

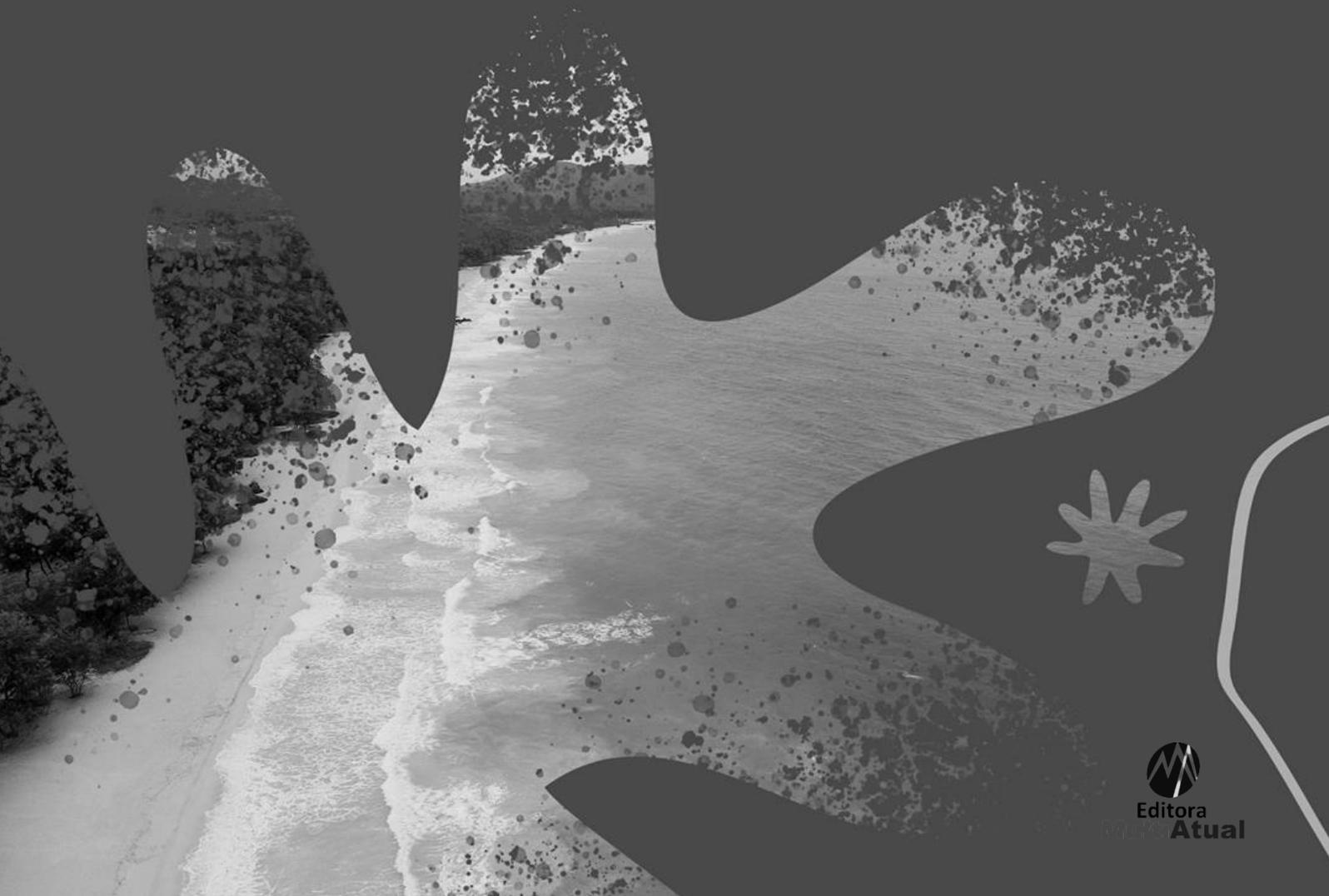
Turismo como Experiência: *Novos Horizontes*

Jader Silveira (Org.)



Turismo como Experiência: *Novos Horizontes*

Jader Silveira (Org.)



© 2024 – Editora MultiAtual

www.editoramultiatual.com.br

editoramultiatual@gmail.com

Organizador

Jader Luís da Silveira

Editor Chefe: Jader Luís da Silveira

Editoração e Arte: Resiane Paula da Silveira

Capa: Freepik/MultiAtual

Revisão: Respectiveos autores dos artigos

Conselho Editorial

Ma. Heloisa Alves Braga, Secretaria de Estado de Educação de Minas Gerais, SEE-MG

Me. Ricardo Ferreira de Sousa, Universidade Federal do Tocantins, UFT

Me. Guilherme de Andrade Ruela, Universidade Federal de Juiz de Fora, UFJF

Esp. Ricael Spirandeli Rocha, Instituto Federal Minas Gerais, IFMG

Ma. Luana Ferreira dos Santos, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Ana Paula Cota Moreira, Fundação Comunitária Educacional e Cultural de João Monlevade, FUNCEC

Me. Camilla Mariane Menezes Souza, Universidade Federal do Paraná, UFPR

Ma. Jocilene dos Santos Pereira, Universidade Estadual de Santa Cruz, UESC

Ma. Tatiany Michelle Gonçalves da Silva, Secretaria de Estado do Distrito Federal, SEE-DF

Dra. Haiany Aparecida Ferreira, Universidade Federal de Lavras, UFLA

Me. Arthur Lima de Oliveira, Fundação Centro de Ciências e Educação Superior à Distância do Estado do RJ, CECIERJ

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

	Silveira, Jader Luís da
S587t	Turismo como Experiência: Novos Horizontes - Volume 1 / Jader Luís da Silveira (organizador). – Formiga (MG): Editora MultiAtual, 2024. 78 p. : il. Formato: PDF Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader Modo de acesso: World Wide Web Inclui bibliografia ISBN 978-65-6009-118-4 DOI: 10.5281/zenodo.14335929
	1. Turismo. 2. Indústria do Turismo - estudos. I. Silveira, Jader Luís da. II. Título.
	CDD: 338.479 1 CDU: 380.8

Os artigos, seus conteúdos, textos e contextos que participam da presente obra apresentam responsabilidade de seus autores.

Downloads podem ser feitos com créditos aos autores. São proibidas as modificações e os fins comerciais.

Proibido plágio e todas as formas de cópias.

Editora MultiAtual
CNPJ: 35.335.163/0001-00
Telefone: +55 (37) 99855-6001
www.editoramultiatual.com.br
editoramultiatual@gmail.com
Formiga - MG
Catálogo Geral: <https://editoras.grupomultiatual.com.br/>

Acesse a obra originalmente publicada em:
<https://www.editoramultiatual.com.br/2024/12/turismo-como-experiencia-novos.html>



AUTORES

**CRISTIANE MARQUES DE MELLO
DAVI ALYSSON DA CRUZ ANDRADE
IVAN AGUIAR CARVALHO
LIVINNY LARISSA GONÇALVES DA SILVA
LUCIANA BRANDÃO FERREIRA
MARINA DE OLIVEIRA GONTIJO
MARLON CRISTIAN LIMA
RODRIGO BURKOWSK
SOLANO DE SOUZA BRAGA**

APRESENTAÇÃO

O turismo, enquanto prática social, econômica e cultural, transcende a simples movimentação de pessoas entre destinos. Ele configura-se como uma experiência multifacetada, que permeia as dimensões do lazer, da descoberta e da interação com o outro, sendo, portanto, um campo fértil para análises interdisciplinares. No mundo contemporâneo, marcado pela fluidez das fronteiras, pela valorização da diversidade cultural e pelas transformações tecnológicas, o turismo assume novas formas e perspectivas, demandando um olhar atento às suas dinâmicas, impactos e potencialidades.

O livro *Turismo como Experiência: Novos Horizontes* surge em um momento oportuno, quando o turismo se consolida não apenas como uma atividade econômica de relevância global, mas também como uma prática significativa na construção de subjetividades e no fortalecimento de identidades coletivas. Esta obra oferece um convite ao leitor para adentrar um universo onde o ato de viajar é ressignificado, deixando de ser apenas um deslocamento físico para se transformar em um processo enriquecedor de troca simbólica e aprendizado.

Dividido em seções que abordam desde os fundamentos teóricos do turismo como experiência até suas manifestações práticas e inovadoras, o livro destaca a centralidade do viajante enquanto protagonista e agente transformador de seus próprios itinerários. Os autores exploram temas como a imersão cultural, o turismo sustentável, as narrativas construídas em torno dos destinos e a emergência de tecnologias digitais que redefinem as formas de interação entre turistas e comunidades locais.

Particularmente notável é o enfoque dado às experiências sensoriais e emocionais que caracterizam o turismo contemporâneo. Ao tratar de conceitos como autenticidade, pertencimento e memória, a obra apresenta uma análise aprofundada sobre como as experiências turísticas moldam as percepções individuais e coletivas, promovendo reflexões éticas e estéticas acerca do encontro entre o visitante e o anfitrião.

