## HOSPITALIDADE E TENDÊNCIAS POPCORN: REFLEXÕES NO TURISMO E NA HOTELARIA

## Thalita Maria Mancoso Mantovani e SOUZA

Especialista em Planejamento e Gestão da Hospitalidade em Turismo. Educadora da Microlins Bauru. Rua Dr. Fuas de Mattos Sabino, nº 2-8. Bauru-SP. *E-mail*: thalimmm@hotmail.com

Mestre em Ciências da Comunicação. Doutoranda em Geografia Humana. Docente do Curso de Lazer e Turismo da EACH/USP. *E-mail*: aldrigui@usp.br

Palavras-chave: Hospitalidade. Tendências. Turismo. Hotelaria.

Introdução: A hospitalidade, sendo a base da sociedade (LASHLEY, 2004, p. 5), tem como função estabelecer relacionamentos ou promover um relacionamento já estabelecido. É a possibilidade de encontros que podem levar à relacionamentos, propiciando a troca e o benefício mútuo para o anfitrião e o hóspede. O turismo e a hotelaria inserem-se neste contexto, pois há ofertas de espaços para que a hospitalidade se concretize, criando experiências memoráveis, com a construção de laços e elos (relacionamentos) por meio da prestação de serviços que supram as necessidades dos seus clientes. Neste sentido, o presente estudo propõe uma reflexão entre as tendências da hospitalidade e as de Popcorn, embasando-se nas atividades turísticas e hoteleiras.

**Relevância do estudo**: Como a hospitalidade renasce neste século XXI, torna-se importante estudá-la e pesquisá-la, além de aplicá-la nos empreendimentos turísticos, criando ambientes que visam atender e especialmente, superar as expectativas dos clientes. **Materiais e Métodos**: Foram utilizadas as pesquisas bibliográfica e exploratória, baseando-se em literaturas e palestras sobre o tema. Aplicou-se o Método Analítico-Sintético, que permite uma análise e reflexão mais detalhadas dos materiais obtidos. Os Materiais encontram-se disponíveis em bibliotecas, além de serem parte do acervo das autoras.

Resultados/Discussões: As tendências apontadas por Popcorn (1994) interligam-se com as tendências da hospitalidade (ALDRIGUI, 2003), pautando algumas aptidões, habilidades e competências para as atividades no turismo e na hotelaria. "Cocconing" (encasulamento) é aquela que o indivíduo busca cercar-se de proteção, segurança, paz, conforto, controle, convívio socializado, mesmas ideologias, práticas e, em um patamar maior, isolamento. Transportando esta idéia para o turismo e hotelaria, tem-se o conforto e a seguranca dos hotéis, bem como a segmentação da atividade (cruzeiros temáticos, lugares alternativos, pacotes específicos para públicos de melhor idade, entre outros). A tendência da hospitalidade que se assemelha é Security Detail, ou seja, com a espionagem industrial, as empresas estão zelando muito mais pela privacidade e segurança, impossibilitando a penetração de concorrentes. Na "Aventura da Fantasia", há estímulos por meio de aventuras seguras, ou seia, as pessoas assumem atividades de risco sem sofrer risco algum (em um parque temático que vivencia os safáris, os animais não necessariamente têm que ser vivos). Cresce a necessidade das pessoas por fugas emocionais para compensar suas rotinas diárias. "Pequenas Indulgências" caracteriza-se pela recompensa material, na qual o indivíduo experimenta uma sensação de merecimento, com luxos acessíveis e não mais exorbitantes e que tenham qualidade (Roteiro do Charme). A tendência Spending is taking off da hospitalidade assemelha-se a ela, visto que há um aumento nos gastos e consequentemente, nos investimentos. Já a tendência "Egonomia" visa o eu (egocentrismo), mas do ponto de vista da individualização, diferenciação e personalização dos materiais para os consumidores. No turismo e especialmente na hotelaria, a regra é clara quando se trata da satisfação dos clientes (o Hotel Lê Méridien Copacabana criou um setor de atendimento personalizado ao hóspede). A tendência da hospitalidade que se aproxima com este item é o Luxury is Back!, uma vez que os hóspedes estão demandando luxo e valor agregado quando há o investimento (pagamento) feito por eles. O "Sair Fora" é a tendência de reunir tudo o que foi conquistado na carreira, incluindo experiências, para trabalhar em outro local, em alguma coisa que o indivíduo deseja e que proporcione conforto, que traga um retorno nostálgico aos valores das pequenas cidades com direito a ar puro, vizinhos de

