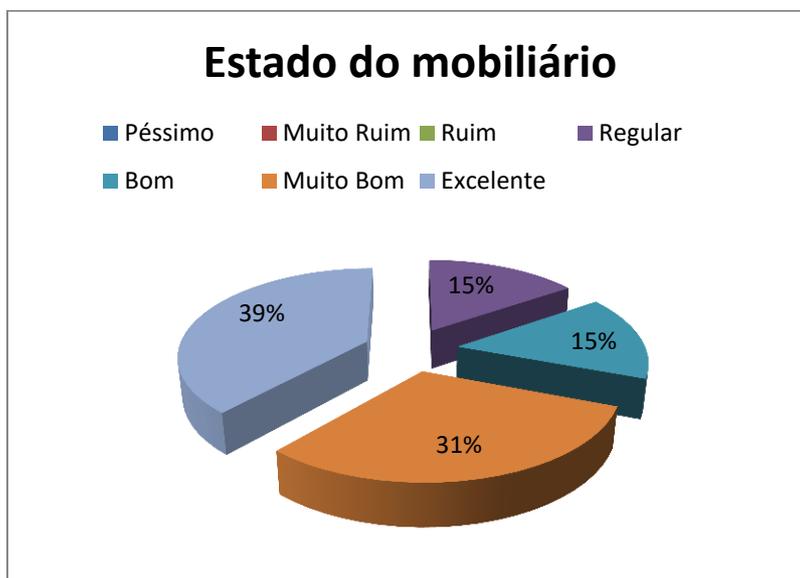
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 10. – Mobiliário adequado – 4 PAX



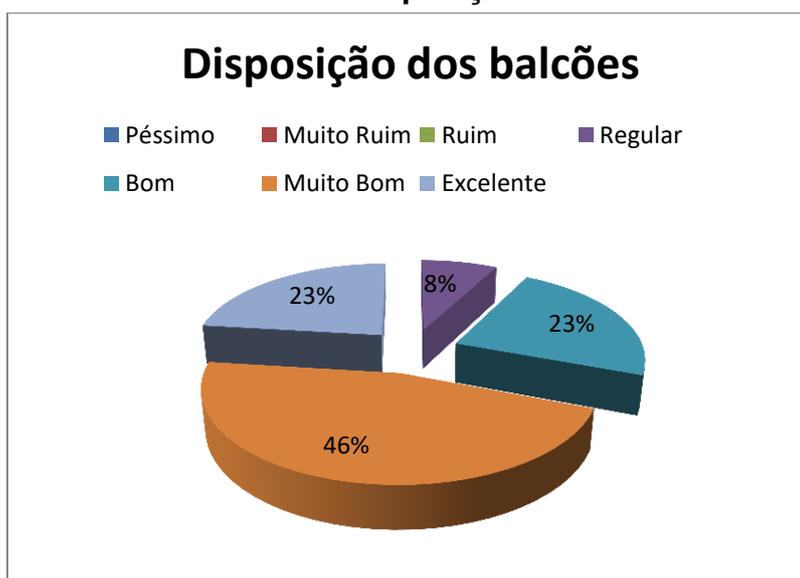
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O estado de conservação dos mobiliários, em alguns equipamentos, apresenta igualmente 15% na escala de regular e bom, porém, sobressaem os percentuais de 31% muito bom e 39% excelente, o que significa dizer que estão adequados para as condições de Acolhimento.

Gráfico 11. – Estado do mobiliário

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

A disposição dos balcões está configurada como muito boa com índice de 46%, conforme Gráfico 11. Estes devem facilitar o acesso às informações que o hóspede procura na chegada aos equipamentos turísticos.

Gráfico 12. – Disposição dos balcões

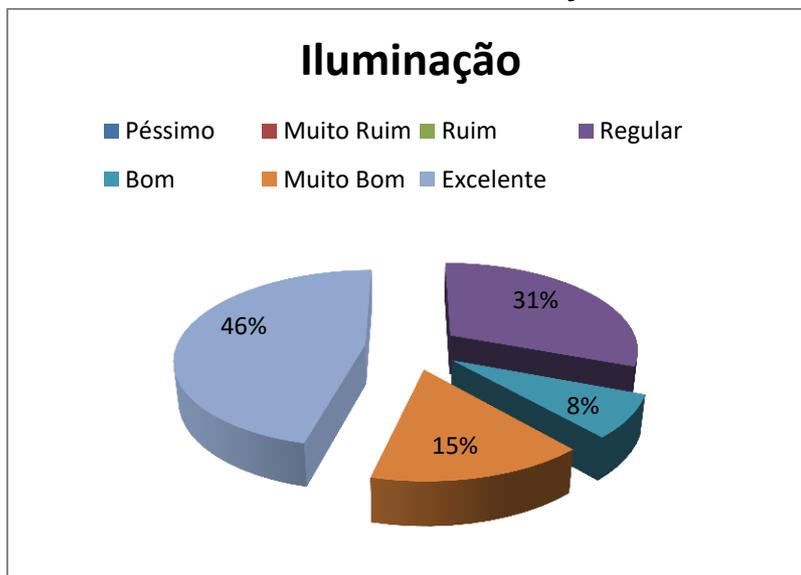
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Os Gráficos que seguem, 12 a 16, referem-se à iluminação, à temperatura, às condições de aconchego, à sinalização e à oferta de bebidas.

Há uma preocupação em mostrar que a iluminação e temperatura fazem parte de uma boa impressão deixada aos clientes nos meios de hospedagem, visto que estes dois quesitos revelam índices de 46% de excelência. Receber bem os hóspedes inclui pensar em determinados detalhes, visto que a iluminação valoriza o ambiente, ainda que esteticamente, e criar um ambiente bem iluminado e acolhedor com temperatura agradável é essencial para garantir o conforto e bem-estar das pessoas. Conseqüentemente, isso influi no espaço de Acolhimento. Prezar pelo seu conforto, comodidade e bem-estar é uma maneira de garantir que o hóspede se sinta bem recebido e acolhido, mesmo em um espaço que não é seu.

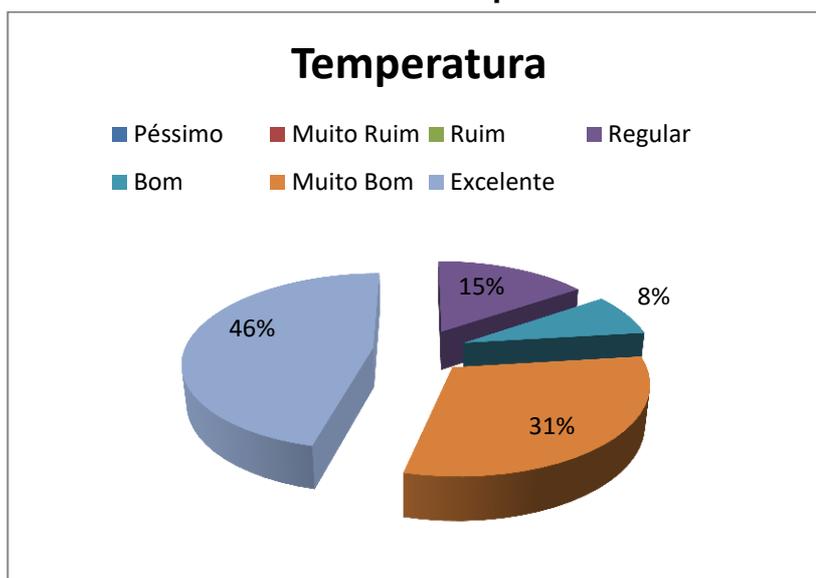
Para Castelli (2003, p. 77-78) os bens e serviços são revestidos de características. Quando essas vêm ao encontro das necessidades das pessoas, diz-se que elas proporcionam benefícios, são produtos úteis para as pessoas. Não adianta ornamentar um produto de inúmeras características se estas não levam benefícios para as pessoas, se não agregam valor. Normalmente um viajante busca no hotel algo além da hospedagem.

Gráfico 13. – Iluminação



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 14. – Temperatura

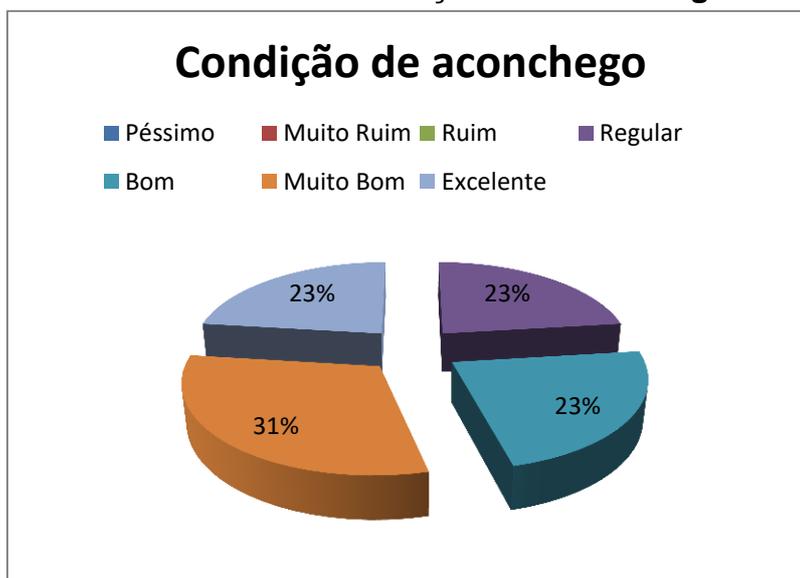


Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

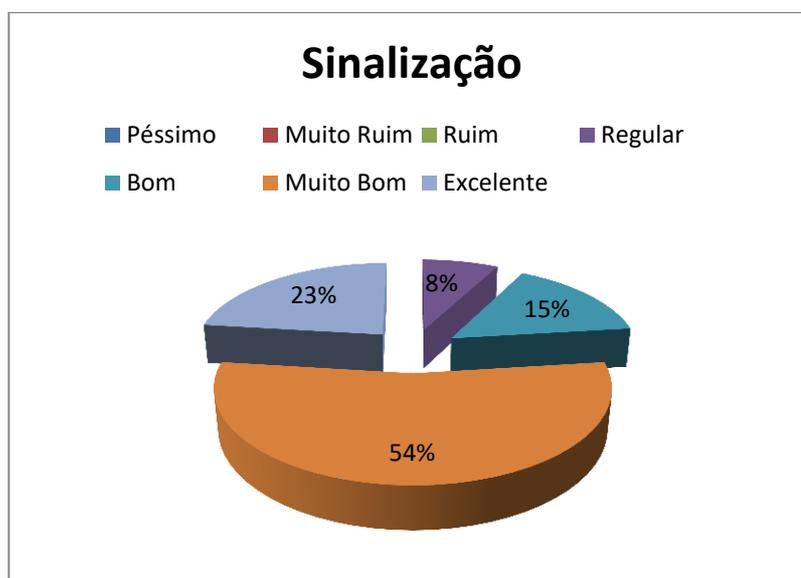
As condições de aconchego impressas nos meios de hospedagem não chegam à excelência, porém, mantêm-se na faixa avaliativa de muito bom com 31%, assim como a sinalização com 54% apresentada nos Gráficos que seguem.

A oferta de bebidas ocupa uma posição regular com 39% como valor de avaliação neste quesito, visto que a maioria dos hotéis não oferta mimos que apareçam de forma significativa como algo atrativo, alguns têm restaurantes ou bares no interior dos equipamentos o que supostamente inibe este tipo de oferta.

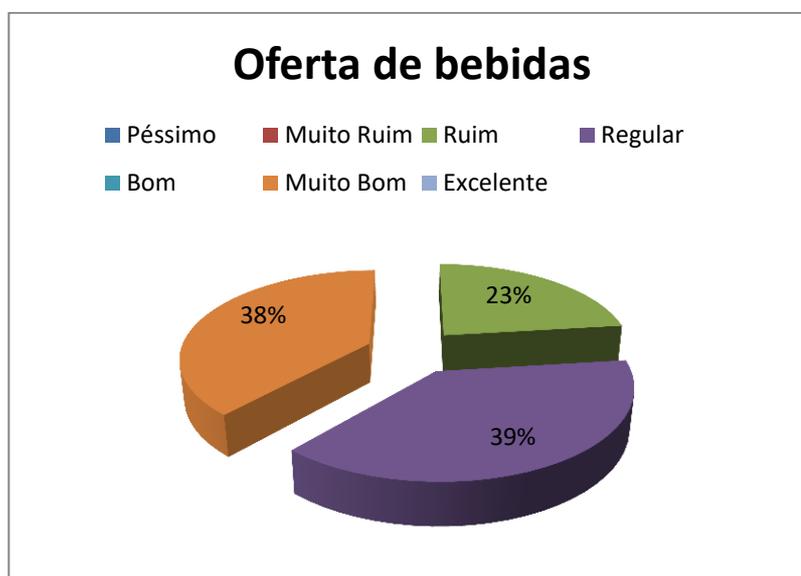
Gráfico 15. – Condições de aconchego



Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 16. – Sinalização

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 17. – Oferta de bebidas

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

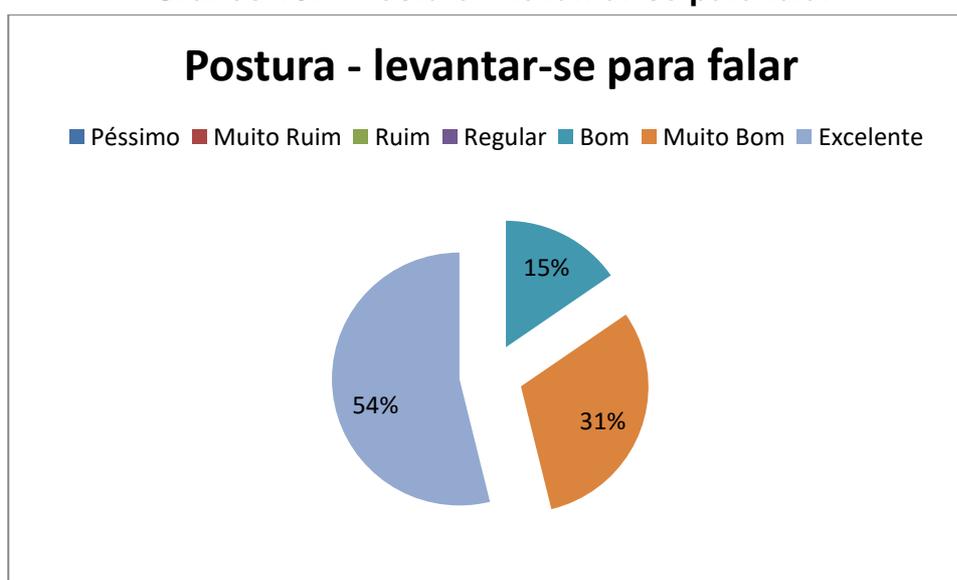
4. 5 Colaboradores

A segunda etapa constitui na atribuição de valores para cada uma das categorias observadas no comportamento dos sujeitos (colaboradores dos meios de hospedagem) em relação aos hóspedes.

Os colaboradores são elos importantes de comunicação do hotel com o hóspede em manter um clima agradável em que as pessoas se sintam bem ao serem recebidas e acolhidas. As primeiras impressões acontecem na chegada ao destino frequentemente desconhecido, e as ações e reações nesta acolhida podem influenciar na avaliação por parte do hóspede em relação ao meio de hospedagem.

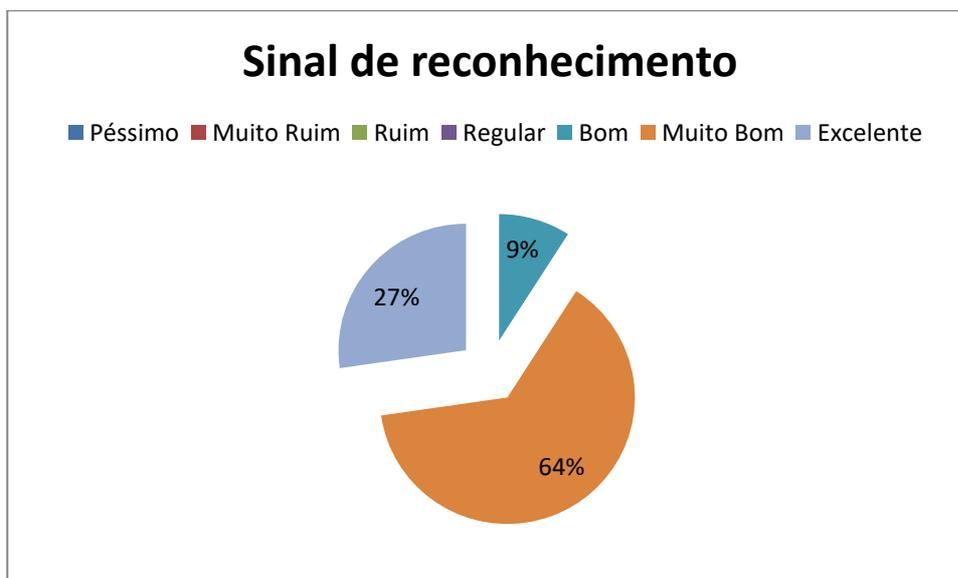
Durante a observação houve empatia por parte dos colaboradores. No entanto, a postura em levantar-se geralmente não ocorre, pois não há assento na maioria das recepções, ou seja, os colaboradores trabalham quase sempre em pé, o que foi considerado neste quesito como algo receptivo, pois esta postura já indica uma disposição mais atenta a quem chega, vista, portanto, como excelente pela pesquisadora de acordo com o índice de 54% nesta avaliação.