Além disso, o livro dialoga com os desafios e dilemas enfrentados pelo setor turístico em um mundo cada vez mais conectado e, simultaneamente, fragilizado

pelas crises ambientais e sociais. A busca por práticas que equilibrem o crescimento econômico com a preservação dos patrimônios naturais e culturais é um tema recorrente ao longo dos capítulos, mostrando-se indispensável para a construção de um turismo verdadeiramente transformador e inclusivo.

Turismo como Experiência: Novos Horizontes é uma obra que não apenas amplia os horizontes teóricos do campo, mas também inspira profissionais, acadêmicos e entusiastas a repensarem o turismo como uma prática que valoriza o encontro humano em sua essência mais profunda. É, portanto, um convite para trilhar novas rotas, não apenas no espaço, mas também no imaginário, rumo a um futuro onde o turismo seja sinônimo de transformação, aprendizado e respeito mútuo.

Esperamos que este livro sirva como um guia e uma fonte de inspiração para todos aqueles que enxergam no turismo uma ferramenta para compreender o mundo e suas infinitas possibilidades.

Boa leitura!

SUMÁRIO

Capítulo 1

TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO POLO TURÍSTICO SÃO LUÍS

Livinny Larissa Gonçalves da Silva; Luciana Brandão Ferreira; Davi Alysson Da Cruz Andrade 09

Capítulo 2

ANÁLISE SOBRE O SEGMENTO DE TURISMO NÁUTICO EM MINAS GERAIS

Ivan Aguiar Carvalho; Marina de Oliveira Gontijo; Solano de Souza Braga; Rodrigo Burkowsk 32

Capítulo 3

ASPECTOS DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO NA CADEIA HOTELEIRA DE CAMPO MOURÃO

Marlon Cristian Lima; Cristiane Marques de Mello 51

AUTORES

76

Capítulo 1
TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO POLO TURÍSTICO
SÃO LUÍS

Livinny Larissa Gonçalves da Silva
Luciana Brandão Ferreira
Davi Alysson Da Cruz Andrade

TURISMO DE EXPERIÊNCIA NO POLO TURÍSTICO SÃO LUÍS

Livinny Larissa Gonçalves da Silva

*Graduada em Hotelaria- UFMA e em Administração - Estácio,
livinnygoncalves@gmail.com*

Luciana Brandão Ferreira

*Doutora em Administração das Organizações - FEARP/USP, Professora do
Departamento de Turismo e Hotelaria da UFMA, luciana.brandao@ufma.br.*

Davi Alysson Da Cruz Andrade

*Doutor em Turismo - EACH/USP, Professor do Departamento de Turismo e
Hotelaria, davi.andrade@ufma.br*

RESUMO

A competitividade nos destinos tem estimulado cada vez mais que produtos turísticos sejam aprimorados. Nesse contexto, muito tem se falado sobre turismo de experiência, e por vezes essa denominação é utilizada para chamar atenção dos turistas porém sem muito critério. Este trabalho tem por objetivo verificar na prática se os produtos turísticos comercializados como turismo de experiência no polo turístico da cidade São Luís/ Maranhão / Brasil atendem às dimensões de Pine II e Gilmore (1999) para o turismo de experiência. Foi utilizado método de análise qualitativa, baseada em dados secundários de levantamento feito pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae-MA, Polo São Luís, que contempla os municípios de São Luís, São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar e Alcântara. Foram analisados um total de 15 produtos considerando as dimensões (1) entretenimento, (2) fuga, (3) estética e (4) aprendizados, e observou-se que os mesmos podem se enquadrar dentro do recorte de turismo de experiência pois contemplam a maioria das dimensões pesquisadas na sua proposta de oferta. Este trabalho contribui de forma teórica e prática por trazer exemplos reais de produtos turísticos na perspectiva da experiência podendo servir de base para o desenvolvimento de novos produtos e enriquecimento desta teoria. Para trabalhos futuros recomenda-se a identificação e análise de outros produtos que não

entraram no levantamento realizado, mas que já estão sendo praticados, além de pesquisa de campo para avaliar a perspectiva do cliente sobre a experiência em si.

Palavras-chave: Turismo de Experiência. Produto Turístico. São Luís.

ABSTRACT

Competitiveness in destinations has increasingly encouraged the improvement of tourism products. In this context, much has been said about experiential tourism, and sometimes this term is used to attract tourists' attention, but without much criteria. This study aims to verify in practice whether tourism products marketed as experiential tourism in the tourist hub of the city of São Luís/Maranhão/Brazil meet the dimensions of Pine II and Gilmore (1999) for experiential tourism. A qualitative analysis method was used, based on secondary data from a survey conducted by the Brazilian Micro and Small Business Support Service - Sebrae-MA, Polo São Luís, which includes the cities of São Luís, São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar and Alcântara. A total of 15 products were analyzed considering the dimensions (1) entertainment, (2) escape, (3) aesthetics and (4) learning, and it was observed that they can fit within the experiential tourism scope because they cover most of the dimensions researched in their offer proposal. This work contributes theoretically and practically by providing real examples of tourism products from the perspective of experience, which can serve as a basis for the development of new products and enrichment of this theory. For future work, it is recommended to identify and analyze other products that were not included in the survey carried out, but that are already being practiced, in addition to field research to evaluate the customer's perspective on the experience itself.

Keywords: Experiential Tourism. Tourist Product. São Luís.

INTRODUÇÃO

Embora a experiência represente a essência da atividade turística (Kim; So, 2022), existe uma diferenciação do termo em dois sentidos segundo Cutler e Carmichael (2010), podendo ser a experiência qualquer momento na vida no dia-a-dia ou algo repleto de sentidos, significados e reflexões, esta última tem sido objeto de estudos na área do turismo.

As investigações sobre o termo turismo de experiência na perspectiva da economia da experiência surgem a partir dos estudos de Pine II e Gilmore (1999), os autores destacam, que a oferta da experiência acontece intencionalmente em serviços que buscam atrair consumidores e criar um acontecimento memorável,

dando vazão também a esta última terminologia para identificar o turismo de experiência com experiências memoráveis.

Os autores propõem que apesar da visão de encolhimento de empregos devido a constante comoditização dos produtos e serviços, as experiências são compostas por sensações, heranças culturais e também opções pessoais resultando no engajamento dos clientes dentro da atividade escolhida. Isso, por sua vez, proporciona ao cliente a concepção de exclusividade, possibilita a eternização na memória e a quem oferta, gera a oportunidade de cobrar um valor que corresponda a entrega, visto que há muitos elementos agregados, indo então na contramão de outros serviços já saturados.

Isso se dá porque na perspectiva de Pezzi e Santos (2012), quando os turistas retornam de uma viagem eles ainda a vivenciam e continuam respirando a localidade, graças às fotos, vídeos e conversas espontâneas contadas sobre o período de viagem. Tendo em mãos então o poder de influenciar outras pessoas, a pensarem de forma diferente que outrora, além de terem a capacidade de incutir nos ouvintes o desejo de tirar suas próprias conclusões, ou seja tais pessoas desenvolvem a mais pura aspiração de se deslocarem para a localidade mencionada para então ter propriedade para afirmar ou negar algo, graças ao período de imersão despendido.

Segundo Silva e Trenti (2018), é preestabelecido até mesmo de forma inconsciente que a sensação visual é o suficiente para o costumeiro 'conhecer' determinado lugar, ignorando a existência dos outros sentidos que também podem ser explorados, como o tato, olfato, a audição e o paladar, resultando numa conexão mais profunda com a localidade visitada, além de despertar memórias afetivas já existentes, assim como conectar com sensações experimentais, sejam elas conscientes ou inconscientes. Podem ser promovidos estímulos sensoriais tão fortes e profundos, que os serviços e produtos passam a ser julgados por outros indicadores, como entretenimento, fuga, estética e aprendizados (Pine; Gilmore, 1998) e a estética perpassa também pelo meio ambiente (Tuan; 2012).

Desse modo, é essencial a busca constante por melhorias das atividades turísticas quando se trata do turismo de experiência, isso porque conforme Lovell e Thurgill, (2021), a sociedade abraça uma modernidade cada vez mais encantada, já que por exemplo, recebe estímulos visuais por todos os lados e de forma constante, então ocorre que o turismo passa a estar sob pressão para gerar novos roteiros, ou

como eles chamam, locais mágicos de fantasia que possam verdadeiramente surpreender.

O surpreender dentro do turismo pode estar ligado a detalhes, desde a chegada no aeroporto/rodoviária passando pelo atendimento na cidade até a finalização no *check out*. Contudo esses detalhes podem ser realizados por boa vontade e não necessariamente porque foram pensados e cobrado um valor para isso, e é nesse ponto que o Turismo de Experiência se enquadra, onde cada detalhe é calculado para acontecer e surpreender.

A essa visão Trigo (2010) corrobora sobre a importância do diferencial a ser oferecido aos clientes indicando ser um avanço importante, contudo destaca que o termo “turismo de experiência” caiu em um modismo superficial que pode ser negativo aos serviços que prestam uma experiência memorável genuína. Por isso a importância da oferta real de experiências memoráveis quando assim denominadas para não gerar frustração ao cliente.

