

AS LENTES DE HOSPITALIDADE E A GASTRONOMIA NA MOTELARIA PAULISTANA DE ALTO PADRÃO.



Donisete M. dos Reis; Alan A. Guizi; Elizabeth K. Wada
Universidade Anhembi Morumbi
Mestrado em Hospitalidade, campus Mooca
E-mail do orientador: alan.guizi@ulife.com.br

Introdução

- A hospitalidade, entendida como a relação baseada na troca e na cessão de dádivas, fundamentada nos princípios de generosidade e acolhimento
- Se estrutura na ideia de receber e proteger o visitante, criando um espaço livre de incertezas, onde o anfitrião assume a responsabilidade de oferecer cuidado e conforto ao hóspede (MONTANDON, 2011).
- Em Lashley, Lynch e Morrison (2007), a hospitalidade é entendida por meio de lentes conceituais, as quais são observadas na figura 1 a seguir.

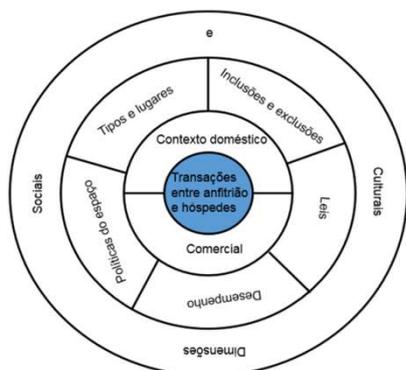


Figura 1: Lentes conceituais de hospitalidade

Fonte: Adaptado de Lashley, Lynch e Morrison (2007)

- 'Discursos doméstico e comercial': Espaços onde ocorrem a hospitalidade
- 'inclusão e exclusão' ao que se trata da aceitação ou não do hóspede
- 'políticas do espaço' referindo-se à organização e comportamentos aceitáveis
- 'tipos e lugares' retratando o ambiente ou contexto onde a hospitalidade ocorre
- 'performance' referindo-se aos comportamentos e práticas dos anfitriões e hóspedes para que a hospitalidade ocorra
- 'dimensões culturais e sociais' que se tratam da caracterização dos costumes locais onde tais relações ocorrem.

Objetivos

Conhecer a hospitalidade percebida por meio dos serviços de gastronomia em empreendimentos moteleiros de alto padrão na cidade de São Paulo, por meio das lentes conceituais (LASHLEY; LYNCH; MORRISON, 2007)

Metodologia

O presente estudo qualitativo e exploratório, parte dos conceitos de lentes de hospitalidade tratados anteriormente para, por meio de reflexões acerca do cotidiano e dos objetivos de empreendimentos de alto padrão da moteleria paulistana, estabelecer relações e compreensões acerca da hospitalidade nestes citados empreendimentos, onde cada lente é compreendida tendo em vista a sua aplicação e seus resultados esperados, sendo apresentados na seção de resultados a seguir.

Resultados

Lentes	Observações
Discurso Doméstico	Recriar um ambiente que remete às experiências afetuosas e acolhedoras. Busca-se oferecer pratos com toque caseiro ou confort food sofisticados
Discurso Comercial	Envolve transações econômicas, onde a gastronomia é vista como um de seus elementos centrais. A autenticidade do serviço é crucial para criar uma experiências. Incorporação de elementos de alta gastronomia, ingredientes de qualidade e cardápios personalizados.
Inclusão e exclusão	Curadoria de quem é incluído no espaço. A gastronomia reforça essa sensação de exclusividade.
Tipos e Lugares	Motéis de luxo representam um local específico de hospitalidade a ser explorado, e a gastronomia se adapta ao contexto desse ambiente.
Leis	A moteleria, assim como a gastronomia contida nesse empreendimento, seguem uma série de leis e regras que visam o conforto e a segurança de seus hóspedes.
Políticas do espaço	Disposição dos espaços nos motéis de luxo é estratégica para criar uma experiência de hospitalidade que equilibra intimidade e privacidade. A sua aplicação reside no design dos ambientes, onde a comida é servida enfatizando a privacidade e o conforto.
Performance	Adota-se a visão voltada aos serviços, cuja aplicação está em acolher e oferecer conforto e segurança aos hóspedes.
Dimensão cultural e social	A gastronomia visa reforçar essa experiência ao integrar elementos culturais e sociais que estejam atrelados ao tipo de estabelecimento e sejam significativos para o hóspede. Oferecer pratos culturais do local, além de experiências gastronômicas de outras culturas como uma forma de diversificar a experiência.

Conclusões

A análise da hospitalidade presente na moteleria de alto padrão paulistana, por meio de Lashley, Lynch e Morrison (2007), demonstra que são diversas as oportunidades de sua inserção, em diversos aspectos, setores e atividades moteleiras, sendo um aspecto competitivo fundamental para sua sobrevivência e desenvolvimento neste mercado.

Bibliografia

- CAMARGO, L. O. DE L. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, v. XII, n. número especial, p. 42-69, 2015.
- CAMARGO, L. O. L. *Hospitalidade*. São Paulo: ABC do Turismo, 2004.
- LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, v. XII, n. número especial, p. 70-92, 2015.
- LASHLEY, C.; LYNCH, P.; MORRISON, A. (EDS.). *Hospitality: A social lens*. 1. ed. Oxford: Elsevier, 2007.
- MONTANDON, A. *O livro da hospitalidade: Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- TELFER, E. The philosophy of hospitableness. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Eds.). *In search of hospitality: Theoretical perspectives and debates*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000. p. 38-55.

Agradecimentos

Este estudo conta com bolsa PROSUP/CAPES.