Gráfico 18. – Postura – levantar-se para falar



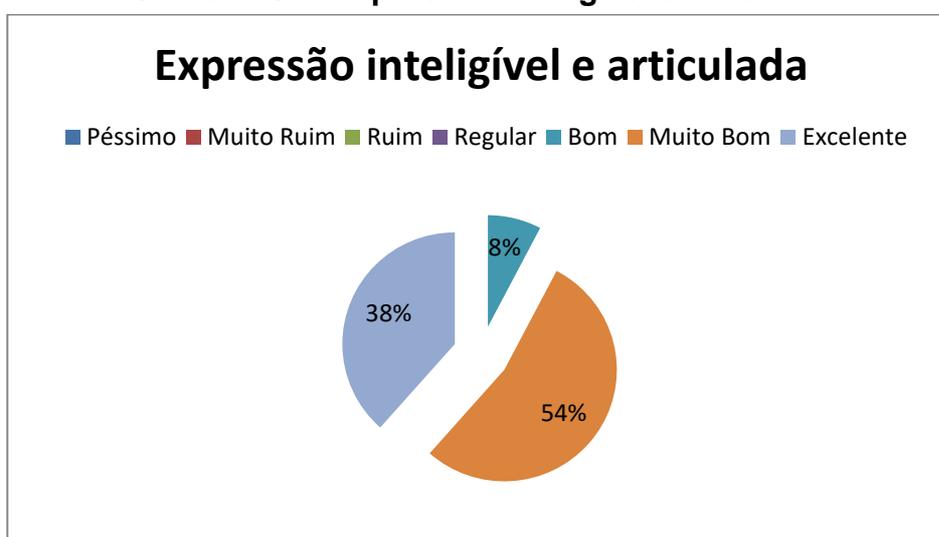
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O sinal de reconhecimento, um dos componentes do Acolhimento nos estudos de Avena (2006, p. 144), “o viajante que chega deseja ser reconhecido como um ser humano, isto é, como um ser que é respeitado enquanto ser”, os dados observados apontam que o comportamento dos colaboradores neste sentido é muito bom em 64%. Para o autor este sentimento deve acontecer naturalmente, o que foi constatado nos meios de hospedagem.

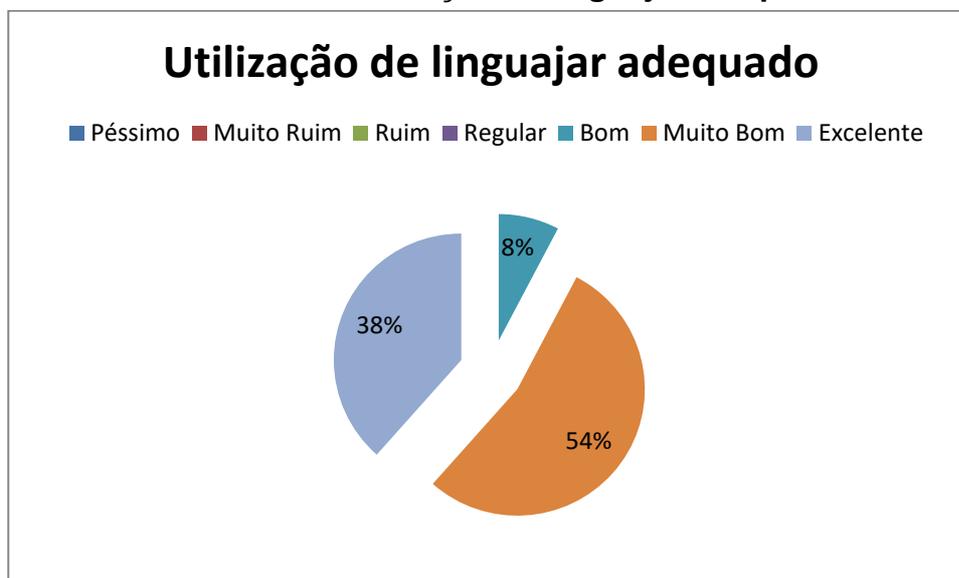
Gráfico 19. – Sinal de reconhecimento

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Esta categoria apresenta-se como muito boa em relação às expressões emitidas pelos colaboradores, este requisito será melhor descrito nos resultados obtidos nos questionários aplicados aos colaboradores dos meios de hospedagem, Apêndice B desta pesquisa, levando em consideração o grau de formação que influi no comportamento avaliado nestas categorias, visto que os Gráficos 19 e 20 mostram os mesmos índices para expressão inteligível e articulada e utilização de linguajar adequado. Acredita-se na relação de formação dos sujeitos e comportamento comunicativo que acontece na recepção dos hóspedes na hotelaria.

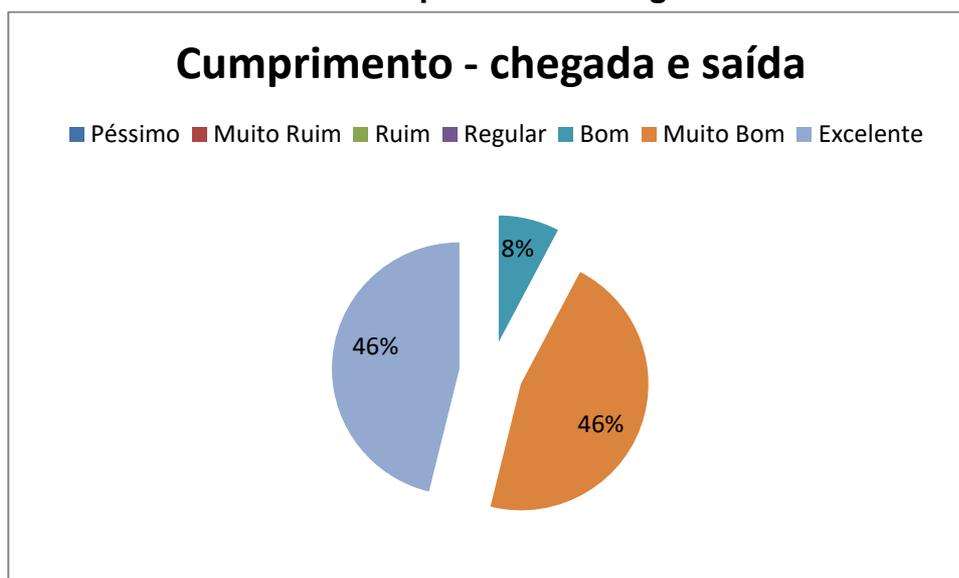
Gráfico 20. – Expressão inteligível e articulada

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Gráfico 21. – Utilização de linguajar adequado

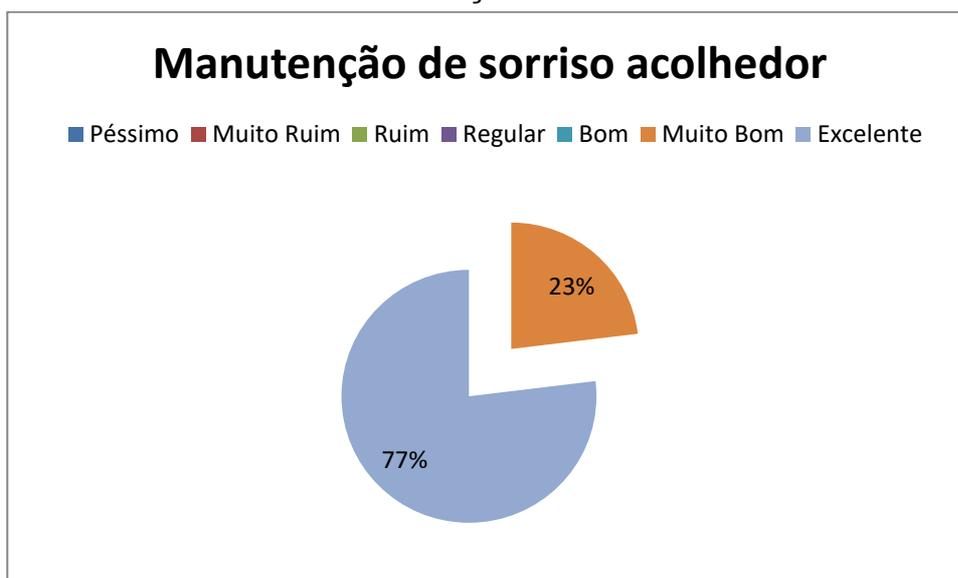
Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

O cumprimento a quem chega aos hotéis acontece de forma natural, não necessariamente induzida, ainda que na maioria das vezes, a pesquisadora, durante o processo de observação, tenha adentrado aos hotéis sem qualquer abordagem. Entrar, sentar, observar, andar pelas dependências do hotel foram ações que ocorreram inicialmente sem interferência de qualquer colaborador dos meios de hospedagem. A partir da necessidade de mais informações a respeito dos hotéis ou curiosidades da pesquisadora relacionadas ao assunto, não houve falta de atenção que se mostrasse significativa para avaliação neste contexto. Acontecendo naturalmente este cumprimento, alternadamente, nos diversos equipamentos observados e em diferentes momentos da observação infere-se como muito boa em 46% deste comportamento. O acompanhamento de clientes/hóspedes ou visitantes até a porta, um dos requisitos, não apresentou valores que pudessem ser considerados.

Gráfico 22. – Cumprimento – chegada e saída

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

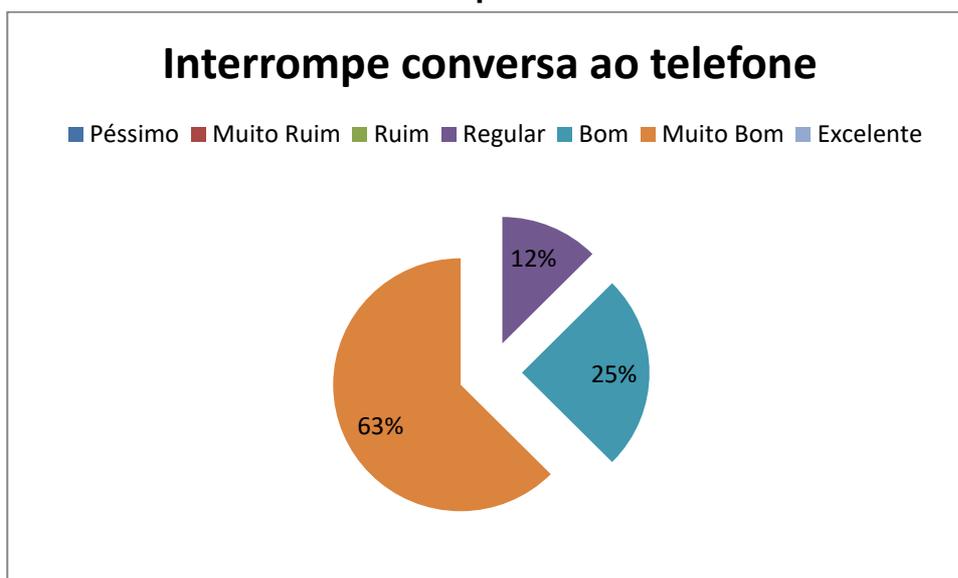
O sorriso é uma das categorias complementares defendidas por Avena (2006, p. 148) em seus estudos, pois “o verdadeiro sorriso, autêntico, é um fenômeno puramente fisiológico, é o resultado de uma excitação moderada que produz no homem o prazer”. Avena (2006, p. 148) salienta ainda que “ele é a primeira resposta às expectativas do viajante, ele é sinal de reconhecimento”. Colaboradores simpáticos, alegres, prestativos, atenciosos foram comportamentos observados durante toda a pesquisa de campo. Demonstrada no gráfico abaixo como excelente, a manutenção do sorriso como receptividade ao hóspede ou qualquer pessoa que adentre aos meios de hospedagem, faz com que o visitante se sinta parte do espaço e conseqüentemente acolhido. Baseado nos conceitos de Avena (2006, p. 148) “sem sorriso o acolhimento toma o aspecto de um procedimento mecânico e desumano. O sorriso espontâneo, sincero, é, assim, um elemento determinante do acolhimento profissional”. Os colaboradores demonstram nestas circunstâncias que o sorriso é um elemento fundamental para o profissional da hotelaria, que quaisquer adversidades que estejam vivendo em suas vidas, devem ser deixadas de lado, afim de não interferir no comportamento durante o exercício de seus cargos e funções.

Gráfico 23. – Manutenção de sorriso acolhedor

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

A hotelaria é uma atividade em que se utiliza muito dos meios de comunicação disponíveis e o atendimento telefônico tem uma importância particular para suprir as necessidades dos hóspedes que muitas vezes se utilizam deste. A conversa ao telefone tende a ser mais sucinta com o intuito de não interferir na comunicação pessoal. Os colaboradores não têm como deixar de lado este atendimento, muito embora devam considerar quem chega pessoalmente e, obviamente, exige prioridade, umas das regras do atendimento ao público.

Durante o processo de observação essas situações ocorreram simultaneamente, porém, sem imprimir falta de atenção às pessoas. Para Avena (2006, p. 149) “o ambiente tem a sua linguagem própria, ele é e si mesmo um discurso, uma mensagem que implica em promessa de bem-estar, de conforto, de acolhimento”.

Gráfico 24. – Interrompe conversa ao telefone

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

As tabelas abaixo apresentam os valores atribuídos ao local de acolhimento nos meios de hospedagem e aos colaboradores.

Tabela 5. – Local do Acolhimento – relação dos valores com as categorias componentes do local do acolhimento

LOCAL DE ACOLHIMENTO	Péssimo	Muito Ruim	Ruim	Regular	Bom	Muito Bom	Excelente
Tamanho adequado - 40 PAX				15%	31%	23%	31%
Tamanho adequado - 2 PAX						31%	69%
Tamanho adequado - 4 PAX						31%	69%
Limpeza						38%	62%
Organização					8%	46%	46%
Manutenção				8%	23%	31%	38%
Cheiro				15%	23%	23%	39%
Mobiliário adequado - 40 PAX				23%	38%	31%	8%
Mobiliário adequado - 2 PAX						62%	38%
Mobiliário adequado - 4 PAX						62%	38%
Estado do mobiliário				15%	15%	31%	39%
Disposição dos balcões				8%	23%	46%	23%
Iluminação				31%	8%	15%	46%
Temperatura				15%	8%	31%	46%
Condição de aconchego				23%	23%	31%	23%
Sinalização				8%	15%	54%	23%
Oferta de bebidas			23%	39%		38%	

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

Tabela 6. – Comportamento dos Sujeitos – atribuição de valores para cada categoria observada

COLABORADORES	Péssimo	Muito Ruim	Ruim	Regular	Bom	Muito Bom	Excelente
Postura - levantar-se para falar					15%	31%	54%
Sinal de reconhecimento					9%	64%	27%
Expressão inteligível e articulada					8%	54%	38%
Utilização de linguajar adequado					8%	54%	38%
Cumprimento - chegada e saída					8%	46%	46%
Acompanhamento até a porta					100%		
Manutenção de sorriso acolhedor						23%	77%
Manutenção de olhar acolhedor						23%	77%
Demonstração de aborrecimento							
Interrompe conversa ao telefone				12%	25%	63%	

Fonte: Dados da Pesquisa, 2017.

4.5.1 Entrevistas e análise dos resultados

Para atender aos objetivos desta pesquisa, as entrevistas baseadas nas questões do Apêndice B, foram aplicadas, em parte, pessoalmente e outras por formulários deixados nos meios de hospedagem e também enviados por correio eletrônico.

Antes do efetivo trabalho de campo foi possível conhecer a realidade que a pesquisadora enfrentaria no decorrer do estudo. Foram feitas algumas entrevistas como pré-teste no intuito de validar as questões que compõem o Apêndice B, formulário destinado à coleta de dados sobre os colaboradores da Hotelaria.

Para a análise dos dados utilizou-se das técnicas utilizadas nos estudos de Avena (2006). A multirreferencialidade enquanto bricolagem definida por Borba (1998, p. 17) em como “Fazer ciência não é “conformar-se”, nem “metodologizar-se”, pois é necessário, por vezes, sair do conforto das metodologias prontas. É o fazer ciência, o criar, o construir ciência que definirá a “composição” (a bricolagem) metodológica”. Na concepção deste autor, é na construção do campo de pesquisa que se define a elaboração das metodologias.

Para algumas questões, foram tomadas como parâmetros de análise as palavras-chave das questões relacionadas com os objetivos do estudo, já expostos anteriormente neste trabalho, as co-ocorrências das respostas dos entrevistados e as relações existentes, positivas (associações) e/ou negativas (oposições).

4.5.2 Identificação dos sujeitos

O foco da pesquisa não visa, necessariamente, identificar os sujeitos pela profissão exercida, mas colaboradores da Hotelaria em geral que são fundamentais na operacionalização dos seus serviços. De forma que foram entrevistados 53 colaboradores dentre eles: mensageiros, governantas, camareiras, telefonistas e recepcionistas. Estes últimos em número relativamente maior. Avena (2006, p. 62) os denomina como “aquele que recepciona, atende, acolhe os clientes, hóspedes, turistas que estão no balcão da recepção, tanto dos grandes quanto dos pequenos meios de hospedagem”, levando em consideração que estes profissionais são responsáveis pelo atendimento aos clientes dos meios de hospedagem e estão ligados ao processo de acolhimento de qualidade esperado pelo viajante.

Apresenta-se a seguir o perfil da amostra dos sujeitos ressaltando algumas características, com base nos dados levantados durante a pesquisa de campo. Aspectos socioculturais destes sujeitos são expressos por algumas categorias como sexo, faixa etária, escolaridade (nível fundamental, ensino médio, técnico e superior, concluídos ou não), cursos relacionados à área hoteleira, idiomas (básico, intermediário e avançado), assim como faixa salarial, entre outros aspectos dispostos no Apêndice B – Instrumento de coleta de dados utilizado.

Ao todo foram entrevistados 53 colaboradores, cujo quadro apresentado descreve o cargo/função, o sexo e a idade dos sujeitos.

A maioria dos colaboradores entrevistados exerce a função de recepcionistas com 36 sujeitos, porém, neste estudo faz-se necessário apresentar o número de colaboradores respondentes de outras áreas que, além dos recepcionistas, também exercem funções intrinsecamente ligadas ao processo de acolhimento nos meios de hospedagem. Assim, foram inclusos mensageiros (8 sujeitos), camareiras (3 sujeitos), governantas (3 sujeitos) e telefonistas (3 sujeitos) que se encarregam, também, de receber o turista, bem como de preparar os equipamentos para o acolhimento dos hóspedes.