Nesse contexto surge a necessidade de entender se o que está sendo ofertado como pelo trade turístico indica uma experiência memorável nos termos de Pine II e Gilmore (1999) gerando a questão de pesquisa: Os produtos turísticos ofertados no Polo turístico São Luís-Maranhão/Brasil nominados como turismo de experiência tem potencial para de fato produzir uma experiência memorável?

Sob esta perspectiva o trabalho tem o intuito de verificar se os produtos turísticos comercializados como turismo de experiência no polo São Luís atendem às dimensões de Pine II e Gilmore (1999). Trata-se de uma pesquisa qualitativa interpretativa que se dará analisando produtos turísticos fazendo um comparativo à luz dos principais fundamentos teóricos e confirmando ou contestando a denominação de turismo de experiência. Os resultados da pesquisa contribuem para a melhoria da competitividade da oferta de produtos turísticos que gerem uma experiência autêntica, resultando no fortalecimento da economia turística local além de contribuições teóricas sobre como se manifestam na prática as dimensões do turismo de experiência.

Referencial Teórico

Turismo de experiência: aspectos conceituais e dimensões da experiência

O turismo de massa ou convencional foi amplamente estimulado por Thomas Cook com seus comboios permitindo a possibilidade de levar muitas pessoas a diferentes destinos e que foi ainda mais explorado com o desenvolvimento das ferrovias e hidrovias, se trata do turismo que é sazonal, estimula uma movimentação grande de pessoas para um determinado lugar e devido a alta procura gera uma alta demanda (Barretto 1995, p. 48). Alguns lugares foram tão explorados que entrou no imaginário como uma meta de viagem dos sonhos a ser realizado, por exemplo:

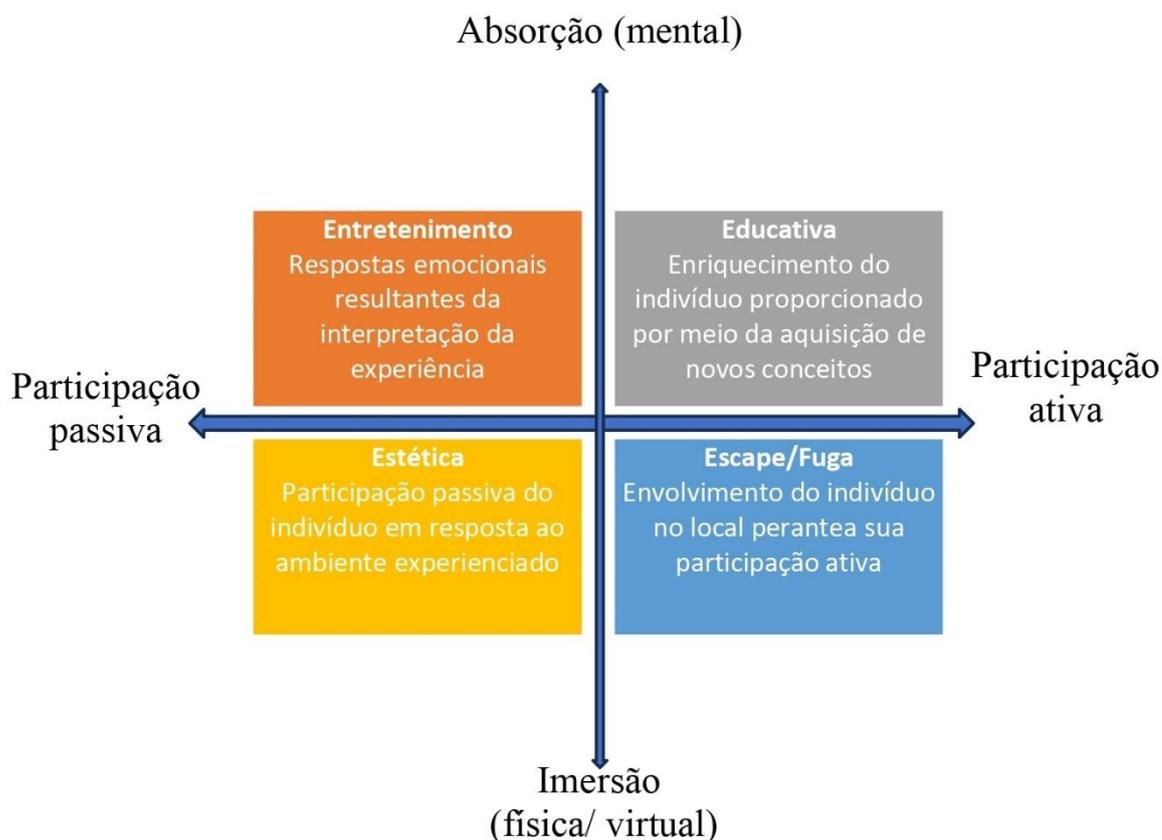
A Itália foi o berço dessa grande mudança, com suas belas cidades como Veneza, Roma, Florença e Nápoli, que ainda hoje transbordam cultura. (...) Nos Estados Unidos a atração era o parque de diversão da Disneylândia, com a finalidade de atrair pais e filhos para se divertirem juntos em um espaço de lazer sem idades. (...) O Caribe teve seu esplendor em 1957, atraindo muitos turistas para a região devido à sua história, cultura e pelas belas praias principais cidades do turismo: Havana e Varade (...). Nas últimas décadas tem se constatado a ascensão de novas formas de turismo na América do Sul, como as visitas a patrimônios culturais do Peru e as viagens para o carnaval do Rio de Janeiro, Brasil (PANAZZOLO, 2005, p. 9)

Contudo o turismo de experiência vai na direção contrária ao turismo de massa, seu objetivo está em valorizar as experiências, estimular a vivência com pessoas que moram na localidade e que possam resultar em aprendizados relevantes e marcantes e por ser tão multifacetado se torna difícil se ater ou encontrar uma única definição que faça jus a toda a abrangência do seu sentido.

Ao falar de experiência Gupta e Vajic (2000) afirmam que ela ocorre quando quem consome, nesse caso o turista, tem como resultado alguma sensação ou obtenção de conhecimento sendo este resultado da interação com as diferentes situações e contextos produzidos pelo anfitrião. Packer e Ballantyne (2016) apresentam um modelo multifacetado com dez elementos sendo eles: experiências físicas, sensoriais; cognitivas; emocionais; hedônicas; restaurativas; transformadoras; relacionais; introspectivas e espirituais. Enquanto que Pine e Gilmore (1998) afirmam que os diferentes conceitos de experiência resultaram de diferentes elementos da experiência do turista, como educacional, escapista, estético e de entretenimento, modelo conhecido como 4 E's, elas podem ser identificadas como a participação do usuário de forma ativa ou passiva, na linha

horizontal, onde ativo se trata da situação em que o turista influencia ou afeta diretamente o resultado do passeio, já o passivo se trata do oposto, quando não há influência. Na vertical se encontra a conexão do usuário, sendo a absorção ou imersão. A imersão é quando o visitante se torna parte física ou virtual da atividade ou ambiente e a absorção é o engajamento despendido (Pine; Guilmore, 1998), abaixo a figura 1 demonstra essas dimensões.

Figura 1: Dimensões da experiência segundo Pine II e Guilmore (1999)



Fonte: Adaptado de Pine II e Guilmore (1999)

No artigo de Pezzi e Santos (2012), reafirmando Pine e Gilmore (1998), os autores identificam o turista como aquele que está em busca de experiências que possam impactar sua vida e que o vivido ali também permaneça na memória, oferecendo a ele uma nova perspectiva. Kirillova, Lehto e Cai (2017), complementam enfatizando que a experiência turística é uma vivência transformadora, de tal modo que estimula respostas emocionais, encoraja a autodescoberta, mudanças no comportamento. Os autores também afirmam que o

ambiente em que tais experiências transcorrem possuem influências na hora da criação de uma experiência sejam elas: paisagem, ambiente cênico, cultural e as conexões sociais com moradores locais e com as outras pessoas que também estão em viagem. Da mesma forma, Novo (2020) destaca que a dimensão cultural da experiência é uma só, pelo que este conceito deve ser compreendido como um todo. Uma experiência não tem início ou fim, é um conceito transformador que se inicia com momentos de dor ou prazer e que procura unir o passado e o presente, o esperado e o experienciado (Novo, 2020).

Dessa forma, o turismo de experiência busca ir além do óbvio, e ele está presente em conexões simples e propositais e que mostre a veracidade e realidade. Essa experiência pode ser mais atividade passiva, como assistir a um show (Soares, 2009), em que a pessoa tem um papel mais passivo ou ainda pode haver um papel mais ativo como aponta (Limberger, 2015).

Turner (1986) difundiu o Turismo de Experiência na perspectiva antropologia como um termo mercadologicamente criado, utilizado e difundido como o turismo em que o viajante passa a ser o protagonista da viagem apesar da quebra dentro da rotina do viajante. Contudo, segundo Zátori (2013), trabalhos abordando turismo e experiência, autenticidade, emotam à década de 1960. Rolf Jenses (1999) aponta uma visão interessante de que não somente o material, físico e palpável causa um estímulo no cliente a ponto dele se sentir atraído e estimulado, ressaltando também o aspecto emocional.