linguajar simples. Muitos restaurantes aproveitam esta idéia com sucesso, visto que algumas pessoas possuem a necessidade de comer comidas caseiras, de frequentarem ambientes totalmente familiares, confortáveis e seguros. Já na hotelaria, o destaque é para os meios de hospedagem situados na área rural. A "Volta ao Passado" remete idéia de envelhecimento com energia, ter cabeça e corpo de adulto com alma de criança e jovem. Os homens estão engajados em comportamento mais jovial, agindo de maneira não convencional a sua faixa etária. No turismo, estas pessoas frequentam campings e inscrevem-se em programas de férias com aventura. A tendência da hospitalidade Goodbye print? Hello E-commerce? Not so fast aborda que, por mais que a realidade da Internet esteja presente nos dias atuais, não será tão rápida a troca de "impressões" para somente o e-commerce, isto é, ainda o tradicional folder, folheto ainda servirá como comunicação com o cliente (não abandono do antigo para o novo). A tendência "Sobreviver" é aquela praticada por pessoas que assumem a responsabilidade pela própria saúde, escolhendo melhor os alimentos, praticando exercícios físicos regularmente, descansando mais, buscando uma significativa melhoria na qualidade de vida. Dentro das tendências da hospitalidade, destaca-se o Hit the Spa!, onde pode-se ter um spa dentro do hotel (que pode ser visto como refúgio). Já a tendência do "Consumidor Vigilante" é aquela na qual as pessoas não toleram mais produtos de má qualidade e serviços inadequados. Os consumidores estão mais críticos, ousados, porém amorfos. Optimize...or Goodbye reflete bem esta tendência: ou as empresas desenvolvem websites com design diferenciado, que seja fácil de navegar ou podem dizer adeus para o mercado competitivo. "99 Vidas", outra tendência de Popcorn, aponta o estado frenético e desesperado de pessoas que exercem muitos papéis e responsabilidades, que resolvem seus problemas usando telefones celulares, comendo em restaurantes fast food, com base na limitação do tempo. A tendência da hospitalidade WiFi – better have it vem ao encontro desta, por exemplo, um hotel deve possuir o WiFi não mais como luxo e sim como necessidade, sem que o hóspede pague a mais por este serviço oferecido. Por fim, a tendência "S.O.S." (Salve o Social) abrange as pessoas preocupadas em tornar a sociedade mais responsável em relação ao ambiente, educação e ética. A bola da vez agora são os treinamentos e estratégias (training & stategic planning: back again, big time), favorecendo uma melhor qualificação das pessoas para tratarem também dos assuntos abordados no S.O.S. de Popcorn.

Conclusão: O ser humano coloca suas características intrínsecas nos espaços que utilizam. Se o intuito da hospitalidade é criar e manter relações sociais, o ambiente que a pessoa está passa a ter significado, criando identidade e memória com o mesmo (MARCHES; ANTONIO; SOUZA; CASTALDELLI, 2008, p. 55). A hospitalidade só será verdadeira no turismo e na hotelaria quando as empresas permitirem que sejam praticadas relações hospitaleiras em suas dependências, primeiramente entre os clientes internos e após, com os clientes externos, além de inserirem totalmente o cliente externo no contexto de suas atividades, permitindo acessibilidade e legibilidade aos mesmos, na preocupação de socializar o outro (GRINOVER, 2007, p. 82). Diante do exposto, percebe-se que as tendências descritas por Popcorn para os anos 90 estão presentes nos dias atuais e que as empresas turísticas devem caminhar para o despertar da hospitalidade, favorecendo e promovendo a interação entre pessoas em seus espaços vivíveis.

## Referências:

ALDRIGUI, M. Tendências da hospitalidade e do turismo mundial. 2003. Palestra.

GRINOVER, L. A hospitalidade, a cidade e o turismo. São Paulo: Aleph, 2007.

LASHLEY, C. Para um entendimento teórico. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri: Manole, 2004. p. 01-24.

MARCHES, J. S.; ANTONIO, R. B.; SOUZA, T. M. M. M.; CASTALDELLI, V. A. **Companhias aéreas**: o e-commerce e a hospitalidade virtual. 2008. 81 f. Monografia (Especialização em Planejamento e Gestão da Hospitalidade em Turismo). INTEGRALE SISTEMAS DE ENSINO/FECAP. Bauru, 2008.

POPCORN, F. O relatório Popcorn. São Paulo: Campus, 1994.