O próximo dado levantado refere-se ao sexo dos sujeitos, tendo como objetivo apresentar qual sua preponderância nos meios de hospedagem no processo de acolhimento ao turista. No quadro geral há uma predominância do sexo masculino (31 sujeitos = 58%). O sexo feminino está representado por 22 sujeitos, 42%. Neste quesito optou-se por não apresentar uma porcentagem por cargo/função, uma vez

que apenas as funções de camareira (3 sujeitos) e governanta (3 sujeitos) são, neste caso, exclusivamente do sexo feminino.

Em relação à faixa etária de todos os 53 sujeitos da pesquisa, os colaboradores concentram-se em maior número na faixa entre 22 e 30 anos (30% = 16 sujeitos) seguidos de 20 a 25 anos (25% = 13 sujeitos), de 31 a 35 anos (21% = 11 sujeitos), de 36 a 45 anos (13% = 7 sujeitos) e por último, acima de 46 anos (11% = 6 sujeitos).

Segundo Avena (2006, p. 65), “os meios de hospedagem estão voltados para a categoria de turismo e lazer e procuram apresentar uma imagem de jovialidade, bem-estar com a vida”, muito provavelmente estes estabelecimentos buscam pessoas com mais capacidade de desenvolver suas funções com maior agilidade e desenvoltura.

Quadro Interpretativo – Questões 1 a 3 – Identificação dos aspectos socioculturais dos Colaboradores – Cargo/Função; Sexo e Idade.

Quadro 1. Identificação dos sujeitos - aspectos socioculturais dos Colaboradores nos Meios de Hospedagem

Cargo/Função	Recepcionista – (36) Mensageiro – (8) Camareira – (3) Governanta – (3) Telefonista – (3)
Sexo	Feminino – 22 Masculino – 31
Idade	20 a 25 anos – 13 26 a 30 anos – 16 31 a 35 anos – 11 36 a 45 anos – 7 Acima de 46 anos – 6

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Passa-se a seguir à análise dos aspectos específicos do perfil socioeducacional que caracterizam os sujeitos quanto ao nível de escolaridade, cujos dados compõem o quadro abaixo.

A educação formal é fator fundamental na formação dos sujeitos, além da formação humana que contribui para as percepções do desenvolvimento dos aspectos sócio-histórico-culturais. Para Avena (2006, p. 49) “o sujeito tem a necessidade de construir uma competência multi-pluri-paradigmática para estar em consonância com o seu tempo e poder identificar tendências para o seu futuro e o da

sociedade em que está inserido”. Nesta perspectiva, esta pesquisa procurou identificar o nível de formação dos sujeitos.

O quadro que segue, com os dados coletados na pesquisa, refere-se às questões 4 e 6 do instrumento de coleta de dados e apresenta a realidade educacional dos entrevistados, trazendo os níveis de formação dos sujeitos colaboradores dos meios de hospedagem.

Os aspectos educacionais estão representados no quadro a seguir que mostra o nível de escolaridade dos colaboradores. A maioria dos sujeitos possui nível superior (57% = 30 sujeitos), em segundo lugar o ensino médio (34% = 18 sujeitos), ensino fundamental (7% = 4 sujeitos) e por último o nível técnico (2% = 1 sujeito).

Esta realidade se mostra animadora uma vez que (57% = 30 sujeitos) dos entrevistados têm formação superior, ainda que, destes, (40% = 12 sujeitos) não tenham concluído seus estudos neste nível. A maioria (60% = 18 sujeitos) tem nível superior completo. A segunda posição é representada pelos concluintes do ensino médio (90% = 18 sujeitos).

Mesmo a maioria possuindo nível superior, percebe-se que há uma dificuldade de conclusão dos estudos por parte dos colaboradores visto que 40% destes não concluíram seus cursos. Assim como nos níveis inferiores, os dados mostram esta realidade. Embora não expressas nas respostas efetivas às questões aplicadas aos colaboradores, a pesquisadora inferiu por meio do contexto que estas dificuldades são diversas e contribuem para a interrupção dos estudos, mas que o sentimento presente aponta para a continuidade da formação dos sujeitos. Nessa perspectiva, Bissoli (2002, p. 38) ressalta que:

O profissional de Turismo e Hotelaria deve ser preparado para a realidade das atividades da área, com atitudes e procedimentos que atentem para as atividades globais, o conhecimento de mercado, a qualidade e responsabilidade na prestação de serviços.

Significa dizer que, intrinsecamente, os profissionais estão cientes de que a continuidade dos estudos contribui para o aperfeiçoamento das funções exercidas.

Falar um idioma traz qualificação diferenciada ao profissional da hotelaria, tendo em vista a diversidade de cultural dos turistas que frequentam os meios de hospedagem. Os respondentes, em sua maioria, falam algum idioma com ênfase na língua inglesa, não necessariamente neste idioma, mas o nível avançado predomina

neste quesito. Assim, considera-se que embora ainda precária, a educação permeia o contexto de formação do profissional da Hotelaria.

Avena (2006, p. 48) enfatiza que “uma sociedade competente, eficaz e eficiente somente se edifica mediante a formação dos seus cidadãos”. Assim ocorrendo, pressupõe-se uma qualificação apropriada a cada profissão e, para o autor, isto os instrumentaliza para a “compreensão de si como sujeitos inseridos no sistema sociocultural que os formou, que formatou o seu imaginário, as suas representações mentais da sociedade e de si mesmos”.

Quadro Interpretativo – Questões 4 e 6 – Escolaridade e Idioma - Identificação dos aspectos educacionais dos Colaboradores

Quadro 2. Aspectos educacionais dos Colaboradores nos Meios de Hospedagem

Escolaridade (concluído/não concluído)	Ensino Fundamental – (4)	Concluído – (2) Não concluído – (2)
	Ensino médio – (18)	Concluído – (16) Não concluído – (2)
	Técnico – (1)	Concluído – (1) Não concluído – (0)
	Superior – (30)	Concluído – (18) Não concluído – (12)
Idioma Inglês – (34) Espanhol – (12) Francês – (6)	Sim – (38)	Básico – (10)
	Não – (15)	Intermediário – (14)
		Avançado – (24)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A questão 5, apresenta a formação nas áreas voltadas para o Turismo e a Hotelaria, pois considera-se que os conhecimentos adquiridos na área de atuação dos colaboradores influenciam na qualidade do acolhimento ao turista nos meios de hospedagem.

Quadro interpretativo - Questão 5 – Aspectos educacionais dos Colaboradores na área de Hotelaria

Quadro 3. Aspectos educacionais dos colaboradores. Cursos relacionados à área hoteleira

<p>Curso na área de Hotelaria</p>	<p>Não – (9) Sim – (40) Não respondeu – (4)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Turismo (9) - Técnico em Eventos - Técnico em Hotelaria - Hotelaria (2) - Hospedagem - Relações Internacionais - Guia turístico - Oferecidos pelo hotel (9) - Administração (2) - Administração Hoteleira - Atendimento ao cliente (5) - Recepção - Camareira - Idiomas (6) - Nenhum (9) - Não respondeu (4)
--	---	---

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para responder a questão de pesquisa “A formação dos sujeitos, geral e profissional, permite o desenvolvimento de conhecimento sobre o acolhimento turístico e hoteleiro na cidade de Brasília?”

Observa-se que a maioria dos colaboradores, 75%, possuem cursos na área, cuja incidência se volta, primeiramente, para o curso de Turismo, além de cursos oferecidos pelos meios de hospedagem como forma de qualificação dos sujeitos. Do total de respondentes 17% declararam não possuir nenhum curso de qualificação, ainda que este número seja bem inferior aos que têm ou tiveram acesso à educação voltada para o segmento, é importante considerar que estes profissionais estão exercendo funções nos meios de hospedagem, em contato com o cliente, atuando no acolhimento ao turista. O acolhimento se dá, entre vários fatores, por meio da educação, do treinamento e pessoas mais preparadas podem demonstrar melhor desempenho e qualidade naquilo que estão fazendo.

De acordo com os dados, citam-se os cursos mais recorrentes como: Turismo; Cursos de qualificação oferecidos pelos meios de hospedagem;

Atendimento ao cliente; Idiomas; Hotelaria e Administração, além de outros menos citados, porém, ligados às áreas pertinentes ao Turismo e à Hotelaria.

Os cursos de idiomas também sobressaem no quesito formação, como citado anteriormente no Quadro 2, com ênfase no nível avançado dos idiomas cursados.

Os dados revelam que a maioria dos colaboradores tem formação específica. A partir dessa constatação, pode-se inferir que isto pode contribuir para uma maior qualidade aos serviços prestados. Esta realidade vem ao encontro do pensamento de Castelli salientando que:

Além da formação técnico-científica, deve-se pôr em evidência também as qualidades humanas na formação do profissional especializado. O profissional hoteleiro trata diretamente com gente e busca, através da prestação de serviços, a satisfação das necessidades e dos desejos de outros seres humanos. Isso exige um engajamento pessoal total, muita iniciativa e criatividade. É da análise das aptidões físicas, intelectuais, sociais, de caráter e de trabalho que se pode forjar o verdadeiro profissional, isto é, um homem vocacionalmente voltado para a hotelaria. (CASTELLI, (2003, p. 37).

Os sujeitos consideram a educação de suma importância para o seu autoconhecimento, bem como para serem aceitos como profissional.

Infere-se por meio dos dados a seguir, que a satisfação em atender, prestando um serviço de qualidade, está expressa nos relatos dos colaboradores, cujo conteúdo se refere ao nível de satisfação com a profissão dos sujeitos entrevistados.

Quadro interpretativo – Questão 7: Como você classifica o seu nível de satisfação com essa profissão relacionada à hotelaria?

Quadro 4. Nível de satisfação com a profissão na Hotelaria.

COLABORADOR	Excelente – (19) Bom – (28) Razoável – (6) Ruim – (0)
Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
<ul style="list-style-type: none"> - gosto de lidar com o público (3) - amo trabalhar aqui e me sinto feliz no trabalho (2) - aprendo na teoria o que estou executando na prática - os desafios são ótimos e é divertido lidar com pessoas - gosto do que faço (9) - gosto do atendimento ao hóspede - não há rotina no atendimento - posso melhorar profissionalmente - escolhi a profissão desde pequena - tenho encontrado prazer no meu trabalho, gosto de atender e bem servir - boa comunicação para prestar um bom serviço - experiência e aplico o que estudei - adoro meu trabalho e sou feliz sendo camareira (2) - realização profissional (3) - gosto da minha profissão e procuro fazer sempre o melhor - conhecer um pouco de cada cultura - adquire experiência e conhecimento de outras culturas, costumes e línguas (2) - tenho benefícios trabalhando na área - procuro me atualizar na profissão - foi o que escolhi, trabalho há 10 anos - é rentável para mim - supera minhas expectativas - identificação com a área e a profissão exercida - a hotelaria abriga profissionais de outras áreas - estou me adaptando - amo a hotelaria, foi meu primeiro emprego - ambiente hoteleiro propício para a aprendizagem e formação de profissionais mais capacitados - serve como experiência para o profissional se adaptar a outros mercados de trabalho 	<ul style="list-style-type: none"> - não é minha área de formação - não gosto muito de formalidades - não há cursos voltados para a área - escala de trabalho cansativa - carga horária pesada - correria e muito trabalho - é uma área limitada - trabalho mal remunerado - os donos acham que o cliente sempre tem razão - necessita de formação e sistematização da profissão - exigir formação, qualificação para desempenho da função - queria estar numa função melhor - venho de outra área de formação - não respondeu (5)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A questão acima propicia dois momentos a serem analisados. O primeiro quantifica o nível por meio dos indicadores Excelente, Bom, Razoável e Ruim. A incidência maior em 53% considera bom o nível de satisfação com o trabalho, seguido de 36% excelente e 11% razoável. Nenhum dos 53 colaboradores respondeu que considera ruim trabalhar nos meios de hospedagem. Já o segundo momento refere-se à análise motivada pela expressão chave **satisfação com a profissão**, apresentando as associações e oposições.

De maneira geral os relatos dos colaboradores são distintos, porém, demonstram que trabalhar na Hotelaria traz satisfação a estes sujeitos. Nesta questão foram consideradas mais de uma opção de resposta para as relações.

No discurso dos entrevistados **gostar do que faz** se destaca nas relações positivas. O quadro anterior traz estas relações cujas expressões mais citadas como: **realização profissional; adquire experiência e conhecimento de outras culturas, costumes e línguas; gosto de lidar com o público; amo trabalhar aqui e me sinto feliz no trabalho;** representam o contentamento com a profissão. A expressão chave gerou ainda as seguintes relações positivas: **aprendo na teoria o que estou executando na prática; os desafios são ótimos e é divertido lidar com pessoas; gosto do atendimento ao hóspede; não há rotina no atendimento; posso melhorar profissionalmente; escolhi a profissão desde pequena; tenho encontrado prazer no meu trabalho, gosto de atender e bem servir; boa comunicação para prestar um bom serviço; experiência e aplico o que estudei; gosto da minha profissão e procuro fazer sempre o melhor; conhecer um pouco de cada cultura; tenho benefícios trabalhando na área; procuro me atualizar na profissão; foi o que escolhi, trabalho há 10 anos; é rentável para mim; supera minhas expectativas; identificação com a área e a profissão exercida; a hotelaria abriga profissionais de outras áreas; estou me adaptando; amo a hotelaria, foi meu primeiro emprego; ambiente hoteleiro propício para a aprendizagem e formação de profissionais mais capacitados; serve como experiência para o profissional se adaptar a outros mercados de trabalho.** O processo de acolhimento de qualidade está diretamente ligado à forma como estes colaboradores se comportam em seu ambiente de trabalho - neste caso específico - os meios de hospedagem.

As relações negativas também são diversas: **não é minha área de formação; não gosto muito de formalidades; não há cursos voltados para a área; escala de trabalho cansativo; carga horária pesada; correria e muito trabalho; é uma área limitada; trabalho mal remunerado; os donos acham que o cliente sempre tem razão; necessita de formação e sistematização da profissão; exigir formação, qualificação para desempenho da função; queria estar numa função melhor; venho de outra área de formação,** não houve coincidências nas relações negativas.

Apenas cinco colaboradores não se manifestaram sobre estar satisfeito com o trabalho.

Quanto ao senso de realização profissional e quanto ao uso das suas atribuições para realizar o trabalho, os entrevistados afirmaram que procuram realizar suas tarefas com dedicação, portanto, fazem com carinho tudo aquilo que leva a sua participação.

A seguir apresenta-se a faixa de renda dos colaboradores pesquisados que desenvolvem suas atividades na hotelaria.

Quadro interpretativo – Questão 8 – Qual sua faixa de renda atual (em salário mínimo)?

Quadro 5. Faixa de renda dos colaboradores.

Faixa de renda (salário mínimo)	De 1 a 3 – (35) De 3 a 5 – (14) De 5 a 9 – (2) Acima de 10 – (0)
---------------------------------	---

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Considerando que a renda salarial é algo que atrai o colaborador a procurar um emprego para atender suas necessidades básicas, em alguns relatos percebe-se que os sujeitos falam de remuneração, gorjetas como estímulo profissional, ainda que não seja a principal motivação para o trabalho neste caso. A faixa salarial dos colaboradores que representa a maioria 69% (35 sujeitos) recebe até três salários mínimos, 27% (14 sujeitos) três a cinco salários e 4% (2 sujeitos) de cinco a nove salários mínimos.

Estes dados apontam para uma situação econômica insatisfatória incompatível com o nível de exigência de formação profissional dos colaboradores dos meios de hospedagem. Acredita-se que os relatos observados/coletados durante a pesquisa sobre o gosto pela profissão, em que se sentem felizes com o que fazem, seja uma espécie de contentamento pelas funções que exercem. Visto que baixa remuneração certamente não proporciona crescimento profissional e até a formação continuada. Na educação brasileira há casos de jovens que não têm a oportunidade de se dedicar aos estudos, por diversas causas, mas que tardiamente acabam optando por uma graduação, por acreditar que este seja um caminho mais fácil para uma colocação no mercado de trabalho. A baixa remuneração acaba se tornando um

impeditivo para o próprio aperfeiçoamento. Muitos não conseguem se dedicar à qualificação e formação porque precisam trabalhar para adquirir sua renda, não sobrando tempo para realizar cursos extracurriculares.

A seguir apresenta-se a opinião dos colaboradores quanto a importância do desenvolvimento das atividades na área do turismo na cidade de Brasília.

Quadro interpretativo – Questão 9 – Você considera importante o desenvolvimento da atividade turística na cidade?

Quadro 6. Importância da atividade turística na cidade de Brasília.

	Importância da atividade turística na cidade
Colaboradores	SIM (50) NÃO (3)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Esta questão apresenta dois momentos de análise. Primeiro a opinião dos colaboradores sobre considerar importante o desenvolvimento da atividade turística na cidade e 94% (50 sujeitos) responderam afirmativamente. Por sua vez, 6% (3 sujeitos) responderam negativamente.

A partir deste índice passa-se à análise dos resultados baseada nas relações positivas e negativas sobre o assunto em relação à cidade que abriga os meios de hospedagem da pesquisa.

Quadro 7. Importância da atividade turística na cidade de Brasília.