Os turistas possuem o interesse ir mais além do que lhes é mostrado (MacCannell, 2013), Silva e Trentin (2018) corroboram com essa visão ao pontuar que no seu processo de escolha o consumidor irá escolher o que desperta mais sentimentos. O viajante deseja se conectar, ser estimulado, ver e ter algo que normalmente não tem acesso sejam quais forem os motivos que o impeçam, podem vir a ser ofertados mas com valores diferentes, mas contendo o diferencial que está dentro da narrativa implementada onde o mesmo irá mergulhar na nova realidade apresentada a ele. Isso também é destacado sobretudo na geração *millennials* por meio da adaptação de agências de viagens com a finalidade de atender às suas demandas por experiências autênticas (Santos, 2020).

Becker (2014), aponta que a experiência pode ser dividida em três estágios: a) pré-experiência; b) a experiência em tempo real e; c) pós-experiência. No primeiro estágio, tende a lidar com as expectativas criadas pelo viajante, e que pode ter sido

gerada por influência de outras pessoas e indicações, devido a divulgação “boca a boca”, além da própria experiência anterior do turista. O segundo trata-se da experiência vivenciada em tempo real. E o terceiro, o pós experiência, aborda as percepções que o turista teve, sentimentos despertados, memórias destravadas, novas conexões interpessoais, essa soma desemboca na satisfação que a experiência proporcionou.

Godovykh e Tasci (2020) compilam diferentes autores em quatro arquétipos, o primeiro difundido por Getz (2007) aborda o turismo de experiência como uma forma de adquirir conhecimento se utilizando dos sentimentos, consciência, habilidades em suma o “experimental”. Mannell e Kleiber (1997) apresentaram o conceito de “experiência consciente imediata”, que se relaciona diretamente com o comportamento em tempo real dos clientes; sendo os principais componentes da experiência consciente como humor, emoções, sentimentos, envolvimento, senso de controle e senso de liberdade.

Ainda dentro do compilado de informações coletadas por Godovykh e Tasci (2020), Rahmani, Gnoth e Mather (2019) apresentam uma visão psicolinguística dos componentes emocionais da experiência turística, o qual descreveram a experiência emocional no turismo como um processo multicomponente, que incluem dimensões positivas (antecipação, confiança, alegria, etc.) e negativos (tristeza, desgosto, raiva) e introduziu o *tourism experience model* (TEM) como método de medida para calcular o quão surpreendente é a experiência. O quarto arquétipo traz Schmitt (1999) com um modelo prático de Experiência Estratégica (SEM) onde cinco módulos podem ser usados para criar a experiência do cliente: 1) os cinco sentidos, 2) sentir, criação de experiências afetivas; 3) pensar; 4) agir; e 5) relacionar-se, que busca o autoaperfeiçoamento acima dos sentimentos individuais.

Apesar dos estudos e modelos, no Brasil, a apropriação do conceito de Experiência de modo mais prático ocorre pelo Ministério do Turismo somente em 2010, por meio da Cartilha intitulada Tour da Experiência (Mtur, 2010), portanto ainda é recente a formalização desse tipo de proposta de produto turístico, carecendo de análise à luz da teoria sobre o que vem sendo feito na prática da atividade turística.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O trabalho se classifica como uma pesquisa qualitativa e teve como objetivo verificar se produtos turísticos comercializados como turismo de experiência no polo turístico São Luís/ Maranhão/ Brasil atendem às dimensões de Pine II e Gilmore (1999).

Para a escolha dos produtos a serem analisados foi levado em consideração um catálogo de produtos turísticos de experiência do Sebrae-MA. É importante explicar o contexto da escolha dessa amostra da pesquisa a partir do projeto no Brasil para a construção, divulgação e estímulo do turismo de experiência, o Projeto “Economia da Experiência: Continuidade e abrangência de novos destinos” realizado em 2006 em colaboração entre o Ministério do Turismo e o SEBRAE Nacional, introduzindo no país a proposta que já havia sido trazida a tona em 1997 devido a publicação dos Estudos Estratégicos do Turismo para 2020 pela Organização Mundial de Turismo (OMT) (MTUR, 2010)

Nesse projeto foram escolhidos destinos piloto para o estímulo do Turismo de Experiência, iniciando com a região da Uva e Vinho (Rio Grande do Sul). Posteriormente o projeto expandiu para Petrópolis (Rio de Janeiro), Belém (Pará) e Bonito (Mato Grosso do Sul). O estado do Maranhão, assim como outros, não fora incluído nesse projeto.

Nesse sentido, buscou-se o Sebrae local, por ser a entidade envolvida nesse processo e que busca dar suporte e desenvolver micro e pequenas empresas, estimular o empreendedorismo e a lucratividade, onde foi realizada uma entrevista com a gestora em maio de 2022, a fim identificar produtos que poderiam ser classificados como Turismo de Experiência de acordo com essa organização. O universo de pesquisa correspondeu aos produtos identificados no Polo turístico de São Luís, englobando 5 municípios: São Luís, São José de Ribamar, Raposa, Paço do Lumiar e Alcântara. Nessa entrevista foram colhidos dados sobre os produtos classificados como turismo de experiência. Foram também colhidas informações de documentos oficiais do órgão e secretaria de turismo de São Luís.

Após esse levantamento os produtos identificados foram descritos e analisados à luz das dimensões da experiência de Pine II e Gilmore (1999).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Foram considerados produtos dos cinco municípios do Polo São Luís, somando 15 atividades que foram descritas e analisadas a partir das dimensões de Pine II e Gilmore (1999): educacional, escapista, estético e de entretenimento (4 E's).

A exceção da cidade de Alcântara, todas as cidades com produtos analisados fazem parte da ilha de São Luís, a qual possui atrativos que vão além do turismo de sol e mar tendo outras oportunidades que podem ser exploradas dentro do turismo de experiência.

No quadro 1, a seguir, apresentamos uma breve descrição dos 15 produtos turísticos avaliados. Estas informações foram coletadas do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS da área turística de São Luís (SEBRAE, 2014).

Quadro 1 – Produtos turísticos avaliados

1. Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa”

O passeio se inicia a partir do momento em que se pega o transporte que vai levar para a vila de pescadores, isso porque é uma embarcação típica do local, e durante o trajeto a fauna e flora são apresentadas para os visitantes até a parada final que é a: Croa do Sarnambi – um igarapé propício para banho e para apreciar a beleza da natureza dos pássaros e vegetação. A partir desse momento os visitantes são convidados a conhecer a forma de “pescar” mariscos, também chamado de “catar”, como o sarnambi, siri, tarioba entre outros, e mesmo sendo abundantes nessa área todo o passeio é observado pelos condutores para estejam dentro dos padrões da sustentabilidade dos recursos. Após a pescaria chega a hora mais saborosa, em que vão limpar e cozinhar os mariscos catados, o que oportuniza o conhecimento das técnicas rudimentares de cocção de pesca.

2. Casa Fanti Ashanti: Conhecendo o Tambor de Mina – Culto Afro brasileiro

A casa Fanti Ashanti fica localizada no bairro do Anil, fundada em 1954, se trata de uma casa de Tambor de Mina e de Candomblé, da nação Jeje-Nagô, ali é possível participar das festas ligadas ao catolicismo, como a Festa do Divino Espírito Santo, Baião das Princesas, festas folclóricas e também o Tambor de Mina. O passeio se inicia com uma apresentação histórica e sociocultural, pontuando também a importância do saudoso Pai Euclides, conhecido pela luta contra o racismo, intolerância religiosa e o preconceito.

3. Laboratório de Expressões Artísticas – Laborarte

Localizado em um casarão colonial no centro histórico de São Luís, o Laborarte é um grupo artístico independente com trabalhos em teatro, dança, música, fotografia, artes plásticas e literatura, desenvolvendo trabalhos a 40 anos, possuem um calendário festivo anual e promovem programações diariamente o que permite ao visitante de participar de oficinas culturais.

4. Restaurante Tia Mundoca

Localizado no município de Raposa, o restaurante tem a proposta de encantar cativando com um conto com a luta entre o homem e o caranguejo, e toda a história é acompanhada de uma diversa culinária tendo peixes, mariscos, carnes e receitas exclusivas, o restaurante também possui uma vista privilegiada com o seu mirante que permite a contemplação da paisagem ao redor.

5. Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo)

O guia conduz os visitantes por uma trilha ecológica em mata fechada localizada no bairro do Maracanã, tempo médio de caminhada são de 50 (cinquenta) minutos. Durante o percurso é explicado sobre os detalhes da fauna e da flora local dando destaques para as palmeiras das juçaras, também conhecidas como açai. É permitido a degustação, são produzidas as “pêia” ou “peconha” que são os “equipamentos” produzidos pelos moradores para alcançar e fazer a retirada dos cachos da fruta no topo das palmeiras. Outra parada importante é a visita no barracão do Boi de Maracanã, onde acontecem os ensaios, bordados e preparativos para uma das mais tradicionais manifestações culturais da cidade.