Atores sociais representativos	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - capital administrativa e política do Brasil - geração de emprego no setor - o turismo gera renda e movimentação a economia - por ter muito pontos turísticos - divulgação da cidade - sem turismo e lazer ou negócio a hotelaria não sobrevive - para valorização do turismo e da hotelaria na cidade 	<ul style="list-style-type: none"> - para a economia da cidade - aumentar a popularidade da cidade no Brasil - é a capital administrativa e política do Brasil (2) - traz os hóspedes pra cidade - por ser a capital do país - por ser a sede do governo - é algo necessário para a cidade - geração de emprego no setor (13) - o turismo gera renda e movimentação a economia (8) - por ter muito pontos turísticos (2) - por ter bons hotéis - expressa a imagem da cidade - a capital é diferente das outras com histórias diferentes - o turismo é mola propulsora da atividade hoteleira - para gerar a prática da hospitalidade - para melhor visibilidade da cidade no mundo - é uma necessidade do profissional - para trazer novas empresas para a cidade - divulgação da cidade (3) - para qualificação profissional - trazer benefícios para a cidade - para o desenvolvimento e crescimento da cidade - sem turismo e lazer ou negócio a hotelaria não sobrevive (2) - para conhecer as pessoas - para vender mais diárias - para valorização do turismo e da hotelaria na cidade (2) - pelo potencial turístico da cidade - para divulgar restaurantes e pontos turísticos - divulgar a cultura brasiliense - porque o lazer influencia a qualidade de vida 	<ul style="list-style-type: none"> - não sei de nada que tenha acontecido para ajudar no desenvolvimento - não recebe atenção do governo - só visto meu trabalho - considerar a cidade apenas como polo administrativo - não sei falar - necessita de incentivos por parte do governo - não respondeu (5)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para os colaboradores, a importância da atividade turística na cidade de Brasília se ancora na **geração de emprego no setor**, tendo em vista a iniciativa privada ser o principal empregador do ramo. Para os sujeitos, nas relações positivas, **o turismo gera renda e movimentação a economia**, além de citar que a cidade dispõe de **vários pontos turísticos**, relatam a importância de **divulgação da cidade**, salientam que Brasília é a **capital administrativa e política do país**, apesar deste aspecto é importante **valorizar o turismo e a hotelaria**, bem como **trazer novas empresas para a cidade, trazer qualificação profissional, divulgar a cultura brasiliense, Brasília é uma capital diferente de outras cidades, o lazer influencia na qualidade de vida**, além de outros aspectos positivos.

Já para as relações negativas relataram as seguintes expressões: **não sei de nada que tenha acontecido para ajudar no desenvolvimento; não recebe atenção do governo; só visto meu trabalho; considera a cidade apenas como polo administrativo; não sei falar; necessita de incentivos por parte do governo.**

Brasília carrega o título de Patrimônio Cultural da Humanidade, de cidade do poder, de cidade moderna e entende-se pelos relatos dos colaboradores que a importância de divulgar uma cidade com estes atributos, atraindo a visitação e, conseqüentemente, a geração de empregos aumenta e a exigência por profissionais da área que atendam às necessidades do setor requer educação específica, o que será analisado no próximo item deste estudo.

Quadro interpretativo – Questão 10 – Na sua opinião, há incentivos por parte do governo para qualificar os profissionais da área?

Quadro 8. Incentivos do governo para qualificação profissional na área de Hotelaria

	Há incentivos do governo para qualificação profissional
Colaboradores	SIM (5) NÃO (48)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O incentivo governamental sobre o turismo é algo importante para a economia das cidades, visto que o Turismo vem crescendo e nos últimos tempos tem se mostrado fundamental na vida das pessoas, na economia das cidades, dos países. A expansão do fenômeno turístico implica um conseqüente crescimento de uma série

de itens necessários relacionados com o abastecimento do novo mercado, tais como: construção de hotéis, aeroportos, equipamentos de manutenção, planejamento governamental e treinamento de pessoal especializado, visando, sobretudo, a qualificação do produto turístico. A preocupação nos dias de hoje é a realidade no atendimento e a diversificação nos serviços oferecidos aos hóspedes dos hotéis. Quem chega deseja ser bem recebido. Na opinião dos colaboradores da hotelaria 91% afirmam que não há incentivos por parte do governo em qualificar profissionais que atendam esse mercado, apenas 9% acreditam que há incentivo governamental.

A qualificação profissional se mostra relevante para que o processo de acolhimento atenda às necessidades de quem chega à cidade, ao equipamento turístico almejando a melhor estadia, o melhor atendimento durante a visita.

O quadro que segue traz as relações positivas e negativas acerca deste item que enfatiza a qualificação na área da Hotelaria.

Quadro 9. Qualificação profissional na área de Hotelaria.

	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> - as empresas se encarregam de qualificar os profissionais (2) - há preocupação do MTur para o setor - a universidade pública da cidade oferece curso de graduação em turismo (2) - cursos de qualidade são da iniciativa privada (3) - acreditar no retorno que a área pode oferecer - para gerar mais emprego 	<ul style="list-style-type: none"> - não tenho informações positivas (13) - o governo prioriza outras áreas (2) - qualquer pessoa de exerce funções típicas do turismólogo - dificuldade de entrar no mercado de trabalho - investimentos escassos (7) - potencial turístico pouco aproveitado - falta curso técnico ou graduação específica para a área (5) - a área é esquecida pelo governo (4) - cursos pouco divulgados - desinteresse governamental em qualificar profissionais para a hotelaria (5) - por considerar a cidade apenas administrativa - falta de respeito com a classe trabalhadora - oferta de cursos apenas em época de grandes eventos (4)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Nesta questão, além de opinar entre Sim e Não sobre o incentivo do governo sobre qualificação profissional, os colaboradores expuseram o que pensam sobre este assunto, como extensão da questão, foi perguntado por que acreditam nesta resposta.

As opiniões ficam divididas entre relações positivas e negativas com respostas livres.

Para as associações positivas citam, dentre algumas, que as **empresas se encarregam de qualificar os profissionais; cursos de qualidade são da iniciativa privada**; acreditam no **retorno que a área pode dar à profissão**. Já as associações negativas aparecem em maior número de ocorrências nesta ordem: **não tenho informações positivas; investimentos escassos; falta curso técnico ou graduação específica para a área; desinteresse governamental em qualificar profissionais para a hotelaria; a área é esquecida pelo governo; oferta de cursos apenas em época de grandes eventos; o governo prioriza outras áreas**.

Estas impressões mostram que os cursos ou treinamentos oferecidos pelas empresas de hospedagem sobressaem aos da iniciativa pública, na concepção dos colaboradores. Alguns cursos são oferecidos por universidades, mas no nível superior e não no nível técnico e que de certa forma qualificam mais diretamente para a mão de obra exercida pelos sujeitos nos meios de hospedagem.

Importa ressaltar que nos estudos de Avena (2006, p. 190):

A educação deve instrumentalizar os sujeitos a desenvolverem uma competência interpessoal adequada a essa compreensão humana e, assim ser possível a melhoria da qualidade de vida social e, também da vida profissional dos sujeitos. Ressalta-se que no contexto profissional específico da atividade turística e hoteleira, este aspecto tem uma importância ímpar, pois havendo uma boa relação entre o turista e o profissional, ocorrendo o acolhimento de qualidade, haverá por sua vez a satisfação do cliente e do desenvolvimento da socioeconômico da localidade.

Estima-se que de acordo com os relatos, a atenção à qualificação profissional por parte do governo, incida diretamente no acolhimento de qualidade nos meios de hospedagem na opinião dos 53 sujeitos da amostra.

A ação do governo com propósitos de qualificar pessoas, pode resultar em melhorias em todas as áreas, especialmente na área de Turismo e Hotelaria, para enfatizar este aspecto, a análise do conteúdo dos respondentes na questão seguinte, que ressalta o que torna o indivíduo um bom profissional, aponta, entre outros requisitos, para a necessidade de qualificação de pessoal.

Quadro interpretativo – Questão 11 – O que torna uma pessoa um bom profissional na Hotelaria?

Quadro 10. Profissional na área de Hotelaria.

Palavra-chave/ Expressão-chave	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Bom profissional	<ul style="list-style-type: none"> - excelência no atendimento (3) - estudo e dedicação (11) - ter bom conhecimento, vontade de aprender (4) - ter qualificação na área (11) - gostar do que faz (17) - ser pontual, assíduo (3) - ter compromisso com o trabalho (6) - saber trabalhar em equipe (3) - se colocar no lugar do outro (2) - ter boa remuneração (2) - ser paciente - ser honesto (3) - ter ética (2) - ter atitude 	- não houve relatos

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A fim de verificar qual a opinião dos colaboradores sobre o que vem a ser um bom profissional, estas opiniões na interpretação da pesquisadora, soam como uma espécie de autoavaliação, avaliação por parte do colaborador sobre suas atividades, uma vez que os relatos dos sujeitos se encaminham neste sentido quando citam que: **gostar do faz; ter qualificação na área; ter estudo e dedicação; ter bom conhecimento e vontade de aprender; ter compromisso com o trabalho; saber trabalhar em equipe; ser pontual e assíduo; ser honesto; ter ética, se colocar no lugar do outro;** entre outras relações positivas, são características do comportamento humano em relação às atitudes que devem motivar o interesse pela profissão. Um profissional que não se preocupa com estes aspectos certamente não terá êxito no cargo escolhido. Nesta questão foram consideradas mais de uma opinião dada pelos entrevistados. Não houve relatos para as relações negativas.

A questão 12 relata, na opinião dos colaboradores, quais são os problemas enfrentados na profissão no que diz respeito ao contato direto com o cliente/visitante/hóspede.

Quadro interpretativo – Questão 12 – Quais são os maiores problemas enfrentados na sua profissão relacionados ao atendimento direto com o hóspede?

Quadro 11. Problemas no atendimento.

	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Problemas no atendimento	<ul style="list-style-type: none"> - falta de escolas para aprofundar os estudos - falta de compreensão por parte do hóspede - baixos salários - falta de comunicação - falta de tempo para atender melhor 	<ul style="list-style-type: none"> - pessoas fluentes em outras línguas - não tenho problemas com hóspedes (6) - receber 10% de taxa de serviço 	<ul style="list-style-type: none"> - não respondeu - falta de escolas para aprofundar os estudos (11) - falta de comunicação (3) - os hóspedes não relatam os problemas (2) - falta de interesse dos colegas (2) - falta de compreensão por parte do hóspede (8) - falta de conhecimento de outros idiomas (9) - ofensa - entregar algo errado para o hóspede - sumir algo do hóspede - falta de tempo para atender melhor (2) - baixos salários (3) - receber suporte da empresa - falta de funcionários (2)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Esta questão traz a profissão do colaborador para o foco da análise. É no seu exercício que se configuram os aspectos práticos do dia a dia no contato direto com o hóspede e é por meio destas percepções que os relatos trazem as relações positivas e negativas expostas pelos sujeitos.

As expressões mais frequentes são relatadas de forma negativa como necessidade de aprimoramento pessoal como a questão da qualificação profissional. Os sujeitos citam a falta de **escolas para aprofundar os estudos** e falta de **conhecimento de outros idiomas**, isto mostra que o colaborador tem interesse em se qualificar melhor. Citam ainda a **falta de compreensão por parte dos hóspedes**; que estes **não relatam os problemas ocorridos** nos meios de hospedagem. Durante a entrevista foi possível indagar a que se refere essa não compreensão. Alguns sujeitos referiam-se à não comunicação dos clientes enquanto estão no hotel, mas quando dispõem das redes sociais denigrem a imagem do equipamento. **Falta de interesse dos colegas; baixos salários e falta de tempo para melhor atender**, configuram, também, relações negativas. As associações positivas aparecem mais

timidamente, ainda ligadas à qualificação profissional, salientando que **pessoas fluentes em outras línguas**, pode ser um indício de bom atendimento ao hóspede.

Alguns relataram **não sofrer problemas com clientes e receber 10% de taxa de serviço** pode ser interpretado como interesse, porém, pode influenciar no comportamento destes colaboradores no desenvolvimento de suas funções na Hotelaria.

A qualificação pressupõe características, atributos de forma complementar que permitem ao indivíduo se posicionar bem no mercado de trabalho, visando preparar e aprimorar suas habilidades, com isso, executar da melhor forma suas atribuições.

A próxima análise refere-se às melhorias no processo de acolhimento ao turista nos equipamentos de hospedagem.

Quadro interpretativo – Questão 13 – O que você acha que deveria melhorar no processo de acolhimento ao turista nos equipamentos de hospedagem?

Quadro 12. Melhorias no processo de acolhimento

	Palavra-chave/ Expressão -chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Colaboradores	Melhorias	<ul style="list-style-type: none"> - gostar do que faz (4) - mostrar cuidado com o cliente (3) - acolhe-se bem o hóspede (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - gostar do que faz (4) - alocar o hóspede em outra suíte caso tenha problema - vontade de aprender - competência - honestidade - acolhe-se bem o hóspede (2) - mostrar cuidado com o cliente (3) - equipamentos são bem estruturados - estou aprendendo 	<ul style="list-style-type: none"> - falta comunicação - falta informação sobre a cidade (7) - os hóspedes não relatam ao hotel como foi a estada e depois fazem isto na internet - falta experiência e qualificação (10) - receber os 10% da taxa de serviço - falta curso de línguas (2) - falta segurança (3) - melhorar o <i>check in</i> - melhor atendimento na recepção (5) - falta exploração do turismo na cidade - falta hospitalidade - faltam pontos de atendimento ao turista (2) - falta transporte - não respondeu (9)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Esta questão objetiva observar as melhorias possíveis do ponto de vista dos colaboradores para com o processo de acolhimento ao turista nos meios de hospedagem.

Percebe-se que os relatos giram em torno do amor à profissão, em várias questões os colaboradores induzem a acreditar que os resultados bons ou ruins podem estar ligados ao gosto pelo que fazem - fator recorrente nas respostas das relações positivas.

No que se refere às melhorias, a ênfase maior está nas relações negativas como a **falta de experiência e qualificação; falta de informações sobre a cidade; melhor atendimento na recepção; falta segurança; falta curso de línguas**. Estes relatos indicam que os colaboradores têm noção do que seria uma proposta de bom acolhimento, pois são aspectos que contribuem relativamente neste processo.

Quadro interpretativo – Questão 14 – O que você pensa quando ouve as seguintes palavras:

O objetivo da questão 14 é inferir/interpretar a opinião dos colaboradores sobre as palavras-chaves apresentadas. Nesta questão foram apresentados quatro termos ou expressões para que os entrevistados pudessem responder o quem pensam a cerca de: **Acolhimento; Estar a serviço de alguém; Servir, Ser servil e Estrangeiro**. Tem como premissa atender aos objetivos dos campos de investigação desta dissertação que são: Identificar na ação profissional dos colaboradores dos meios de hospedagem na cidade de Brasília comportamentos que caracterizem o ato de acolher; Identificar se os sujeitos relacionam o ato de bem servir com os significados de estar a serviço ou ser servil; Verificar se a formação profissional em hotelaria ofertada em Brasília tem como objetivo preparar profissionais que entendam a necessidade do bem acolher.

Para a palavra-chave **Acolhimento** observa-se que as co-ocorrências **receber bem; hospitalidade; atenção; bem-estar; acolher** são mais frequentes.

Mostrando as relações positivas, **gostar de atender; tratamento diferenciado; atender bem às pessoas; oferecer conforto ao hóspede; atender bem porque as pessoas gostam; oferecer conforto ao hóspede**, que emergem mais vezes nas respostas.

Outras opiniões, acredita-se que sejam tão importantes quanto essas, são citadas pelos colaboradores como situações relacionadas ao processo de acolhimento efetivo ao turista/hóspede/visitante. Entre elas: **fazer o possível para a pessoa ficar satisfeita; ter boa vontade; fazer o turista se sentir em casa; deixar o outro mais à vontade; todo mundo gosta; ter paciência para atender bem; acolher é a porta da frente; a primeira impressão; ser recebido com alegria; o cuidado como ponto mais importante do acolhimento; tratar bem; gostar de receber; fazer o possível para a pessoa ficar satisfeita; focar no outro; ser hospitaleiro; gostar do que faz; oferecer ambiente familiar; estabelecer a relação com o lar; solucionar problemas; dar assistência para uma estadia tranquila e confortável; respeitar o outro; acolher bem para fidelizar o cliente; garantir a volta do hóspede; recepcionar bem para não gerar imagem ruim; aconchegar o turista; colocar-se no lugar do outro; ter qualificação para atender.**

Para Avena (2006, p.146), todos os procedimentos do acolhimento que são colocados em prática num hotel devem expressar e expressarem-se pelos fatores essenciais do acolhimento: o reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado.

Também ocorreram oposições à palavra **Acolhimento**, porém interpretadas de forma que estas parecem não influenciar o processo de acolhimento, pois os colaboradores relataram apenas duas ocorrências: **não penso nada e é meu trabalho**. É interpretado como manter-se neutro ao que acontece nos meios de hospedagem ou ainda como falta de interesse e não comprometimento com o que acontece a sua volta.

No processo de acolhimento Avena (2008, p. 103) ressalta que “os profissionais que nele atuam necessitam apresentar um perfil e uma formação especial e específica, pois quem acolhe é parte integrante do espaço e da atmosfera onde ocorre o processo de acolhimento”.

Quadro 13. Relação entre palavra-chave e co-ocorrências - Acolhimento

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Acolhimento	Abraçar o turista (1) Acolher (2) Amigável (1) Atenção (3) Atender (1) Bem estar (2) Bem receber (2) Bem vindo (1) Boa recepção; Bom (3) Bom atendimento (1) Cartão de visita (1) Como se recebe (1) Conforto (1) Cuidado (1) Educação (1) Esperar (1) Família (1) Hospitalidade (3) Legal (2) O outro (1) Posição (1) Postura (1) Prazer (1) Proatividade (1) Receber (2) Receber bem (5) Recepção (1) Receptividade (1) Sentir-se em casa (1) Servir (1) Tratamento (1)	<ul style="list-style-type: none"> - Gostar de atender (4) - Tratamento diferenciado (4) - Fazer o possível para a pessoa ficar satisfeita - Ter boa vontade - Fazer o turista se sentir em casa - Atender bem porque as pessoas gostam (3) - Deixar o outro mais à vontade (2) - Atender bem às pessoas (4) - Todo mundo gosta - Ter paciência para atender bem; - Acolher é a porta da frente, a primeira impressão (2) - Ser recebido com alegria - O cuidado como ponto mais importante do acolhimento (2) - Tratar bem - Gostar de receber - Fazer o possível para a pessoa ficar satisfeita - Focar no Outro - Ser hospitaleiro (2) - Gostar do que faz - Oferecer ambiente familiar (2) - Estabelecer a relação com o lar; - Solucionar problemas - Dar assistência para uma estadia tranquila e confortável; - Respeitar o Outro; - Oferecer conforto ao hóspede (3); - Acolher bem para fidelizar o cliente; - Garantir a volta do hóspede; - Recepcionar bem para não gerar imagem ruim; - Aconchegar o turista; - Colocar-se no lugar do outro; - Ter qualificação para atender; 	<ul style="list-style-type: none"> - Não penso nada - É meu trabalho

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para prosseguimento da análise desta questão passa-se à análise da expressão-chave **Estar a serviço de alguém**, da palavra chave **Servir** e da expressão-chave **Ser servil**, nesta ordem.