6. Sítios Históricos e Ecológicos

O passeio consistente na visita a 3 (três) sítios ecológicos, o Sítio do Físico, o Sítio Pyranhenga e o Sítio Tamancão, cada um possui uma história explicando a origem do seu nome, o guia inicia apresentando as ruínas do complexo industrial do Sítio do Físico, posteriormente os visitantes são levados para o Sítio Pyranhenga onde há um acervo de peças que contam a história e a cultura em diferentes épocas, com móveis, imóveis, azulejos e esculturas além de uma capela, o possui um intervalos para o almoço no centro no histórico e conclui o roteiro partindo para o Sítio Tamancão mais distante dos sítios, que se trata de um conjunto de armazéns do século XIX, onde funcionou uma indústria de arroz, o local passou por uma reforma e hoje se trata do Estaleiro Escola.

7. Passeio Náutico São Luís Eco-Histórico

O passeio combina o mar, história, geográfica e música, antes de iniciar o passeio o grupo é levado para fazer uma visita no Forte de Santo Antônio para conhecer a história e modelos das embarcações tradicionais de São Luís, o embarque é realizado próximo do Forte na península da Ponta da Areia, segue passando pelas pontes do São Francisco e Bandeira Tribuzzi, manguezais e margeando a Avenida Beira Mar, é possível avistar a Praça Maria Aragão e a Estação Ferroviária da Refsa, Palácio dos Leões onde é sede do governo do estado e também é aberta para visita, é possível avistar do barco o Convento das Mercês e a extensão da Praia Grande, conclui-se o passeio em um banco de areia onde os passeantes podem entrar na água se

assim desejar e retorno é margeando o Espigão costeiro. Durante todo o trajeto é regada a reggae podendo ter oficina de dança reggae no barco. O passeio pode ser realizado durante o dia ou à noite.

8. Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA

A visita se dá na comunidade quilombola de Itamatatua que originou a partir de um ofício enviado em 06 de julho de 1797 pelo então governador Fernando Antônio de Noronha e encaminhado ao Ministro Rodrigues de Souza Coutinho, anteriormente ali era uma antiga fazenda de propriedade de Ordem Carmelita dedicada a Santa Thereza. O roteiro é traçado pelas visitas em casarões, igrejas, museus e pela produção de artesanatos em cerâmica em argila pelas mãos das mulheres quilombolas onde o visitante é convidado a participar.

9. Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica”

A companhia Barrica nasceu do trabalho comunitário com a proposta de unificar, canto, dança, música, literatura, artesanato e teatro de rua, com mais de 18 (dezoito) anos a companhia proporciona ao visitante um show com uma mistura das manifestações artísticas da cultura maranhense, já as indumentárias podem ser bordadas, produzidas através de artesanato da fibra vegetal, assim como papel machê, palha de milho, palha do buriti, couro de boi entre muitos outros itens utilizados. O visitante terá a oportunidade de conhecer o ateliê onde as indumentárias são produzidas e participar das brincadeiras além da apreciação de exposição cultural.

10. Restaurante Cozinha Ancestral

Uma mistura de sabores, cores, texturas e decoração, localizada na Avenida Beira Mar, se trata de um negócio criativo conectando sabores e memórias, ativando o afetivo ancestral. O banquete ritual se inicia com a recepção na porta, os visitantes são levados a mesas de madeiras, as pessoas podem se servir de água nos potes de barro, recebem banho de cheiro para lavar as mãos e refrescar, tem a opção de degustar cachaças artesanais, as comidas são preparadas em panelas de barro no fogão a lenha no centro da propriedade, são contadas histórias e cantada músicas, cada banquete ritual é diferente um do outro, já que as atrações e o cardápio são alterados e construídos de acordo com o quantitativo de pessoas e a necessidade delas. Cardápio convidativo para a conexão com suas raízes indígenas e afro-brasileiras.

11. Ecotrip Canoagem

Passeio entre os inúmeros afluentes, estuários, mangue, cursos d'água, rios e mar, a vivência consiste na exploração sustentável com o objetivo de imergir em conhecimento e vislumbre da fauna e flora, o passeio pode iniciar na praia e adentrar os manguezais ou pode iniciar na restinga inundada dos buritizais e concluir nas dunas de areia, o passeio deve ser apreciado sem causar ruídos e impactos negativos. Estão inclusos, instrução técnica de canoagem, acompanhamento dos instrutores, registro fotográfico, equipamentos completos, caiaque, remo e colete, seguro aventura, comunicador via satélite, é obrigatório o uso de colete.

12. Vivência no Kite Surf

Aulas experimentais de Kite Surf individuais e para grupos a partir de 3 (três) pessoas, inclusos equipamentos de alta qualidade, sistema de comunicação profissional de treinadores e atletas.

13. Agroturismo: passeio náutico com trilhas ecológicas na Ilha de Itaputina

Passeio imersivo por trilhas com 4 (quatro) paradas para explicações e aprendizado do ambiente: Primeira parada - Olho D'água, observação da nascente dos lençóis de água do município de Raposa; Segunda parada - Apresentação dos tipos diferentes de mangue: sendo o vermelho, aceribeira, manso e botão; Terceira parada: Contemplação da fauna e flora com aprofundamento da árvore da janauba, conhecida por suas propriedades medicinais de cicatrização e germicidas, por último e para fechar com chave de ouro a quarta parada se dá para o banho na praia deserta de Itaputiua. O retorno pode ser realizado por trilha ou por embarcação regional com parada no criatório de ostras, observação das dunas e a possibilidade de interação com a comunidade da Juçara onde são produzidas biojóias.

14. Tour Anoitecer Gastronômico

Experiência ofertada pela agência de turismo mais antiga da ilha de São Luís, o passeio se inicia às 16h30 no museu da gastronomia, localizado em um casarão no centro histórico, ali é abordado a história da culinária maranhense suas raízes e inspirações, a próxima parada é na muralha do Palácio dos Leões, edifício sede do governo do estado do Maranhão, para apreciar o pôr do sol e a brisa suave da baía de São Marcos, partindo em direção a cachaaçaria da ilha passando por praças como Benedito Leite e Praça Pedro II e casarões, após a degustação das cachaças o passeio segue para o restaurante localizado na esquina mais charmosa do centro histórico, para experimentar a culinária maranhense com arroz cuxá, peixe grelhado e acompanhado de chope aromatizado com a flor da vinagreira e para finalizar de sobremesa o sorvete Maria Isabel com mistura das frutas de cupuaçu, coco, geleia de pimenta e hibiscos.

15. Trilha Ecológica a Cavallo

Trilha feita a cavalo, com passagem por vegetações nativas, manguezais e contato com a fauna, sendo o objetivo a chegada na praia do Pucal, município de Raposa, acompanhada de instrutor.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em SEBRAE (2014)

Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA



Fonte: @lucianaluisacastro

Restaurante Cozinha Ancestral



Fonte: @lucianaluisacastro

Cada turista pode se identificar com um tipo específico de passeio, as pessoas são diferentes e o ideal é que existam passeios distintos que possam agradar a cada categoria especificamente. Pine e Gilmore II (1999) pontuam que as imersões devem gerar entretenimento, fuga, possuir uma estética e que consiga gerar aprendizados.

Analisando inicialmente o ponto do entretenimento e o descritivo das atividades, todos os quinze produtos conseguem gerar lazer para os turistas, alguns despertam o paladar o que oferece também um elemento sensorial importante, conforme destacado por Packer e Ballantyne, (2016), como é o caso do Cozinha Ancestral e do Restaurante Tia Mundoca, Tour Anoitecer Gastronômico. Soares (2009), aborda que o entretenimento se caracteriza como uma experiência do tipo assistir a um show transmitido por televisão, em que o indivíduo absorve/assimila o evento, sendo a sua conexão mais absorvida do que imersiva.

A fuga também conhecida por escapista que é o segundo ponto abordado, estimula o comportado no viajante o se desligar do exterior e focar no aqui e no agora, com um papel mais ativo e uma conexão imersiva (Limberger, 2015) que é o como é o caso dos passeios que promovem um esforço com o corpo, como Sítios Históricos, Trilhas ecológicas e Canoagem, que pela descrição, são passeio longos,

com caminhados ou remadas e que precisam de uma disposição para a realização de tais.

Se tratando de estética, Tuan (2012), pontua a avaliação que o visitante faz do meio ambiente como essencial nesse aspecto, sendo a visão de um estranho, que julga pela aparência, por critério formal de beleza. O visitante está de passagem e o olhar é observador e curioso, querendo fotografar e eternizar o momento, e a fotografia é estética e precisa ser belo para quem vê, neste caso os passeios Casa Fanti Ashanti, Passeio Náutico São Luís Eco-Histórico, Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica” podem se enquadrar como as que mais chamam a atenção por sua estética segundo as descrições. A estética tem a ver com a expressão de sentimentos que são pontos importantes na escolha do consumidor de acordo com Silva e Trentin (2018) e com a necessidade de estímulos visuais que é uma nova pressão ao se tratar de roteiros que surpreendam (Lovell e Thurgill, (2021), sobretudo para a geração *millenial* (Santos, 2020).