Com o objetivo de identificar se os sujeitos relacionam o ato de bem servir com os significados de estar a serviço ou ser servil, as relações são semelhantes para as três análises, que se relacionam com os dados da questão 17.

Quadro 14. Relação entre expressão-chave e co-ocorrência - Estar a serviço de alguém

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Estar a serviço de alguém	À disposição (1) Acolher bem (3) Ajudar (2) Atenção (1) Atender bem (5) Atendimento (1) Bom (1) Cuidar; Cumprimento (1) Dedicção (1) Disponibilidade (3) Empregado (1) Estar sendo pago por alguém (1) Fantástico (1) Fazer favor (1) Gostar (1) Gosto (1) Paciência (1) Prazer (1) Proatividade (1) Pronto (1) Querer (1) Responsabilidade (2) Saber executar uma função que o outro necessita (1) Satisfação (1) Sempre é bom (1) Servir (4) Tem que gostar (1) Trabalho (1)	<ul style="list-style-type: none"> - Servir porque gosta à pessoa que pedir um favor; - Atender sempre é um diferencial; - Ser prestativo (3); - Estar disponível para o cliente (4) - É meu serviço no meio de hospedagem; - Cumprir as atribuições do cargo; - Atender bem às pessoas; - Ter paciência para atender bem; - Prestar um bom atendimento; - É a relação de trabalho e serviço; - Buscar suprir as necessidades do cliente (4) - Atender um pedido de favor; - Satisfazer o poder de ajudar (3) - Gostar de servir (5); - Dar apoio ao hóspede; - Ter responsabilidade (2) - Sentir prazer em servir às pessoas; - Ser útil; - Ser servil é próprio da profissão; - Estar sempre em contato com o hóspede; - Evitar situações inusitadas; - Dispor de tempo para o cliente; - Cuidar das coisas dos hóspedes; - Ser dedicado; - Ajudar o próximo; 	<ul style="list-style-type: none"> - Contratado apenas para servir alguém; - É meu trabalho (2);

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Para esta expressão, as co-ocorrências mais citadas são: **atender bem; servir; acolher bem; disponibilidade; ajudar; responsabilidade** entre outras, como dispostas no quadro acima.

As relações positivas sobressaem às negativas para estas os colaboradores citam que são **contratados apenas para servir alguém e é o meu trabalho**, sabe-se que nos meios de hospedagem diversos fatores contribuem para a contratação dos sujeitos, várias são as atribuições destas pessoas, nestas relações descritas e dada a frequência, infere-se que sua influência não exerça mudança no resultado positivo que afeta esta expressão.

Na fala dos entrevistados as relações positivas resultam num comportamento talvez afetivo com o trabalho, visto que as associações descritas apontam para um acolhimento de qualidade uma vez que **gostar de servir; buscar suprir as necessidades do cliente; estar disponível para o cliente; ser prestativo; satisfazer o poder de ajudar; ter responsabilidade; servir porque gosta à pessoa que pedir um favor;** são atitudes e comportamento que, certamente, geram boas expectativas de cumprimento deste objetivo que é acolher bem dando qualidade aos serviços prestados pelos sujeitos. É humanizar o trabalho, é entender o outro, é colocar-se na condição do outro.

O conjunto dos comportamentos, das políticas e das técnicas utilizadas para ter um bom êxito na aproximação do turista e dos hóspedes, no sentido de uma relação humana de qualidade, com o objetivo de satisfazer sua curiosidade, suas necessidades, seus gostos e aspirações, e na perspectiva de desenvolver e estimular o conhecimento, a tolerância e a compreensão entre os seres humanos. Hoje, substância principal do turismo e seu único fator humano, é o acolhimento remanescente da antiga hospitalidade adaptada à sociedade moderna, que inspira e condiciona a concepção dos equipamentos, dos serviços, da animação e da atmosfera de qualquer atividade turística. (GRINOVER, 2007, p. 60).

A seguir, a análise da palavra-chave **Servir** se assemelha aos resultados obtidos em **Estar a serviço de alguém** e **Ser servil** por meio das manifestações dos respondentes.

Quadro 15. Relação entre palavra-chave e co-ocorrência - Servir

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Servir	Acolher (1) Ajudar (1) Atenção (1) Atender (8) Atender o outro (1) Auxiliar (1) Bom atendimento (1) Bom grado (1) Comprometimento (1) Contar comigo (1) Da melhor forma (1) Dedicção (1) Direito (1) Doar-se (2) Estar pronto (1) Gosto (1) Ótimo (1) Ouvir (1) Paciência (1) Prazer (1) Prestar serviço a alguém (1) Prontidão (1) Respeito (1) Satisfação (2) Sempre (1) Serviço (1) Vocação (1)	<ul style="list-style-type: none"> - Dar o melhor para a satisfação do hóspede; - Estar pronto ao atendimento; - Deixar à vontade; - Resolver questões (2); - Servir para que o outro se sinta bem (2); - Atender bem às pessoas; - Atender com educação; - Ter paciência para atender bem; - Ter disposição e paciência; - Estar pronto para atender (4); - Dar o melhor para a satisfação do turista; - Saber que o Outro pode contar comigo; - Servir com prazer (3) - Fazer um bom trabalho; - Oferecer atendimento; - Estar sempre atento (2); - Fazer com que a pessoa se sinta mais cômoda; - Perceber o que o cliente espera do atendimento; - Ouvir o hóspede; - Superar as expectativas do cliente; - Priorizar o atendimento sempre com sorriso; - Atender quem precisa (2); - Ser servil; - Estar bem consigo mesmo; - Tratar com respeito e educação; 	<ul style="list-style-type: none"> - Não sei (2); - Estar sendo pago pela empresa; - Obrigar-se a atender; - Não possuir qualificação para servir; - É meu trabalho;

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Nesta análise levou-se em consideração o estímulo dado aos sujeitos em expor uma palavra que representasse a palavra **servir**, em destaque a palavra **atender** seguida das demais manifestações como: **doar-se; satisfação; respeito; paciência; comprometimento; prontidão; vocação; prazer**; entre outras que só corroboram com os aspectos positivos do que resulta em bom atendimento.

A noção que o sujeito tem de atender da melhor forma possível a quem chega ao desconhecido denota cumprimento ao que seria uma prestação de serviço de qualidade tornando-se uma troca entre os indivíduos.

a prestação de serviço é uma prática social que se utiliza no desempenho de uma profissão que exige dignidade e que implica uma relação de igualdade no processo de troca entre os sujeitos envolvidos. Entendo que no serviço, no ato de servir, está implícita a noção de ser útil, de auxiliar, de cuidar de alguém. (AVENA, 2008, p.102)

Passa-se aos resultados da análise da expressão ser servil.

Quadro 16. Relação entre expressão-chave e co-ocorrência - Ser servil

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Ser servil	Atenção (3) Atender (2) Atencioso (1) Cordialidade (1) Direitos garantidos (1) Disposição (1) Estar à disposição (2) Gostar de atender (1) Natureza (1) Não é bom (1) Não sei (2) Não sei servir bem (1) Paciência (2) Predisposto (1) Proatividade (1) Prestar serviço com excelência (1) Respeito (2) Saber atender (1) Sempre (1) Servir (2) Ser atencioso (1) Solícito (1) Ótimo (1)	- Ser atencioso (4) - Ser uma pessoa que serve bem; - Atender bem às pessoas (3); - Ser educado (2); - Ter paciência para atender bem; - Ser comprometido; - Dispor-se a auxiliar (2); - Estabelecer relações de respeito; - Ser próprio da natureza de cada pessoa; - Ser proativo; - Tornar o funcionário exemplar; - Ter qualidade no ato de servir; - Antecipar às necessidades do hóspede (2); - Usar a empatia; - Ser acolhedor; - Servir de bom grado (3); - Saber lidar com situações adversas;	- Não ser escravo; - Ser servil parece obrigação; - Bajular o hóspede; - Não sei (3); - Não é bom; - Ser submisso (2)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Após as representações sobre o verbo servir, procurou-se as evidências nas percepções dos sujeitos ao relacionar as palavras sobre a expressão **Ser servil**. Entre as co-ocorrências, **atenção** surge em destaque seguida por **atender**; **disposição**; **paciência**; **respeito**; **servir**; entre outras.

A palavra **servir**, consultada no Dicionário Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa, significa “trabalhar em favor de (alguém, uma instituição, uma ideia, uma causa)” no caso das associações positivas os colaboradores entendem que não estão em condições de **servidão** (estado ou condição de servo ou de escravo; serventia, escravidão); assim como **servilismo** (espírito de servidão, de subserviência; qualidade de ser servil) de acordo com o mesmo Dicionário.

Nas relações positivas destacam-se as expressões **ser atencioso; atender bem às pessoas; ser educado; dispor-se a auxiliar; servir de bom grado; antecipar-se às necessidades do hóspede.**

Há uma preocupação com a acolhida, a forma como se recebe no exercício de suas funções. Este comportamento vem ao encontro do que defende Gouirand *apud* Avena (2008, p.413) onde:

a prestação de serviços, que é uma técnica, assume ainda outro significado, pois quando serve-se alguém, não se está em atitude de servilismo, muito menos em um ato de servidão. Se está exercendo uma profissão com dignidade, respeitando-se a si próprio como respeita-se o outro.

Nas relações negativas os sujeitos relatam que ser servil é **não ser escravo; parecer obrigação; bajular o hóspede; não é uma coisa boa e não saber dizer** elencadas pelos sujeitos.

Entende-se que apesar dessas considerações negativas, os sujeitos estão exercendo suas funções baseadas no entendimento de que estar a serviço de alguém é estar às ordens, prestar um bom serviço, sendo útil, auxiliando, cuidando de alguém.

Parece haver uma aproximação ao conceito de servir ou estar a serviço de alguém e não de servidão.

Foi possível inferir, apesar de considerações negativas, que os colaboradores não se sentem em condição de servidão ou servilismo. Eles parecem estar exercendo suas funções baseadas no entendimento de que estar a serviço de alguém é estar às ordens, prestar um bom serviço, sendo útil, auxiliando, cuidando de alguém – algo bom para o Outro.

Quadro 17. Relação entre palavra-chave e co-ocorrência - Estrangeiro

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Negativas OPOSIÇÕES
Estrangeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Acolher (1) - Alguém de outro país (5) - Aprendizado (2) - Aquele que não partilha da mesma cultura que a minha (1) - Aquele que não partilha da mesma cultura que a minha; - Atender (1) - Bom (1) - Crescimento (1) - Cuidado (2) - De outro lugar (1) - Desafio (2) - Difícil (1) - Dominar outra língua (1) - Estranho (1) - Falta de capacitação; - Gente que vem de fora (1) - Idioma (1) - Igualdade (1) - Imagem que leva do país (1) - Importante (1) - Maravilhoso (1) - Mora fora (1) - Não gosto (1) - Não entender a língua (1) - Oportunidade de interação (1) - Turista de outro país que possui hábitos e cultura diferentes (3) - Troca de cultura (1) - Turista (1) 	<ul style="list-style-type: none"> - Igual a outro hóspede e fazer o possível pra ele não falar mal do Brasil; - Relação com a minha formação acadêmica; - Atender bem às pessoas que vêm de fora (3); - Absorver novas culturas (2); - Praticar línguas estudadas e trocar conhecimento (2); - Ser diferente, desconhecido; - Dar o melhor para não falar mal do Brasil (2); - Desenvolver a troca de culturas (2); - Atender bem para que gostem e voltem (2); - Aprender com outras culturas (5); - Acolher o estranho; - Oferecer o melhor serviço sem distinção de hóspede; - Preservar a imagem do país; - Mostrar que o brasileiro é amigo; - Estudar mais para melhor atender o estrangeiro; - Mostrar a hospitalidade brasileira; - Ser cordial com quem o estranho; - Investir na qualificação de funcionários para atender estrangeiros; - Oferecer cursos de línguas estrangeiras para melhor comunicação (2); - Crescer profissionalmente treinando outras línguas (2); 	<ul style="list-style-type: none"> - Não falar a nossa língua (3); - Não ser fluente em outros idiomas; - Atender mal por causa do idioma; - Não entender o que falam (3); - O estrangeiro não falar português; - Línguas difíceis; - Não compartilhar nossa realidade; - Frustrar a comunicação com o hóspede (4); - Não responderam (6)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

A palavra-chave **Estrangeiro** foi apresentada aos sujeitos da pesquisa como estímulo para identificar as representações expressas por eles em relação àquele que vem de outro país ou de outra região do Brasil.

Aqui foram relatadas outras palavras e/ou expressões que pressupõem ressignificar a palavra estrangeiro, entre as citadas: **alguém de outro país; aprendizado; cuidado; desafio.**

Por meio da estimulação as relações positivas representam 64%, as relações negativas 30% dos respondentes e 6% não declararam.

Supõe-se que os resultados positivos decorrentes da estimulação sejam em função de uma visão que mostra o estrangeiro como alguém que possibilita o conhecimento de outras culturas. As relações negativas enfatizam as relações com a língua: **não falar a nossa língua; não entender o que falam; frustrar a comunicação com o hóspede**. Esta realidade expressa no conceito dos colaboradores remete ao pensamento de Toudoire-Surlapierre in Montandon (2011, p. 803) “receber o estrangeiro impõe modificações, sobretudo as crenças e os códigos do grupo, mais amplamente ainda todas as estereotipias ideológicas das representações identitárias”.

Quadro interpretativo – Questões 15 – Escreva duas palavras sobre o que você acha que deveria melhorar no processo de acolhimento ao turista nesta cidade.

Quadro 18. Melhorias no processo de Acolhimento ao turista em Brasília.

Palavra-chave/ Expressão-chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
Melhorar o processo de acolhimento	<ul style="list-style-type: none"> - segurança - qualificação profissional - transporte de qualidade - atendimento adequado - locais com informações turísticas - hospitalidade - oferta de serviços diferenciados - mais eventos culturais 	<ul style="list-style-type: none"> - mais mão de obra - melhores incentivos - conhecimento - segurança (15) - transporte de qualidade (10) - sinalização - mais eventos culturais (3) - qualificação profissional (10) - saber outro idioma (6) - atendimento adequado (9) - investimento por parte do governo (6) - locais com informações turísticas (8) - hospitalidade (4) - acessibilidade - promoção da cidade - oferta de serviços diferenciados (4) - tarifas mais atraentes (2) - conquistar o cliente - oferta de tecnologias 	<ul style="list-style-type: none"> - não respondeu (5)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

O objetivo desta questão é identificar, nos sujeitos da amostra, segundo sua percepção, que ações poderiam ser implementadas para melhor acolher o turista na cidade de Brasília.

Nesta etapa foram consideradas mais de uma resposta, as co-ocorrências apresentam as respostas livres positivas e negativas com maior frequência **segurança** aparece em primeiro lugar com 15 ocorrências, seguida por **qualificação profissional** e **transporte de qualidade** ambas com 10 ocorrências, depois, a necessidade de **locais de informações turísticas; hospitalidade; ofertas de serviços diferenciados; mais eventos culturais** elencam os relatos dos sujeitos no que se referem a melhorias necessárias ao processo de acolhimento na cidade.

O conteúdo das respostas remete a um estado de consciência dos sujeitos de que o acolhimento de qualidade pode ser prejudicado caso não haja atenção a estes requisitos, visto que acolher bem depende de uma série de fatores que permeiam a prestação de serviços na hotelaria.

A seguir, as observações também se referem a melhorias, porém, nos equipamentos turísticos, nesta pesquisa, os meios de hospedagem em Brasília.

Quadro interpretativo – Questão 16 – Dê duas palavras sobre o que você acha que deveria melhorar no processo de acolhimento ao turista neste equipamento.

Quadro 19. Melhorias no processo de recepção ao turista nos meios de hospedagem.

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
Melhorias no meio de hospedagem	<ul style="list-style-type: none"> - qualificação profissional - atendimento adequado - saber outro idioma - atenção - sorriso 	<ul style="list-style-type: none"> - segurança - transporte de qualidade - qualificação profissional (12) - paciência (2) - preocupação - atenção (5) - impessoalidade (3) - saber outro idioma (5) - atendimento adequado (11) - tempo para ouvir o hóspede (2) - sorriso (3) - disposição - acolhimento - união entre os colaboradores - locais com informações turísticas (2) - hospitalidade - acessibilidade - oferta de serviços diferenciados - tarifas mais atraentes - oferta de tecnologias (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - não respondeu (5)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Referindo-se aos equipamentos turísticos, os meios de hospedagem, no intento de verificar a percepção dos colaboradores quanto às melhorias necessárias para processo de acolhimento, passa-se à análise da questão 16.

Esta análise baseia-se nas palavras ou expressões mais apontadas pelos sujeitos, bem como as associações que mais salientam a necessidade das melhorias sugeridas pelos respondentes.

Neste contexto, a **qualificação profissional** representa 12 ocorrências, seguida pelos termos **atendimento adequado**, com 11 ocorrências; **saber outro idioma** e **atenção**, com 5 menções, e **sorriso**, com 3 indicações.

Além de outras expressões dispostas no quadro acima como: **tempo para ouvir o hóspede**; **paciência**; **locais com informações turísticas**; entres outras, aquelas em maior número apontam para a consciência dos colaboradores de que o

processo de acolhimento despende de fatores que, existindo, possam conquistar a confiança de quem chega ao desconhecido quebrando o distanciamento para a possibilidade do acolhimento.

O ser humano quando sai da sua casa, da sua cidade, o faz por uma série de motivos. Ao chegar ao local escolhido para a sua estada sente-se inicialmente desenraizado, pois esse novo lugar desconhecido pode fazer surgir alguma sensação de perigo, provocando nele um reflexo de defesa. A função do acolhimento é fazer que esses sentimentos se dissipem logo para que a viagem possa proporcionar ao turista a segurança e o bem-estar buscados. (AVENA, 2008, p. 103).

O quadro que segue mostra a análise de estar a serviço do turista por meio dos resultados da escolha das frases apresentadas aos colaboradores, com isto, identificar o pensamento dos sujeitos no que concerne ao assunto.

Quadro interpretativo – Questão 17 – Estar a serviço do turista faz você pensar em qual ou em quais destas frases.

Quadro 20. Serviço e acolhimento ao turista.

	Estar a serviço do turista faz você pensar em qual destas frases?
Estar a serviço do turista	Troca de serviço por dinheiro (4) Obriga-me a ser servil/subserviente (2) Eu sei fazer o serviço, e ele pode pagar por esse serviço (5) Fazer o melhor para manter o cliente, ser servil, pois o cliente é quem tem razão (11) Eis um estranho/estrangeiro que veio nos explorar! (2) Meu emprego/serviço depende da forma de tratar o cliente (15) Prestar o melhor serviço, pois o cliente merece bom serviço, atenção e respeito (36)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Nesta questão foram apresentadas sete frases aos sujeitos da pesquisa que foram motivados a escolher até duas proposições que expressem o significado de estar a serviço do turista. Para Avena (2008, p. 102) “a prestação de serviço é uma prática social que se utiliza no desempenho de uma profissão que exige dignidade e que implica uma relação de igualdade no processo de troca entre os sujeitos envolvidos”.

Corroborando com este pensamento e de acordo com os resultados,

constata-se que 48% dos sujeitos expressam uma compreensão que se refere a como deveria ser essa prestação de serviços e as razões pelas quais esses serviços devem ser de qualidade **“prestar o melhor serviço, pois o cliente merece bom serviço, atenção e respeito”**. Em número imediatamente inferior, 20%, os sujeitos optaram por **“Meu emprego/serviço depende da forma de tratar o cliente”**. A frase **“Fazer o melhor para manter o cliente, ser servil, pois o cliente é quem tem razão”** soma 14% das proposições escolhidas.

As frases que representam menor incidência são: **“Eu sei fazer o serviço, e ele pode pagar por esse serviço”** com 7% de ocorrências; **“Troca de serviço por dinheiro”**, com 5%; **“Obriga-me a ser servil/subserviente”** e **“Eis um estranho/estrangeiro que veio nos explorar”** ambos com 3% das respostas escolhidas.

Para estas últimas proposições percebe-se que os colaboradores não se sentem em uma situação de opressão ou inferioridade em relação às proposições anteriores que apontam mais para o bom acolhimento e para a arte de servir, sem necessariamente configurar o **servilismo** descrito por Avena (2008, p. 413) “que é uma atitude de submissão, de subalternidade ou com servidão, que dá a ideia de um estado de inferioridade e é uma categoria social historicamente definida”. Para este autor, “estar a serviço de alguém e/ou servir é frequentemente uma honra” como é possível subentender nos dados mais representativos.

Quadro interpretativo – Questões 18 – Use das palavras que expressam bem como você gostaria, se fosse hóspede, de ser recebido/acolhido ao chegar ao seu destino (o hotel).

Quadro 21. Acolhimento no meio de hospedagem – ser acolhido como hóspede

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
Ser acolhido	<ul style="list-style-type: none"> - gentileza (5) - luxo (3) - atenção (13) - entusiasmo (3) - personalização - educação (2) - receptividade (2) - cordialidade (3) - café e água - conforto (4) - bom - paciência - atendimento (11) - sorriso (7) - cortesia - informação - empatia (2) - limpeza (4) - acolhimento (5) - cuidado (2) - rapidez (3) - segurança - preço justo 	<ul style="list-style-type: none"> - sensação de bem-estar (6) - estar atento aos interesses do cliente (10) - sentir-se bem vindo (6) - sentir-se confortável, acolhido (8) - pessoas dispostas a ajudar (3) - bom atendimento fideliza o hóspede (16) - sentir-se importante (4) 	<ul style="list-style-type: none"> - cobrança de taxas abusivas - não respondeu (5)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Apresenta-se nesta questão a análise da expressão-chave *ser acolhido* estimulada pela pergunta: **Como hóspede, como gostaria de ser recebido/acolhido ao chegar no meio de hospedagem?**

Aqui, quando colocados na situação de clientes, os colaboradores expressaram livremente seus comentários acerca de ser acolhido. A análise faz relação com os elementos do acolhimento reconhecimento, hospitalidade e cuidado explicitados, também, no tratamento dos dados da palavra-chave *acolhimento* da questão 14. As palavras expressas com maior frequência são: **atenção; atendimento; sorriso; acolhimento; gentileza; conforto; limpeza; entusiasmo; cordialidade; rapidez; luxo; educação; receptividade; empatia e cuidado.** Relacionando-se as associações e oposições.

Para as relações positivas, os colaboradores acreditam que um **bom atendimento fideliza o hóspede**; que **estar atento aos interesses do cliente** é um fator relevante; **sentir-se confortável e acolhido**; **sensação de bem-estar**; **sentir-se bem vindo**; **sentir-se importante** e **ter pessoas dispostas a ajudar** fazem diferença no acolhimento ao chegar nos meios de hospedagem.

Para as relações negativas apenas a **cobrança de taxas abusivas** faz com que estes sujeitos, como hóspedes, não se sintam acolhidos. Cinco colaboradores não responderam a questão.

É importante salientar que o local de acolhimento é aquele que o viajante, o turista, o hóspede escolhe para sua estada e muitos fatores internos ou externos podem influenciar estas sensações quando se chega, sejam boas ou ruins, por exemplo, limpeza, organização, mimos são elementos que demonstram hospitalidade e fazem acreditar que antes de chegar alguém se preocupou em deixar o ambiente propício para receber que de preferência atendam ou superem suas expectativas.

Quadro interpretativo – Questão 19 – Se você, como cliente, não for recebido da forma como você espera, o que você sente?

Quadro 22. Acolhimento no meio de hospedagem – Sentimento do sujeito

Palavra-chave/ Expressão-chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
Sentimento do sujeito	<ul style="list-style-type: none"> - decepção (4) - chateação (7) - raiva (7) - desprezo - indiferença - desrespeito (3) - tristeza (8) - arrependimento (3) - mal acolhido (6) - exploração - lesado (3) - rejeição (2) - frustração (6) - enganado (2) - constrangimento (3) - desconfortável - repulsa (2) - indignação - descaso (2) 	- não houve	<ul style="list-style-type: none"> - pagar caro por serviço ruim, não receber o que foi pago (9) - não encontrar o esperado (6) - ao escolher o hotel espera-se bom atendimento (3) - trocar os funcionários - exigir explicação e desculpa - reclamação - desistir de se hospedar (2) - não voltar (6) - sentimento de aversão ao equipamento/local (2) - falta de boa vontade (2) - não ser bem vindo no hotel (12) - não respondeu (5)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Colocando-os numa situação de mau acolhimento, objetivou-se identificar nos sujeitos da pesquisa que tipo de sentimentos são expressos em relação ao mau acolhimento.

Para os colaboradores, estes sentimentos denotam **tristeza; chateação; raiva; frustração; decepção; arrependimento; desrespeito; rejeição; constrangimento; sensação que foi mal acolhido; lesado; enganado;** entre outras.

Este resultado certamente indica que os sujeitos têm conhecimento cognitivo-efetivo quanto à condição dos turistas quando recebem uma qualidade de acolhimento não adequada às suas necessidades, expectativas e desejos. Diante deste cenário, importa dizer que os setores ligados aos serviços turísticos devem estar preparados eficiente, eficaz e efetivamente para oferecer sempre um acolhimento de qualidade e proporcionar ao hóspede o reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado devido.

Os sujeitos não mencionaram relações positivas quanto a estes sentimentos, alguns não responderam. Porém, as oposições relatadas apontam para a insatisfação em vários aspectos, para eles é como **não se sentir bem-vindo ao hotel; pagar caro por serviço ruim e não receber algo em troca; não encontrar o esperado; não querer voltar; ao escolher o hotel, espera-se bom atendimento; sentimento de aversão ao equipamento/local e até desistir de se hospedar.**

Neste contexto, e na concepção de Avena (2006, p.17) é preciso que haja motivações da viagem e do turista, para o autor, estas “estão articuladas à necessidade que o homem tem de suprir uma série de necessidades que vão desde as mais fundamentais para a sua sobrevivência até as de autorrealização e prestígio, passando pelas de seu pertencimento social e efetivo”.

Quadro interpretativo – Questão 20 – O que você acha que o turista que fez uma viagem péssima com muita turbulência e com atraso do avião sente?

Quadro 23. Acolhimento no meio de hospedagem – estresse em condições não acolhedoras

Palavra-chave/ Expressão-chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
Estresse em condições não acolhedoras	<ul style="list-style-type: none"> - raiva (12) - frustração (3) - ódio (2) - cansaço (17) - me coloco no lugar dele - medo (2) - insatisfação - estresse (7) - ansiedade - impaciência (3) - tristeza - chateação - fome - decepção - desconforto (2) - prejuízo - irritação (5) - mal humor (5) - receio - necessidade de estadia confortável - pressa (2) - arrependimento - desejar bom serviço e agilidade - tranquilo 	<ul style="list-style-type: none"> - assim me sinto no lugar do hóspede para entender o sentimento - proporcionar uma a abordagem mais humana - buscar contornar o transtorno - manter a calma - pensar em ser bem atendido e descansar - vontade de descansar (3) - vontade de encontrar um lugar aconchegante (2) - com bom atendimento tudo se dar um jeito - vontade de relaxar (3) 	<ul style="list-style-type: none"> - ninguém gosta de ser mal recebido (7) - quando planejamos uma viagem esperamos o melhor (2) - pelo transtorno e desconforto (2) - porque chegamos ao hotel mal humorado (2) - tudo se torna cansativo - por acontecer o imprevisto (7) - não deixa uma boa lembrança (2) - falta de respeito (2) - pelo tempo gasto (3) - ter tido uma viagem ruim (2) - atrasos são desgastantes (3) - não respondeu (4)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

As condições de estresse do dia a dia, a que as pessoas são submetidas, podem influenciar no seu comportamento diante de situações adversas ligadas ao humor, estabelecendo nas relações humanas o objetivo de satisfazer suas necessidades e expectativas de compreensão entre os indivíduos. Neste sentido, as questões 20 e 21 trazem os relatos dos colaboradores sobre atitudes que possam **minimizar/modificar/neutralizar o sentimento do turista em relação ao estresse em condições não acolhedoras.**

O quadro acima mostra as ocorrências mais citadas e o **cansaço**, na opinião dos sujeitos, lidera a insatisfação como hóspede que chega aos meios de hospedagem com uma sensação ruim de quem fez uma péssima viagem, além de

raiva; estresse; irritação; mal humor; frustração; impaciência; pressa; desconforto, entre outros.

Ao serem indagados sobre este sentimento os colaboradores sugerem, nas relações positivas, atitudes que possam reverter este comportamento como: **colocar-se no lugar do hóspede para entender o sentimento; proporcionar uma abordagem mais humana; buscar contornar o transtorno; manter a calma; proporcionar um bom atendimento**, entre outras associações. Fica evidente que, neste caso, uma outra alternativa para contornar o estresse causado é encontrar um **lugar aconchegante** que possa descansar.

As relações negativas apontam para a insatisfação, pois **ninguém gosta de ser mal recebido; quando se planeja uma viagem, espera-se o melhor; não esperar os imprevistos; atrasos são desgastantes; lamentar o tempo gasto**.

Desta forma, analisa-se abaixo a questão 21 que complementa as proposições acima relatadas pelos colaboradores em que sugerem **minimizar/modificar/neutralizar** a sensação ruim vivida pelos hóspedes.

Quadro interpretativo – Questão 21 – O que você faria ou faz para modificar, neutralizar ou diminuir este sentimento?

Quadro 24. Acolhimento no meio de hospedagem – modificar neutralizar ou diminuir

Palavra-chave/ Expressão- chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
modificar, neutralizar ou diminuir	<ul style="list-style-type: none"> - acolher da melhor forma possível (13) - reverter a situação - manter a calma (3) - sorrir (2) - ser útil - ser gentil (2) - não criticar - ser cordial (2) - dar atenção (8) - paciência (5) - acalmar - carinho - estar disponível - ser ágil (2) - ser cortês - conversar 	<ul style="list-style-type: none"> - tentar reverter a má impressão (5) - oferecer serviços de qualidade gratuitamente (4) - atender com calma e atenção (13) - ser dinâmico - agilizar o serviço de check in (3) - faz o cliente voltar (3) - disponibilizar bons serviços (2) - mudar o foco, não valorizar o problema (7) - saber ouvir o hóspede (4) - sugerir atividades relaxantes - evitar outras situações desconfortáveis - reconhecer o problema e ajudar (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - não sei - não respondeu (6)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Nesta questão o objetivo é identificar, nos sujeitos da amostra, que tipo de comportamento eles apresentariam para modificar, neutralizar ou diminuir o sentimento de desconforto que o cliente traz consigo. Diante das adversidades em caso de não acolhimento, os sujeitos da pesquisa sugerem **acolher da melhor forma possível e dar atenção** como principais atitudes que poderão ser tomadas em casos de estresse vivido pelos hóspedes, além de ter **paciência; manter a calma; sorrir; ser ágil; cordial; gentil**.

Acredita-se que o processo de acolhimento, de certa forma, está sendo percebido pelo colaborador da Hotelaria diante da análise dos dados coletados. Pois denota que os sujeitos têm conhecimento quanto à condição dos turistas quando recebem uma qualidade de acolhimento não adequada às suas necessidades, expectativas e desejos. Neste quesito, o colaborador cita como associações: **atender com calma e atenção; mudar o foco e não valorizar o problema; saber ouvir o**

hóspede; oferecer serviços de qualidade; agilizar o serviço de check in; reconhecer o problema e ajudar, são atitudes, acredita-se, que podem reverter a situação causando no hóspede a sensação de que todo o desconforto foi apaziguado. Proporcionando assim, ao cliente, o reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado devido.

Quadro interpretativo – Questões 22 – Para você que diz um Sorriso?

Quadro 25. Acolhimento no meio de hospedagem – Sorriso

Palavra-chave/ Expressão-chave	Co-ocorrência	Relações Positivas ASSOCIAÇÕES	Relações Positivas OPOSIÇÕES
Sorriso	<ul style="list-style-type: none"> - acolhimento (11) - empatia - alegria (5) - carinho - carisma - hospitalidade - educação - satisfação (5) - dentes - retribuição - espelho - quebra barreiras - importante (2) - dar boas vindas (2) - bom humor (2) - felicidade (7) - simpatia (5) - reconhecimento (3) - positividade - disponibilidade (3) - confiança - contentamento 	<ul style="list-style-type: none"> - um lugar com pessoas alegres (4) - funcionários atenciosos - ambiente receptivo (2) - cuidar dos dentes para sorrir bonito - faz a diferença no atendimento (10) - é melhor que dinheiro - gostar do que faz (2) - boa educação - amor ao próximo - satisfação com o trabalho (9) - é uma devolutiva ao bom atendimento (4) - saber reconhecer o estranho (5) - estar de bem com a vida (2) - o sorriso é uma marca da pessoa feliz (2) 	<ul style="list-style-type: none"> - o cansaço pode atrapalhar - sarcasmo - reclamar pra ver se melhora - falsidade - não respondeu (4)

Fonte: Dados da pesquisa, 2017.

Ainda como forma de identificar um acolhimento de qualidade, nesta questão, os colaboradores expressam o significado de um sorriso que está entre as categorias complementares: o sorriso, o local do acolhimento e o perfil e formação de pessoal para o acolhimento. (AVENA, 2006, p. 148).

As co-ocorrências apontam que o Sorriso, na opinião dos colaboradores, é **Acolhimento**, além de **felicidade; alegria; satisfação; simpatia; reconhecimento** do indivíduo acolhido. Outras ocorrências aparecem como sinônimos de sorriso e expressam os sentimentos dos colaboradores que o identificam como **carisma**;

educação; boas vindas; disponibilidade, apontando para o Reconhecimento como uma das categorias principais do Acolhimento defendidas por AVENA (2006).

Neste sentido, infere-se que os relatos dos colaboradores consolidam-se com os estudos de Avena (2006, p. 148) em que “o sorriso do acolhimento é o que expressa prazer, o sinal da felicidade é linguagem (...) é a primeira resposta às expectativas do viajante, ele é o sinal de reconhecimento”. É uma forma de identificação e promessa de conforto e sensação de bem estar quando se chega ao local do acolhimento. O sorriso espontâneo é uma resposta natural a quem chega ao desconhecido.

A palavra-chave em pauta traz, também, as relações positivas e negativas descritas pelos sujeitos da pesquisa e importa relacioná-las para enfatizar a influência que o sorriso causa no outro, bem como neles próprios, na percepção dos respondentes. Em primeiro lugar apontam que o sorriso **faz a diferença no atendimento**, seguidamente por **satisfação com o trabalho**; remete a **um lugar com pessoas alegres**, com isso torna o local do acolhimento um **ambiente receptivo** entre outras menções que colaboram entre si para tornar o hóspede uma pessoa aceita no ambiente estranho. Na concepção de Avena, (2006, p. 156) “Considera-se que a expressão do sorriso é inerente à natureza humana e que todos gostam e necessitam perceber no outro um reconhecimento por meio dessa expressão facial/fisionômica”.