Os aprendizados ou educação, correspondem ao quanto o turista aprendeu em determinado passeio, e o compartilhamento de tais conhecimentos é encargo do guia/organizador/agência. MacCannell (2013) afirma que os turistas possuem o interesse de ir mais além do que lhes é mostrado, não se satisfazendo mais com um conhecimento superficial ou de fachada, eles desejam participar dos bastidores dos lugares que visitam. Passeios como Ecotrip Canoagem, Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara – MA, Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo), Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa”, carregam consigo a história e geografia em suas explicações e imersões propiciadas, criando, ativando e ressignificando as memórias dos visitantes.

Dois passeios, Trilha Ecológica a cavalo e o passeio vivência no Kite Surf, na descrição parecem cumprir três dos requisitos, contudo deixam a desejar quando se trata de educação e aprendizados voltado para o aprofundamento do conhecimento e imersão sobre a localidade, cultura e aproximação com o povo, em contrapartida há aquisição de conhecimento quando se trata da atividade em questão, cavalgar e a velejar, sendo assim a atividade gera aprendizados e pode se considerar que os quatro pontos trazidos por Pine II e Gilmore (1999) são cumpridos.

No quadro 2 verificamos se na descrição dos passeios classificados como turismo de experiência constam os elementos mínimos para se ter uma experiência

inesquecível levantados por Pine II e Gilmore (1999), sendo “C” consta, “NC”, não consta, “I”, incerteza.

Quadro 2: Produto e dimensões da experiência

Produto	Entretenimento	Fuga	Estética	Aprendizados
Passeio Náutico com Banho na Croa do Marisco: “Uma experiência na Raposa”	C	C	C	C
Casa Fanti Ashanti: Conhecendo o Tambor de Mina – Culto Afro brasileiro	I	C	C	C
Laboratório de Expressões Artísticas - Laborarte	C	C	C	C
Restaurante Tia Mundoca	C	C	C	C
Rota da Juçara - ACOMTUR (Associação Comunitária Maracanã Turismo)	C	C	C	C
Sítios Históricos e Ecológicos	C	C	C	C
Passeio Náutico São Luís Eco-Histórico	C	C	C	C
Roteiros Histórico nos Quilombos em Alcântara– MA	C	C	C	C
Pontos de Luz “Os ritmos da Companhia Barrica”	C	C	C	C
Restaurante Cozinha Ancestral	C	C	C	C
Ecotrip Canoagem	C	C	C	C
Vivência no Kite Surf	C	C	C	C
Agroturismo – Passeio Náutico com Trilhas Ecológicas na Ilha de Itaputina	C	C	C	C
Tour Anoiecer Gastronômico	C	C	C	C
Trilha Ecológica a Cavalo	C	C	C	C

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Pine II e Gilmore (1999)

O componente “I” de incerteza surge devido à descrição dos passeios fornecida pelo SEBRAE São Luís, não deixar claro e de passar a impressão de que o passeio em questão não provoca tanto entretenimento quanto outros, e exatamente por se tratar de uma descrição surge um gargalo, e o passeio retratado pode ser muito mais profundo e marcante para os viajantes.

Ao viajar o turista se coloca em uma posição de descoberta, abrindo as possibilidades de experimentar, e segundo Turner (1986) uma atividade que até

pouco tempo poderia ser ruim ou incomoda, passa a ser vista com bons olhos e até a ser almejada, ou seja, houve aprendizado, logo a experiência deste turista foi impactada o que o fará lembrar de forma vívida da localidade e aspirar por um retorno ou recompra.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do contexto apresentado compreende-se que a cidade de São Luís e seus municípios próximos, que se enquadram dentro do Polo Turístico São Luís, estão regadas de sensações e experiências por todos os lados e que há muito a ser explorado e experimentado. Sobre o trabalho entende-se que o objetivo proposto foi alcançado, já que foram apresentados 15 passeios catalogados e analisados luz das dimensões de Pine II e Gilmore (1999) onde observou-se que eles promovem interações e estímulos nos visitantes, nos cinco sentidos e atendem aos outros E's.

De longe a visão é o sentido que mais se destaca, levando em consideração a fala de Silva e Trenti (2018), trazida anteriormente, que se tem uma arraigada concepção, de que para “conhecer” um lugar basta apenas ver, contudo é possível observar os outros sentidos serem explorados isso porque dentro dos 4 E's de educacional, escapista, estético e de entretenimento, são necessários.

Ao fazer um passeio cavalo e/ou kitesurf é necessário o tato, para poder se locomover sendo estimulado o maior órgão do corpo que é a pele, sem contar o paladar instigado por passeios gastronômicos e não poderia deixar de fora a audição que é excitada por diversos sons da cidade, músicas no estilo do reggae sempre presente nas ruas e alamedas da cidade e/ou bairros periféricos.

Dentro dos 4 E's apresentado por Pine II e Gilmore (1999), e fazendo um comparativo com a descrição dos passeios, a esfera que pode ser observada em todos os passeios é o estético, este que se parece muito com o sentido da visão. O estético estimula as pessoas a tirarem fotos a registrarem o momento ou a se registrarem, em seguida o entretenimento visto que a expectativa de todo turista é a diversão que está em paralelo com a esfera escapista, e por último o educacional.

Assim, os resultados revelaram que todos os passeios abordados se enquadram dentro do recorte feito por Pine II e Gilmore (1999) dentro dos 4 E's, educacional, escapista, estético e de entretenimento, e que estimula mais de um sentido no corpo proporcionando ao viajante uma experiência única fazendo com

que a viagem e/ou passeio sejam lembrados e divulgados gratuitamente por muito tempo.

Conclui-se que ter uma boa experiência faz com que o turista lembre e compartilhe da sua vivência, estimulando o formato mais antigo e confiável de propaganda, que é o boca a boca, promovendo o aumento de visitantes e desenvolvendo a economia local, entretanto de nada adianta o anfitrião pensar muito além querer implementar distintas experiências se o primeiro atendimento para com o visitante é desrespeitoso e/ou morosa. O turismo de experiência se torna um diferencial a partir do momento que o simples é feito com excelência.

As contribuições gerenciais do estudo estão na contraposição entre teoria e prática, na medida em que se analisa produtos comercializados à luz da economia da experiência propostas por Pine I e Guilmore (1999). Considerando a preocupação levantada por Trigo (2010) em relação à banalização do termo “turismo de experiência”, observa-se a importância de fortalecer esse conceito não apenas na teoria do turismo, mas sobretudo por meio de atividades turísticas que de fato levem a uma experiência genuína do turista contribuindo para o desenvolvimento local e para o fortalecimento de estratégias de competitividade dos destinos. Esse contraponto entre teoria e prática possibilita aos gestores aprimorarem cada vez mais seus esforços para a oferta de produtos turísticos diferenciados.

Já em relação às principais contribuições teóricas, estas estão na construção de conhecimento nas temáticas da vivência de turismo de experiência, trazendo produtos com essas características que agregam e fortalecem o conceito da experiência no turismo e corroboram com as dimensões previstas na literatura. Os resultados do estudo estão de acordo com o proposto por Pine I e Guilmore, mas também encontram embasamento em outros teóricos citados ao longo do trabalho, com destaque para a importância dos elementos tangíveis e intangíveis dos produtos turísticos de experiência e do estímulo aos sentidos.

REFERÊNCIAS

CUTLER, S. Q.; CARMICHAEL, B. A. The dimensions of the tourist experience. In: MORGAN. M.; LUGOSIAN, J. R.; RITCHIE, B. J. R. (Ed.). **The tourism and leisure experience: consumer and managerial perspectives**. Bristol, Buffalo, Toronto: Channel View Publications, p. 3-27, 2010.

GODOVYKH, M.; TASCI, Da. A. Customer experience in tourism: A review of definitions, components, and measurements. 100694, **Tourism Management Perspectives**, v.15, 2020

GUPTA, S; VAJIC, M. **A natureza contextual e dialética das experiências**. Em: Fitzsimmons,

J. FITZSIMMONS, M., FITZSIMMONS Eds., **Desenvolvimento de novos serviços**, Sage, Thousand Oaks, p. 33-51, 2000.

KIM, H.; So, K. K. F. (2022). Two decades of customer experience research in hospitality and tourism: A bibliometric analysis and thematic content analysis. **International Journal of Hospitality Management**, 100(January), p.1–15

KIRILLOVA, K.; LEHTO, X.; CAI, L. (2017). What triggers transformative tourism experiences? **Tourism Recreation Research**, p. 1–14, 2017.

LIMBERGER, P.F. **Gestão do destino turístico: modelo de avaliação da experiência do turista com base nas online travel review**. Tese apresentada como requisito parcial para a obtenção do título de Doutor em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí. Balneário Camboriú/ SC, Brasil, 2015.

LOVELL, J.; THURGILL, J. Extending hot authentication: Imagining Fantasy Space. 103138, **Annals of Tourism Research**, v. 87, 2021.

MACCANNELL, D. **The tourist: A new theory of the leisure class**. Univ of California Press, 2013.