Entre as relações negativas é interessante perceber uma outra visão dos colaboradores em relação ao sorriso, pois este, ao mesmo tempo que pode ser um sinal de reconhecimento do outro, pode soar como **sarcasmo; falsidade; cansaço** por parte de quem recebe. Nada mais inconveniente e constrangedor do que perceber que não é bem vindo ao desconhecido.

É preciso saber que a qualidade do acolhimento depende do bom funcionamento dos serviços e que não se pode exigir dos responsáveis pelo acolhimento serem sorridentes e amáveis se nada for feito para facilitar as suas tarefas, e se não forem colocadas a sua disposição as ferramentas necessárias para o bom acolhimento. (AVENA, 2006, p.147)

O sorriso é a identificação do Outro, é uma recepção, é uma aceitação do Outro, é deixar transparecer o carinho, é acolhimento.

A seguir apresentam-se as considerações finais, bem como as conclusões mais relevantes deste estudo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A base teórica abordada ao longo do trabalho deu suporte às premissas da pesquisa nos campos de investigação. As questões norteadoras tinham como diretriz evidenciar no recorte do estudo, no contexto sócio-histórico-cultural, o processo de formação/educação profissional dos sujeitos, estabelecendo a relação destes elementos com a qualidade do acolhimento hoteleiro na cidade de Brasília.

Para atender aos campos de pesquisa propostos **Acolhimento turístico e hoteleiro; Contexto sócio-histórico-cultural local e Formação/qualificação profissional dos sujeitos nos meios de hospedagens**, os principais elementos trabalhados na exposição dos referenciais teóricos compreenderam estudar os autores que contribuíram para o entendimento do assunto. Para tanto, cabe retomar os objetivos desse trabalho de forma a explicitar os resultados obtidos a partir da pesquisa desenvolvida e das ferramentas de análise elencadas.

Diante disso, o processo de concepção, por consequência de seus conteúdos, traz à tona os resultados desta pesquisa, uma síntese sobre os aspectos epistemológicos assumidos na construção do trabalho, bem como os achados do campo de pesquisa de maior relevância e a relação destes com o objetivo geral: Analisar, no contexto sócio-histórico-cultural, o processo de formação e de educação profissional dos sujeitos, estabelecendo a relação destes elementos para identificar a qualidade do acolhimento hoteleiro na cidade de Brasília.

A pesquisa objetivou responder ao problema da pesquisa “O contexto sócio-histórico-cultural dos profissionais e a sua formação socioescolar influenciam na qualidade do processo de acolhimento hoteleiro em Brasília?” e especialmente atender aos aspectos dos objetivos específicos:

- Identificar na ação profissional dos colaboradores dos meios de hospedagem na cidade de Brasília comportamentos que caracterizem o ato de acolher;
- Identificar se os sujeitos relacionam o ato de bem servir com os significados de estar a serviço ou ser servil; e
- Verificar se a formação profissional em hotelaria ofertada em Brasília tem como objetivo preparar profissionais que entendam a necessidade do bem acolher.

Numa perspectiva global estes objetivos foram atendidos, o que se configura nos próximos parágrafos destas considerações.

Nesta dissertação buscou-se estabelecer uma relação entre os campos de pesquisa em estudo: Acolhimento turístico e hoteleiro; Contexto Sócio-Histórico-Cultural local; e Formação/qualificação profissional dos Sujeitos nos meios de hospedagens. Estes campos foram selecionados tendo em vista que, por meio da pesquisa, seria possível confirmar ou não a existência de acolhimento de qualidade nos meios de hospedagem na cidade de Brasília.

O trabalho é apresentado em quatro capítulos que procuram abordar de forma sucinta os conteúdos previamente propostos.

Durante todo o caminho, foi possível perceber as dificuldades e facilidades em conseguir fazer as entrevistas que atendessem à demanda da pesquisa. Algumas feitas pessoalmente, outras por meio eletrônico, outras deixadas com os respondentes, chegou-se total de 53 questionários respondidos. As pessoas se mostraram receptivas, porém, alegaram falta de tempo para as atividades profissionais e que não verificavam a possibilidade de um retorno de preferência pessoal.

Ao longo do processo foi possível perceber que há um envolvimento do colaborador com a profissão exercida e especialmente no ramo da Hotelaria. Muitas vezes este envolvimento foi interpretado pela autora como um engajamento numa relação de amor ao que se faz como inferido nos dados coletados.

O objeto específico desta pesquisa foi o processo de acolhimento nos meios de hospedagem, como resultado de fatores sócio-histórico-culturais e da formação dos sujeitos. Procurando desenvolver a ideia de que a qualidade do processo de acolhimento resulta da representação dos sujeitos sobre ser servil ou estar a serviço de alguém.

Na observação efetuada nos meios de hospedagem foi possível identificar os pontos mais importantes que a prestação de serviço dispõe e necessita para oferecer o que seus hóspedes esperam. Os equipamentos pesquisados estão classificados entre 3 e 5 estrelas, o que os coloca numa situação mais favorável em relação aos demais.

A partir das observações realizadas na pesquisa de campo, nos treze equipamentos da amostra, ficaram nítidas as fragilidades dos locais, mas também as potencialidades. Os meios de hospedagem apresentam recepções agradáveis, em condições excelentes, em sua maioria. Em relação à limpeza, à organização, à manutenção e aos aspectos sensoriais de cheiros, por exemplo, foi possível perceber

que aqueles de construção mais antiga apresentam condições que podem ser melhoradas. O hóspede deseja ser acolhido em condições que atendam suas expectativas e desejos.

Foi possível observar que a movimentação mais expressiva nos meios de hospedagem se intensifica em períodos de grandes eventos que trazem para a cidade maior número de visitantes.

A maioria dos 53 colaboradores da amostra é do sexo masculino, isso não significa que necessariamente haja uma preferência de gênero, mas neste caso indica que a mão de obra é predominantemente exercida por homens, talvez devido à função de mensageiro ser bem representativa no quantitativo de respondentes.

No que se refere à formação dos sujeitos, dos 53 entrevistados, verificou-se que a maioria possui nível superior, atendendo às premissas que exige a qualidade no acolhimento, pessoas qualificadas tendem a ser mais atentas às exigências que as funções exercidas na Hotelaria pedem. A educação é um fator essencial no tratamento com o outro, as sutilezas, próprias de quem tem acesso a treinamentos, à qualificação sobressaem naturalmente de forma menos forçada. Ainda que alguns não tenham concluído seus estudos, fica evidente que há uma consciência de que a continuidade é importante para o crescimento profissional dos colaboradores, pode-se inferir que isto pode contribuir para uma maior qualidade aos serviços prestados.

Os respondentes, em sua maioria, falam algum idioma com ênfase na língua inglesa, não necessariamente neste idioma, mas o nível avançado predomina neste quesito. Assim, considera-se que embora ainda precária, a educação permeia o contexto de formação do profissional da Hotelaria.

A maioria dos colaboradores possui cursos na área da hotelaria, ainda que, grande parte, oferecidos pelos meios de hospedagem. Do total de respondentes 17% declararam não possuir nenhum curso de qualificação, ainda que este número seja bem inferior aos que têm ou tiveram acesso à educação voltada para o segmento, é importante considerar que estes profissionais estão exercendo funções nos meios de hospedagem, em contato com o cliente, atuando no acolhimento ao turista. O acolhimento se dá, entre vários fatores, por meio da educação, do treinamento e pessoas mais preparadas podem demonstrar melhor desempenho e qualidade naquilo que estão fazendo.

A faixa salarial dos colaboradores aponta para uma realidade que merece atenção, considerando que a maioria recebe de 1 a 3 salários mínimos, porém, neste caso, não foram identificados relatos que configurassem insatisfação dos sujeitos de forma que isto seja um motivo de não cumprimento de suas atividades. Mas de forma geral foi possível perceber que poderia melhorar essa renda, tendo em vista o alto custo de vida na cidade de Brasília. Acredita-se que os relatos observados/coletados durante a pesquisa sobre o gosto pela profissão, em que se sentem felizes com o que fazem, seja uma espécie de contentamento pelas funções que exercem.

Por estarem inseridos na atividade turística, os colaboradores entendem, em sua maioria, que é importante o desenvolvimento desta atividade. Isto geraria mais empregos, divulgaria a imagem da cidade entre outros aspectos positivos.

Tendo em vista a expansão do fenômeno turístico, 91% dos 53 respondentes afirmam que não há incentivos por parte do governo em qualificar profissionais que atendam esse mercado, apenas 9% acreditam que há incentivo governamental. A qualificação profissional se mostra relevante para que o processo de acolhimento atenda às necessidades de quem chega à cidade, ao equipamento turístico almejando a melhor estadia, o melhor atendimento durante a visita.

Estima-se que de acordo com os relatos, a atenção à qualificação profissional por parte do governo incida diretamente no acolhimento de qualidade nos meios de hospedagem na opinião dos sujeitos da amostra.

Os colaboradores relataram o que pensam sobre ser um bom profissional como uma espécie de autoavaliação de acordo com o que praticam, ressaltando características do comportamento humano em relação às atitudes que devem motivar o interesse pela profissão. Conscientes de que um profissional que não se preocupa com estes aspectos certamente não terá êxito no cargo escolhido.

Ao perguntar a estes sujeitos sobre os problemas enfrentados na profissão, as respostas giraram em torno da falta de qualificação profissional, pois acreditam que se aprofundar nos estudos contribui para a qualidade dos serviços prestados. É no seu exercício que se configuram os aspectos práticos do dia a dia no contato direto com o hóspede e é por meio destas percepções que os relatos trazem as relações positivas e negativas expostas pelos sujeitos.

Sobre o que deveria melhorar no processo de acolhimento aos turistas nos meios de hospedagem, em várias questões os colaboradores induzem a acreditar que os resultados bons ou ruins podem estar ligados ao gosto pelo que fazem - fator recorrente nas respostas das relações positivas.

As palavras/expressões Acolhimento; Estar a serviço de alguém; Servir, Ser servil e Estrangeiro, foram apresentadas aos sujeitos da pesquisa com o intuito de entender o que pensam a respeito destas em relação ao acolhimento de qualidade, objeto de estudo desta pesquisa.

De acordo com as respostas mais expressivas, o conteúdo do discurso dos sujeitos indicou que estes têm presente o conceito básico de acolhimento e expressaram termos que se relacionam aos três elementos que compõem o acolhimento: reconhecimento, hospitalidade e cuidado.

Estes termos foram citados em respostas às cinco palavras/expressões entendidos pela pesquisadora que o **acolhimento** existe e é praticado pelos sujeitos, pois receber bem; hospitalidade; atenção; bem-estar; acolher são expressas com maior frequência. Mostrando que, gostar de atender, dispensar tratamento diferenciado; atender bem às pessoas; oferecer conforto ao hóspede; atender bem porque as pessoas gostam; oferecer conforto ao hóspede, favorecem o ato de acolher.

A expressão **estar a serviço de alguém** resultou num comportamento talvez afetivo com o trabalho, visto que as associações descritas apontam para um acolhimento de qualidade, uma vez que gostar de servir; buscar suprir as necessidades do cliente; estar disponível para o cliente; ser prestativo; ter satisfação em poder ajudar; ter responsabilidade; servir com prazer a quem pede ajuda; são atitudes e comportamento que, certamente, geram boas expectativas de cumprimento deste objetivo que é acolher bem dando qualidade aos serviços prestados pelos sujeitos. É humanizar o trabalho, é entender o Outro, é colocar-se na condição do Outro.

Para a palavra **servir**, em destaque a palavra **atender** seguida das demais manifestações como: **doar-se; satisfação; respeito; paciência; comprometimento; prontidão; vocação; prazer**; entre outras que só corroboram com os aspectos positivos do que resulta em bom atendimento.

Ser servil, na opinião dos colaboradores, também teve resultado positivo, pois as relações apresentadas indicaram que dar **atenção** primeiramente, e palavras

como: **atender; disposição; paciência; respeito; servir;** são sinal de um comportamento em que os sujeitos estão dispostos a ajudar, o que resulta em satisfação por parte das pessoas acolhidas.

Nesta observação, o conceito de **ser servil** parece estar confuso na mentalidade dos sujeitos. **Servil**, para o Houaiss, significa algo “relativo ou pertencente a servo”, “próprio da condição de servo”. Nos estudos de Avena (2006, p. 127) este termo mostra que, ser servil, tem concepção negativa e algumas palavras como: autoritarismo, escravidão, submissão, exploração, mandonismo, repressão, prepotência, medo, representam o que não foi observado nos relatos dos colaboradores estudados. Parece haver uma aproximação ao conceito de servir ou estar a serviço de alguém e não de servidão.

Foi possível inferir, apesar de considerações negativas, que os colaboradores não se sentem em condição de servidão ou servilismo. Eles parecem estar exercendo suas funções baseadas no entendimento de que estar a serviço de alguém é estar às ordens, prestar um bom serviço, sendo útil, auxiliando, cuidando de alguém – algo bom para o Outro.

A palavra-chave **Estrangeiro** foi apresentada aos sujeitos da pesquisa como estímulo para identificar as representações expressas por eles em relação àquele que vem de outro país ou de outra região do Brasil.

Supõe-se que os resultados positivos decorrentes da estimulação sejam em função de uma visão que mostra o estrangeiro como alguém que possibilita o conhecimento de outras culturas. As relações negativas enfatizam as relações com a língua: **não falar a nossa língua; não entender o que falam; frustrar a comunicação com o hóspede.** Representam uma dificuldade de comunicação.

O planejamento de uma viagem começa com as aspirações e expectativas dos visitantes ou hóspedes, e ao chegar ao destino, além de bom atendimento, o indivíduo prima por segurança. Neste quesito os colaboradores apontaram este item como a principal melhoria no processo de acolhimento ao turista na cidade, seguida por **qualificação profissional e transporte de qualidade** ambas com 10 ocorrências, depois, a necessidade de **locais de informações turísticas; hospitalidade; ofertas de serviços diferenciados; mais eventos culturais** completam os relatos dos sujeitos.

Opinaram também sobre as melhorias no processo de acolhimento nos meios de hospedagem. Neste contexto, a **qualificação profissional** surgiu em

primeira posição, seguida pelos termos **atendimento adequado, saber outro idioma, atenção e sorriso**.

“**Prestar o melhor serviço, pois o cliente merece bom serviço, atenção e respeito**” foi a frase mais citada pelos colaboradores para expressar o pensamento em relação a estar a serviço do turista, expressando uma compreensão que se refere a como deveria ser essa prestação de serviços e as razões pelas quais esse serviço deve ser de qualidade.

Quando expostos à condição de clientes, os sujeitos expressaram situações que contemplam os elementos que compõem o acolhimento, mostrando como gostariam de ser acolhidos e têm a percepção quanto aos sentimentos dos turistas quando recebem um atendimento de qualidade configurando assim a satisfação das suas necessidades, expectativas e desejos. Os colaboradores acreditam que um **bom atendimento fideliza o hóspede**; que **estar atento aos interesses do cliente** é um fator relevante; **sentir-se confortável e acolhido**; **sensação de bem-estar**; **sentir-se bem vindo**; **sentir-se importante e ter pessoas dispostas a ajudar** são situações que fazem diferença no acolhimento ao chegar aos meios de hospedagem.

Como clientes, relataram sentimentos que denotam **tristeza**; **chateação**; **raiva**; **frustração**; **decepção**; **arrependimento**; **desrespeito**; **rejeição**; **constrangimento**; **sensação que foi mal acolhido**; **lesado**; **enganado**; em relação ao mau atendimento nos meios de hospedagem. Este resultado certamente indica que os sujeitos têm conhecimento cognitivo-efetivo quanto à condição dos turistas quando recebem uma qualidade de acolhimento não adequada às suas necessidades, expectativas e desejos.

Diante das adversidades em caso de não acolhimento, os sujeitos da pesquisa sugeriram **acolher da melhor forma possível e dar atenção** como principais atitudes que poderão ser tomadas em casos de estresse vivido pelos hóspedes, além de ter **paciência**; **manter a calma**; **sorrir**; ser **ágil**; **cordial**; **gentil**.

O Sorriso, na opinião dos colaboradores, é **Acolhimento**, além de **felicidade**; **alegria**; **satisfação**; **simpatia**; **reconhecimento** do indivíduo acolhido. Também o identificam como **carisma**; **educação**; **boas vindas**; **disponibilidade**, apontando para o Reconhecimento como uma das categorias principais do Acolhimento.

Este estudo mostra a importância dos elementos básicos sobre o processo de acolhimento: reconhecimento, hospitalidade e cuidado.

É importante salientar alguns elementos mais relevantes da pesquisa que merecem destaque em função de todo o processo idealizado ao longo da caminhada do estudo em foco.

Em relação à observação nos meios de hospedagem, foi possível internalizar que a definição da classificação dos hotéis, se justifica, tendo em vista uma tradição local do contexto em que estes foram construídos. A década de 60 foi muito importante para a cidade de Brasília, pois muitos dos hotéis da cidade foram construídos neste período deixando na história local indícios de uma cidade nova com tudo novo, suas principais construções, sua importância para o futuro.

A classificação de 3 a 5 estrelas atende aos requisitos, mas foi possível observar, em alguns equipamentos, que o fato de serem hotéis destes níveis parece ter se tornado algo corriqueiro e que deixam de lado alguns cuidados estéticos, estruturais e funcionais que devem ser permanentes até para não perder suas características de hotel de alto nível. Porém, de maneira geral, com suas recepções agradáveis e pessoas dispostas ao acolhimento, trazem à cidade condições interessantes e atrativas de hospedagem, mesmo merecendo uma atualização e/ou modernização.

Foi possível compreender, diante do levantamento do perfil sócio-histórico-cultural-econômico-educacional dos sujeitos da amostra, que o processo de Acolhimento depende de todos esses fatores, visto que está presente na mentalidade dos colaboradores que o Acolhimento está intrinsecamente ligado a estes fatores.