MANNELL, R. C.; KLEIBER, D. A. **A social psychology of leisure**, 1997.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTur). **Cartilha Tour da Experiência**, 2010. Disponível em : https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/economia-da-experiencia/cartilha_metodologia_projeto_economia_experiencia.pdf. Acesso em: 02 jan 2021,

NOVO, A. R. F. **O conceito de experiência turística no desenvolvimento turístico de Cascais**. 2020. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril, Portugal. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/35730/1/2020.04.015_.pdf. Acesso em 12 de janeiro de 2023.

PACKER, J.; BALLANTYNE, R. PACKER, J.; BALLANTYNE, R. Conceptualizing the visitor experience: a review of literature and development of a multifaceted model. **Visitor Studies**, vol. 19, n. 2, p. 128-143, 2016. DOI: 10.1080/10645578.2016.1144023.

PANAZZOLO, F. de B. **Turismo de Massa: Um Breve Resgate Histórico e a sua Importância no Contexto Atual**. 2005. Mestrado (Strito Sensu) - Universidade de Caxias do Sul.

PEDRO, R. M. M. Sentidos das Emoções e das Memórias na Experiência Turística: Uma Revisão/Senses, Emotions and Memories in Tourism Experience: A Review. **Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 13, n. 2, 2021.

PEZZI, E.; SANTOS, R. J. dos. A experiência turística e o turismo de experiência: aproximações entre a antropologia e o marketing. **Anais do VII Seminário de pesquisa em turismo do Mercosul**, p. 1-13, 2012.

PINE, B.J; GILMORE, J. H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 4, p. 97-105, 1998.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy: Work Is Theatre e Every Business a Stage**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.

RAHMANI, K.; GNOTH, J.; MATHER, D. A psycholinguistic view of tourists' emotional experiences. **Journal of Travel Research**, v. 58, n. 2, p. 192-206, 2019.

SANTOS, G. N. dos. Turismo de experiência em Sergipe: o caso da agência Vento Leve Turismo de Experiência. p. 27. 2020. In: **Conferência Internacional “Comunidades e Redes para a Inovação Territorial”** – Livro de Resumos.

SCHMITT, B. Experiential Marketing. **Journal of Marketing Management**, v.15, n. 1–3, p. 53–67, 1999.

SILVA, E. M. C.; TRENTI, F. Turismo de experiência: L'arte Ceccato Vila Flores. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 3, p. 93-107, 2018.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - Sebrae. **Plano De Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – Pdits Da Área Turística De São Luís**, 2014.

SOARES, T. C. **Características do Turismo de Experiência**: estudos de caso em Belo Horizonte e Sabará sobre inovação e diversidade na valorização dos clientes. Minas Gerais – UFMG, 2009.

TUAN, Y.. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Scielo-Eduel, 2012.

TRIGO, L. G. G. A viagem como experiência significativa. In: TRIGO, L. G. G. **Turismo de Experiência**, São Paulo: SENAC, 2010. p. 21-42

TURNER, V. W.; BRUNER, E. M. (eds.). **Dewey, Dilthey, and Drama**: An Essay in the Anthropology of Experience, Anthropology of Experience. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1986, p. 33-44.

ZÁTORI, A. **Tourism experience creation from a business perspective**. Ph.D Tesis. Department of Economic Geography and Future Studies. Competence Center for Tourism. Corvinus University of Budapest, Budapest, 2013.

Capítulo 2
ANÁLISE SOBRE O SEGMENTO DE TURISMO
NÁUTICO EM MINAS GERAIS

Ivan Aguiar Carvalho
Marina de Oliveira Gontijo
Solano de Souza Braga
Rodrigo Burkowsk

ANÁLISE SOBRE O SEGMENTO DE TURISMO NÁUTICO EM MINAS GERAIS

Ivan Aguiar Carvalho

Graduando em Turismo, UFOP. Email: ivan.carvalho@aluno.ufop.edu.br

Marina de Oliveira Gontijo

Graduanda em Turismo, UFOP. Email: marina.og@aluno.ufop.edu.br

Solano de Souza Braga

Doutor em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Professor no curso de Bacharelado em Turismo e no Mestrado em Turismo e Patrimônio da UFOP. Email: solanobraga@yahoo.com.br

Rodrigo Burkowsk

Doutor em Administração. Professor no curso de Bacharelado em Turismo e no Mestrado em Turismo e Patrimônio da UFOP. Email: burkowski.rodrigo@gmail.com

RESUMO

O estudo apresenta uma análise sobre o potencial do estado de Minas Gerais para o turismo náutico. O segmento de turismo náutico tem como principal característica a utilização de embarcações em curso de água não apenas como meio de transporte, mas como principal motivador da prática turística. Por meio de uma análise netnográfica na plataforma do Wikiloc foram levantadas todas as trilhas náuticas registradas em Minas Gerais. Foi possível concluir que a prática de turismo náutico não recebe a devida atenção do poder público, pois fica evidente a diferença entre os investimentos o número de locais utilizados, que somaram 258 trilhas para caiaque/canoa; 18 trilhas de aerobarco; 26 trilhas de remo; 42 para os veleiros; as trilhas para as lanchas foram a maioria com 452 registros; e 221 trilhas de Jet Ski. Em contrapartida, os locais que recebem algum tipo de divulgação relacionada ao turismo náutico são apenas 2 em todo o estado. De certa forma Minas Gerais reflete,

em parte, o que acontece no cenário nacional, pois esse segmento ainda não é bem explorado no Brasil.

Palavras-chave: Modal Aquaviário; Transporte fluvial; Turismo Náutico.

INTRODUÇÃO

O Estado de Minas Gerais possui diversos atrativos turísticos de destaque nacional e internacional, com evidência para os patrimônios culturais da humanidade nas cidades históricas de Diamantina, Ouro Preto e Congonhas. Porém, o Estado possui diversos outros atrativos pouco explorados, dentre eles os voltados para o turismo náutico. Mesmo não sendo banhado pelo mar, Minas Gerais tem uma quantidade expressiva de atrativos em suas lagoas, represas e rios ainda não utilizados plenamente para atividades de lazer e turismo.

Essa afirmação tem como base dados no Ministério do Turismo sobre o setor que destaca algumas características do nacionais como aproximadamente 8.500 km de linha de costa, mais de 35 mil km de vias internas navegáveis, e cerca de 9.260 km de margens de reservatórios de água doce, lagos e lagoas, e o fato de país “ser banhado por correntes oceânicas favoráveis à navegação, contar com um clima propício ao esporte e ao lazer náutico e apresentar uma infinidade de paraísos naturais intocados”, (Brasil, 2010, p. 11). Devido às características descritas, o estudo do Ministério do Turismo concluiu que o Brasil possui um dos maiores potenciais de desenvolvimento do Turismo Náutico do mundo.

O Brasil possui, em seu território, diversos usos turísticos para os transportes aquaviários. Esse meio de transporte é utilizado para fins turísticos em diversos estados e abrange atividades distintas, como a observação da fauna, da flora e de atrativos históricos e culturais, a visita a comunidades tradicionais, o mergulho e a pesca esportiva. “O Turismo Náutico, portanto, não se configura pela utilização da embarcação como simples meio de transporte, mas como principal motivador da prática turística.” (Brasil, 2010, p. 11)

A Rede de Inteligência de Mercado no Turismo (RIMT), coordenada pelo MTur e Embratur, junto com Sebrae Nacional, Grupo de Trabalho de Turismo pelas Águas, a Clia Brasil (Associação Brasileira de Cruzeiros Marítimos) e a Braztoa (Associação Brasileira das Operadoras de Turismo), em junho de 2021, por meio do Boletim de

Inteligência de Mercado no Turismo, destacou 100 destinos no Brasil que desenvolvem algum tipo de produto ou experiência envolvendo o Turismo Náutico. Em sua análise, a RIMT procurou apontar os destinos a partir das regiões brasileiras, é possível constatar que a região que possui um maior número de destinos listados é a região Nordeste que conta com 27 deles, seguido da região Sudeste com 24, Centro-oeste com 20, Sul com 15 e Norte com 14 destinos.

Contudo, mesmo possuindo 24 destinos que desenvolvem o Turismo Náutico no estado de Minas Gerais, são listados apenas dois: o Festival Náutico em Resplendor e o Passeio Náutico pelo Lago de Furnas. É a partir desse dado que o atual estudo procura verificar a potencialidade que o segmento de Turismo Náutico possui em Minas Gerais a partir da análise de dados bibliográficos e netnográficos, buscando abordar se há investimento pelas entidades governamentais nesse segmento turístico.

REFERENCIAL TEÓRICO

Em um mundo globalizado, como na atualidade, é necessário que a malha de transporte existente seja a mais variada e eficiente possível, não só para atender as demandas populacionais que surgem, mas também para oferecer aos turistas que buscam diferentes tipos de experiências. Nesse sentido, a fim de produzir uma logística para essa malha variada foi dividida em modalidades que abrange os diferentes transportes e seus meios de locomoção, como por exemplo aquaviário, ferroviário, rodoviário, aéreo e outros. No presente estudo será analisado o potencial para atividades turísticas e de lazer identificadas no modal aquaviário, que também é denominado como hidroviário. De acordo com Colavite e Konishi (2015), o modal aquaviário é um tipo de transporte que utiliza como via os lagos, rios e oceanos, para transportar mercadorias e passageiros. Novaes (2004), ainda aprofunda sobre o modal aquaviário ao defini-lo e subdividi-lo.