Com base no conteúdo analisado, a educação formal é mencionada em várias questões como necessária para a qualificação profissional dos sujeitos, pois estes falam repetidamente em relatos referentes às melhorias de condições profissionais e que a formação profissional é o caminho, o meio para que isso ocorra.

Ainda que a remuneração seja considerada neste estudo um fator importante para a empregabilidade dos sujeitos como um todo, na Hotelaria, de alguma forma, de acordo com os relatos, ficou claro que a necessidade de melhoria desta seria importante. Isto se apresenta quando perguntados sobre problemas enfrentados na profissão, mas a interpretação mais próxima daquilo que vem a ser um problema parece estar solucionado quando se fala sobre o que é ser um bom profissional. Neste quesito as respostas são em sua maioria positivas. Assim, pode-

se concluir que, apesar de baixos, os salários não são a principal motivação para se trabalhar na hotelaria. Há um encantamento, um gosto pela profissão que foram ressaltados algumas vezes e por grande parte dos sujeitos pesquisados.

Ficou evidente na ação profissional dos colaboradores dos meios de hospedagem que estes têm consciência do que deveria ser um acolhimento de qualidade, e que o comportamento considerado adequado, por meio de suas funções, caracteriza o ato de acolher, desenvolvendo as suas categorias principais (reconhecimento, hospitalidade e cuidado) e as complementares (sorriso, o local do acolhimento e o perfil e formação do pessoal para o acolhimento ao turista).

Identificou-se que não está clara na mentalidade dos sujeitos a diferença entre servir, estar a serviço ou ser servil, pois os colaboradores confundem a ação positiva de servir e estar a serviço de alguém, com a relação negativa de ser servil que representa semelhança com a servidão, a subserviência, a subalternidade, dentre outras.

Os colaboradores responderam a várias questões em que salientam a necessidade de qualificação profissional em hotelaria em Brasília e que faltam cursos que preparem profissionais que entendam a necessidade do bem acolher.

De acordo com os dados mostrados na Tabela 3, a oferta de cursos não atende à demanda destes colaboradores, pois muitos fecharam e não há ofertas e as instituições não abrem turmas.

Mesmo com a constatação de que a maioria dos sujeitos da amostra possui nível superior, percebeu-se que é necessária uma ação governamental que implemente programas de formação em turismo e hotelaria, nos níveis técnico, tecnológico e superior, com qualidade adequada para a formação de pessoal consciente da realidade e necessidades locais, conseqüentemente, para a melhoria do acolhimento ao turista.

A questão da segurança pública e do transporte de qualidade em Brasília, foram relatados como precários. Assim, estes necessitam de maior atenção, para que o turista se sinta em segurança e bem acolhido na cidade. O indivíduo precisa se sentir seguro, confortável ao chegar ao desconhecido como forma de satisfação das suas expectativas, desejos e necessidades, atendendo à categoria do cuidado do conceito de acolhimento.

Ficou evidente que esse tema não se esgota neste trabalho. A partir dele abrem-se oportunidades para o aprofundamento em estudos futuros. Como

sugestão, estes poderão ser trabalhados no sentido de dar ênfase a todas essas questões iniciadas aqui como contribuição para o Acolhimento de Qualidade nos Meios de Hospedagem, especificamente, e nos Equipamentos e Serviços Turísticos de uma forma geral.

*De tudo, ficaram três coisas:
a certeza de que estava sempre começando,
a certeza de que era preciso continuar
e a certeza de que seria interrompido antes de terminar.
Fazer da interrupção um caminho novo.
Fazer da queda um passo de dança,
do medo uma escada,
do sono uma ponte,
da procura um encontro.*

(Fernando Sabino)

REFERÊNCIAS

ANSARAH, M.G.R.; REJOWSKI, M. **Panorama do ensino em Turismo no Brasil: graduação e pós-graduação**. Turismo em análise, São Paulo, v. 7, n. 1, p.36-45, maio 1996.

AVALIAÇÃO do Plano Nacional de qualificação do trabalhador – planfor/SEFOR/TEM – Relatório de Avaliação Comparativa dos PEQs – 1996 a 1998. São Paulo: Universidade Federal de São Carlos, 1999.

AVENA, B. M. **Turismo, Educação e Acolhimento: um novo olhar**. São Paulo, SP: Roca, 2006.

AVENA, Biagio M. **Por uma pedagogia da viagem do turismo e acolhimento: itinerário pelos significados e contribuições das viagens à (trans)formação de si**. Tese (Doutorado em Educação). Faculdade de Educação da Universidade Federal da Bahia, Bahia, 2008.

AVENA, B.M. **Viajando... se (trans)formando...** Rio de Janeiro, RJ: Bookstart, 2015.

BACHELARD, Gaston. A casa: do portão ao sótão. O sentido da cabana. In: **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros. **Gestão em turismo e hotelaria: experiências públicas e privadas** / Luiz Gustavo Medeiros Barbosa, Deborah Moraes Zouain, orgs. São Paulo: Aleph, 2004.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 12 ed. ver e atualiz. São Paulo: SENAC São Paulo, 2007.

_____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. 3 ed. ampl. e atual. São Paulo: Aleph, 2011.

_____. Sistema de Turismo. In. Turismo em Análise. São Paulo, V.1, n.1, 1990. Disponível em: < <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63854>>. Acesso em: 1 de setembro de 2014 às 22h45

BENI, M.C; MOESCH, M. M. **Do Discurso sobre a Ciência do Turismo para a Ciência do Turismo**. Artigo apresentado no XII Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa Pós-Graduação em Turismo: 2015.

BERTALANFFY, Ludwing Von. **Teoria geral dos sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações**. Petropolis, RJ: Vozes, 2012. 360p.

BOFF, Leonardo. **Virtudes para um outro mundo possível: Hospitalidade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. 199p.

BOULLÓN, Roberto; MOLINA, Sérgio; WOOG, Manuel Rodriguez. **Um novo Tempo livre: três enfoques teórico-prático**. Bauru, SP: Edusc, 2004. 116p.

Brasília Convention & Visitors Bureau (2017), Disponível em <http://brasiliaconvention.com.br/conheca-brasilia/>. Acesso em 29 de abril de 2016.

BRUYNE, Paul de; HERMAN, Jacques; SCHOUTHEETE, Marc de. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1997. 252p.

BUARQUE, S. C. **Metodologia de planejamento e desenvolvimento local e municipal sustentável**: material para orientação técnica e treinamento de multiplicadores e técnicos em planejamento local e municipal. Brasília: PCT – INCRA/IICA, 1999. 105 p.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo. Ed Alep, 2004.

_____. **A pesquisa em hospitalidade**. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Comunicação, Turismo e Hospitalidade - XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

CASSAR, Maurício. **Estratégias de marketing para hotelaria**. In: DIAS, Reinaldo; PIMENTA, Maria Alzira (Orgs.). *Gestão de Hotelaria e Turismo*. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005. 282p.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. EDUCS, Caxias do Sul, 2003. 732p.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade**: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. Saraiva, São Paulo, SP: 2010. 259p.

DEMO, Pedro. **Metodologia do conhecimento científico**. São Paulo, SP: Atlas, 2013. 216p.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca; **Turismo: princípios e prática**. Porto Alegre: Bookman, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 4 ed. São Paulo, SP: Futura, 2000, 286p.

DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. **O planejamento da pesquisa qualitativa**: teorias e abordagens. 2. Ed. Porto Alegre, RS: Penso 2006. 432p.

DERRIDA, Jacques. **Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar Da Hospitalidade**. São Paulo: Escuta, 2003. 135p.

DIAS, Reinaldo. **Hotelaria e Turismo: elementos de gestão e competitividade**. Campinas, SP: Alínea, 2006. 117 p.

Embratur 50 anos uma trajetória do turismo no Brasil. Disponível em: http://www.embratur.gov.br/arquivos/pdf/noticias/Livro-EMBRATUR-50-ANOS_Vfinal_nov2016.pdf. Acesso em 10 de março de 2017.

GADOTTI Moacir. **Perspectivas atuais da educação**. São Paulo em Perspectiva, 14(2) 2000. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/spp/v14n2/9782.pdf>. Acesso em 05 jun de 2017.

GRINOVER, Lúcio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo, SP: Aleph, 2007. 191 p.

GUTIERREZ, Gustavo Luís. **Lazer e prazer**: questões metodológicas e alternativas políticas. Campinas, SP: Autores Associados, 2001. 125p.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo, SP: Annablume, 2005. 252p.

JAFARI, Jafari. El Turismo como disciplina científica. In. **Política y sociedad**, v42, n.1, p.39-56, 2005. Disponível em: https://www.academia.edu/6019927/El_turismo_como_disciplina_cientifica_The_Scientification_of_Tourism . Acesso em: 17 de setembro de 2014 às 10h30

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. 3 ed. rev. e ampli. São Paulo: Aleph, 2009.

KUBITSCHKE, Juscelino. **Por que construí Brasília**. Senado Federal, Conselho Editorial, (Coleção Brasil 500 anos), 2000.

LAPASSADE, Georges. Da multirreferencialidade como “Bricolagem”. In: BARBOSA, Joaquim Gonçalves (Org.). **Multirreferencialidade nas ciências e na educação**. São Carlos: EdUFSCar, 1998.

MACHADO, Danielle Fernandes Costa. COSLING, Marlusa. **A teoria geral do sistema na ótica do turismo: uma revisão dos modelos de sistemas turísticos**. In Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 6, 2009, São Paulo. **Anais...**São Paulo: Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, 2009. Disponível em: <http://www.anptur.org.br/ocs/index.php/seminario/2009/paper/view/131/25>. Acesso em: 04 de jun de 2017.

MALDONADO, Mauro. O estrangeiro. In: **Raízes Errantes**. São Paulo: Ed. 34,

MARCH, James G. **Como as Decisões Realmente Acontecem**: princípios de tomada de decisões. São Paulo: Editora Leopardo, 2009. 241p.

MARCELINO, Nelson Carvalho. **Estudo do lazer**: uma introdução. Campinas, SP: 3ª ed. Autores Associados, 2002. 97p.

MCINTOSH, Robert. **Turismo princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

MINAYO, Maria Cecília de Souza (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1994.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Plano Diretor de Tecnologia da Informação 2015/2016. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/PDTI_MTur_2015_2016_APROVADO_CETI.pdf Acesso em: 08 de agosto de 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Hotelaria e hospitalidade. Elizabeth Victória Popp. (et al.) Ed. ver. E ampli. São Paulo: IPSIS, 2007. e http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Hotelaria_e_Hospitalidade.pdf. Acesso em: 18 de setembro de 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Cadastur. Disponível em: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/SobreCadastur.mtur>. Acesso em: 21 de mar de 2017

MOESCH, Marutschka M. **Epistemologia social do Turismo**. 2004, Tese (Doutorado) – Escola de Comunicação e Arte, Universidade de Brasília USP, São Paulo, 2004. 500p.

_____ A origem do conhecimento, o lugar da experiência e da razão na gênese do conhecimento do turismo. In **5º Congresso Latino-Americano de Investigação Turística**. Disponível em: <<http://www.intranet.cet.unb.br/portal/images/stories/divulgacao/maruska.pdf>>. Acesso em: 04 de jun de 2017.

MOLINA, Sergio. **O Pós-Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. 130p.

_____ **Turismo: metodologia e planejamento**. São Paulo: Aleph, 2003. 126p

MOLINA, Sergio. **Planejamento Integral do turismo**. Bauru: Edusc, 2001. 130p.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DO DISTRITO FEDERAL. **Relatório da Pesquisa de Qualificação dos Profissionais do Sistema Produtivo do Turismo** - Projeto Observatório o Turismo do Distrito Federal. 2013.

ONFRAY, Michel. **Teoria da Viagem: poética da geografia**. Porto Alegre: L&PM editores, 2009. 112p.

PAKMAN, Elbio Troccoli. Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. 2014. Disponível em: <<http://www.anptur.org.br/anptur/anais/v.10/Anais/DFP1/034.pdf>> Acesso em: 29 de abril de 2016.

PANOSSO NETO, ALEXANDRE. **Filosofia do Turismo: Teoria e Epistemologia**. 1ª Edição. São Paulo: Aleph, 2011. 197p.

PAVIANI, Jaime. **Epistemologia prática** – ensino e conhecimento científico. Caxias do Sul: EDUCS, 2009. 144p.

PAVIANI, Aldo. (Org.) **Brasília, ideologia e realidade: espaço urbano em questão**. 2 ed. Ed. Universidade de Brasília. Brasília, 2010. 392p.

PEREIRA, Francisca Félix, COUTINHO, Helen Rita M. **Hotelaria: da era antiga aos dias atuais**. Revista Eletrônica Abore - Publicação da Escola Superior de Artes e Turismo Edição 03/2007. Disponível em http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_3/Francisca%20Felix%20Pereira.pdf. Acesso em 05 de jun de 2017.

Pesquisa de Perfil e Satisfação do Visitante Brasília Cidade Sede Futebol – Jogos Olímpicos Rio 2016. Disponível em: [http://observatorio.setur.df.gov.br/files/2614/7688/5787/Pesquisa de perfil e satisfa](http://observatorio.setur.df.gov.br/files/2614/7688/5787/Pesquisa_de_perfil_e_satisfa)

cao_do_visitante - Brasilia Cidade Sede Futebol - Jogos Olimpicos Rio 2016.pdf. Acesso em 09 de mar 2016.

SESSA, Alberto. **Turismo e política de desenvolvimento**. Porto Alegre: Uniontur, 1983. 167p.

SILVA, Luiz Sergio Duarte da. **A construção de Brasília: Modernidade e periferia**. Goiânia: UFG, 1997.

TERRA, Tatiana Vieira. **Brasília bucólica - a experiência do caminhar pelas entrequadras de Brasília (cidade, arte e turismo)** Dissertação de Mestrado. Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília 2015.

TRIVIÑOS, Augusto N.S. **Introdução á pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 2012, 175 p.

VARGAS, I.D.S. **Formação profissional e desenvolvimento de competências em hotelaria**. In: DIAS. R. Hotelaria e turismo: elementos de gestão e competitividade. Campinas, SP. Alínea, 2006. 117 p.

WALKER, John R. **Introdução à Hospitalidade**. Barueri, SP: Manole, 2002.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205p.

APÊNDICE B – Formulário de Entrevista com os Colaboradores da Hotelaria

O ACOLHIMENTO HOTELEIRO E A FORMAÇÃO SÓCIO-HISTÓRICO-CULTURAL DOS PROFISSIONAIS DOS MEIOS DE HOSPEDAGEM EM BRASÍLIA

Sou estudante do Mestrado em Turismo da UnB e desenvolvo meus estudos sobre o Acolhimento Hoteleiro na cidade de Brasília. Sua contribuição é muito importante para esse estudo. Este é um questionário para a pesquisa. **Não é necessário se identificar.**

Aluna: Suely Ribeiro de Oliveira
Orientador: Prof. Dr. João Paulo Faria Tasso

Pesquisa 2017 – Colaboradores

1- Cargo ou função que ocupa: _____

2- Sexo: () Feminino () Masculino

3- Idade: () 20 a 25 anos () 26 a 30 anos () 31 a 35 anos
() 36 a 45 anos () acima de 46 anos

4- Escolaridade: () Ensino fundamental () Ensino médio () Técnico
() Superior
() concluído () não concluído

5- Informe quais foram os cursos relacionados à área hoteleira?

6- Fala algum idioma? Qual? _____

Nível: () Básico () Intermediário () Avançado

7- Como você classifica o seu nível de satisfação com a profissão relacionada à hotelaria?

() Excelente () Bom () Razoável () Ruim

Porquê?

8- Qual a sua faixa de renda atual (em salários mínimos):

() de 1 a 3 () de 3 a 5 () de 5 a 9 () acima de 10

9- Você considera importante o desenvolvimento da atividade turística na cidade?

() Sim () Não

Porquê?

10- Na sua opinião, há incentivos por parte do governo para qualificar os profissionais da área? () Sim () Não

Porquê?

11- Na sua opinião, o que torna uma pessoa um bom profissional?

12 - Quais são, hoje, os maiores problemas enfrentados na sua profissão relacionados ao atendimento direto com o hóspede?

13- O que você acha que deveria melhorar no processo de acolhimento ao turista aqui neste equipamento?

14- O que você pensa quando você ouve as seguintes palavras:

ACOLHIMENTO	Por quê?
ESTAR A SERVIÇO DE ALGUÉM	Por quê?
SERVIR	Por quê?
ESTRANGEIRO	Por quê?
SER SERVIL	Por quê?

15 – Escreva / Diga duas a três palavras sobre o que você acha que deveria melhorar no processo de acolhimento ao turista aqui nesta cidade?

Processo de acolhimento ao turista	Por quê?

16 – Diga duas a três palavras sobre o que você acha que deveria melhorar no processo de recepção ao turista neste equipamento?

Processo de acolhimento ao turista – neste equipamento	Por quê?

17 - Estar a serviço do turista faz você pensar em qual ou em quais dessas frases:

- Troca de serviço por dinheiro
- Obriga-me a ser servil / subserviente
- Eu sei fazer o serviço e ele pode pagar por esse serviço
- Fazer o melhor serviço para manter o cliente, ser servil, pois o cliente é quem tem razão
- Eis um estranho / estrangeiro que veio nos explorar!
- Meu emprego / serviço depende da forma de tratar o cliente
- Prestar o melhor serviço, pois o cliente merece bom serviço, atenção e respeito

18 – Use duas palavras que expressam bem como você gostaria, SE FOSSE O HÓSPEDE, de ser recebido / acolhido ao chegar ao seu destino (o hotel).

Recebido/Acolhido	Por quê?

19 – Se você, COMO CLIENTE, não for recebido da forma como você espera, o que você sente?

O que você sente	Por quê?

20 – O que você acha que o turista que fez uma viagem péssima com muita turbulência e com atraso do avião sente?

O que você sente	Por quê?

21 – O que você faria ou faz para modificar, neutralizar ou diminuir este sentimento?

Neutralizar	Por quê?

22 – Para você o que significa um sorriso? (Pode haver mais de uma resposta)

Sorriso	Por quê?