Envolve todos os tipos de transportes efetuados sobre a água. Inclui o transporte fluvial e lacustre (aquaviário interior) e o transporte marítimo. Esse último ainda se divide em transporte marítimo de longo curso, que envolve as linhas de navegação ligando o Brasil a outros países mais distantes e navegação de cabotagem, que cobre a nossa costa. (Novaes, 2004, p. 62 *apud* Fernandez, 2023, p. 43)

Em complemento, e com informações mais gerais, Colavite e Konishi (2015, p. 7) também trazem que, de acordo com o Confederação Nacional do Transporte (CNT), o transporte hidroviário de cargas corresponde apenas 13,6% de toda a carga que o Brasil transporta mesmo possuindo aproximadamente 40 mil quilômetros de vias que detêm potencialidade de serem navegáveis e cerca de 8 mil quilômetros de costa. No entanto, é interessante destacar os custos sobre esse modal. Ribeiro e Ferreira (2002, p. 3) afirmam que sobre a capacidade para transportar uma grande quantidade de tonelagem, esse modal possui um custo variável baixo, entretanto os navios e equipamentos, representam custos fixos médios.

É o modal que apresenta o mais baixo custo. Este modal apresenta como vantagens a capacidade de transportar mercadoria volumosa e pesada e o fato dos custos de perdas e danos serem considerados baixos comparados com outros modais. Suas principais desvantagens são a existência de problemas de transporte no porto; a lentidão, uma vez que o transporte hidroviário é, em média, mais lento que a ferrovia e a forte influência do tempo. Sua disponibilidade e confiabilidade são afetadas pelas condições meteorológicas. (Ribeiro; Ferreira, 2002, p. 3)

Já no “Turismo em Águas”, o modal hidroviário pode se fazer presente em diferentes áreas, como no Turismo de Sol e Praia, Turismo de Pesca, Ecoturismo, Turismo de Aventura, e o principal deles, o Turismo Náutico, como o de Cruzeiros e de Recreio e Esporte (Silva *et al*, 2020). O Ministério do Turismo (MTur) afirma que Turismo Náutico é aquele:

caracterizado pelo contato com a água – salgada ou doce – e que está ligado à navegação, à prática de esportes aquáticos ou outras atividades realizadas na água. Outra característica importante é que, diferente de outros meios de transporte, as embarcações são os principais atrativos do turismo náutico, já que elas oferecem lazer e entretenimento, em vez de apenas deslocamento. (Brasil, 2006)

O Ministério do Turismo (2006) destaca que ele pode ser realizado em diversas embarcações, como iates, botes, balsas, escunas, navios, jangadas, veleiros, caiaques, pranchas, entre outros, e o segmento se destaca pelo fato de que o atrativo ao mesmo tempo que é utilizado como meio de transporte é o principal motivador do deslocamento dos turistas. Sob a ótica do turismo, Felipe Silva (2015, p. 96) ressalta que o modal aquaviário se difere dos demais por possibilitar uma interação única entre o turista e a natureza, facilitando a contemplação de paisagens

e o contato direto com os recursos naturais do ambiente que o cerca. Dessa forma, a estruturação e o planejamento de rotas turísticas que se utilizam desse meio de transporte

[...] poderia fomentar o surgimento de cadeias produtivas e novos postos de trabalho; [...] gerar uma nova lógica de uso para o cidadão do lugar de alguns objetos técnicos – eclusas, portos e terminais hidroviários –; promover a imagem fluvial e sua capacidade em conferir novos significados, símbolos e relações para e entre residentes e turistas em determinados territórios; demonstrar como a embarcação fluvial per si pode se tornar um meio de deslocamento e o principal atrativo de uma viagem; ademais, a oportunidade de difundir práticas, posturas e condutas de conservação da natureza durante a navegação, propiciando dessa forma, o amadurecimento da consciência ecológica. (Silva, 2015, p. 96)

Ao redor do mundo essa modalidade de transporte tem sido amplamente aproveitada pelo turismo, se tornando, inclusive, cartão postal e atração principal de algumas cidades. O passeio de gôndola pelos canais de Veneza, na Itália, por exemplo, já está no imaginário popular, tendo se tornado um símbolo do local e atraindo milhões de turistas anualmente (Medas *et al*, 2020). Outros destinos consolidados e de visibilidade global são os roteiros nos rios Tâmis, na Inglaterra e o Reno na Alemanha (Lopes *et al*, 2021); no Hudson, em Nova York; o passeio com navio a vapor no rio Mississipi também nos Estados Unidos (Reclus, 2005); O Rio Tejo em Portugal (Lopes, *et al*, 2022); Danúbio entre a Alemanha e a Áustria; os rios Loire e o Sena na França; e o Nilo no Egito.

METODOLOGIA

O estudo é de natureza exploratória, uma vez que, com a aplicação dessa metodologia, o pesquisador irá se familiarizar com um assunto ainda pouco conhecido ou pouco explorado (Gil, 2008). Nesse sentido, para obter os resultados e respostas acerca do objetivo proposto para esse estudo, utilizou-se da pesquisa bibliográfica e netnográfica para coleta de dados, com a finalidade de verificar o potencial do turismo náutico em Minas Gerais.

A netnografia é abordada por Corrêa e Rozados (2017) como “uma adaptação da pesquisa etnográfica que leva em conta as características dos ambientes digitais e da comunicação mediada por computador”. Assim, ela se constitui como uma pesquisa de campo realizada por meio do computador “para a

compreensão e a representação etnográfica dos fenômenos culturais e comunais” (Corrêa; Rozados, 2017). Em equivalência a Gondim *et al* (2020), ao afirmar que a netnografia é um método qualitativo e interpretativo de pesquisa criado por meio da adaptação de procedimentos e padrões metodológicos próprios da etnografia para auxiliar nas pesquisas relacionadas com a cibercultura e do comportamento das comunidades virtuais.

Foram analisados os dados por meio de pesquisas bibliográficas de forma qualitativa e um levantamento de dados netnográficos. Para a coleta dos dados netnográficos, realizou-se uma pesquisa de sites em que os usuários poderiam indicar e avaliar locais em que poderiam realizar alguma atividade relacionado ao turismo náutico. A partir dessa pesquisa, verificou-se que o site *Wikiloc*, uma plataforma que se utiliza de GPS para disponibilizar acesso a trilhas e percursos gravados pelos seus utilizadores com as centenas de modalidades existentes, poderia oferecer, a partir da sua utilização, os dados para averiguar a potencialidade que Minas Gerais detém ao oferecer atividades relacionadas ao turismo náutico. Na plataforma foi perceptível encontrar 5 atividades e dezenas de lugares dentro do estado que desenvolvem elas. Outro ponto de destaque foi a quantidade de trilhas com essas modalidades que foram realizadas.

Na pesquisa bibliográfica, procurou-se analisar as atividades que já eram desenvolvidas na região e os meios fluviais navegáveis que as acompanham, com o objetivo de averiguar se Minas Gerais consegue desenvolver o segmento do turismo e o traslado de pessoas. Desse modo, destacou-se o Rio São Francisco, que, por anos, abrigou a embarcação centenária Vapor Benjamin Guimarães, também o Rio Doce que traz o Festival Náutico de Resplendor, e os rios Rio Grande e Rio Sapucaí. E por último, procurou-se averiguar o investimento do governo estadual de Minas Gerais no setor e em seus equipamentos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conhecido por suas áreas montanhosas, o estado de Minas Gerais possui trechos navegáveis em seus rios, lagos e represas, os quais são usados para escoamento de mercadorias e atividades recreativas ou turísticas. O rio São Francisco, um dos mais importantes para a economia do Brasil, nasce no estado e, ao longo dos seus 2.700 quilômetros de extensão, corta diversos municípios

O trecho navegável do rio, inclusive, começa em Pirapora, em Minas Gerais, local que por anos ofereceu um passeio no Vapor Benjamin Guimarães. A embarcação, construída no ano de 1913 e tombada em 1985 pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (IPHEA), atraiu turistas para um roteiro de seis dias que passava também pelos municípios de Ibiá (MG) e São Romão (MG) e contava com atividades voltadas para a visita das cidades e a contemplação da fauna e flora dos arredores da hidrovia. As atividades do vapor foram paralisadas no ano de 2015 em razão de suas condições precárias, não tendo sua obra sido concluída até os dias de hoje.

O Rio Doce também possui uma enorme relevância hidrográfica para Minas Gerais. Nascendo nas serras da Mantiqueira e do Espinhaço, o rio possui uma bacia de cerca de 86.715 quilômetros quadrados e se localiza majoritariamente em território mineiro, passando por 203 municípios e percorrendo mais de 850 quilômetros até desaguar no oceano Atlântico em Regência, no Espírito Santo¹ (Figura 2).

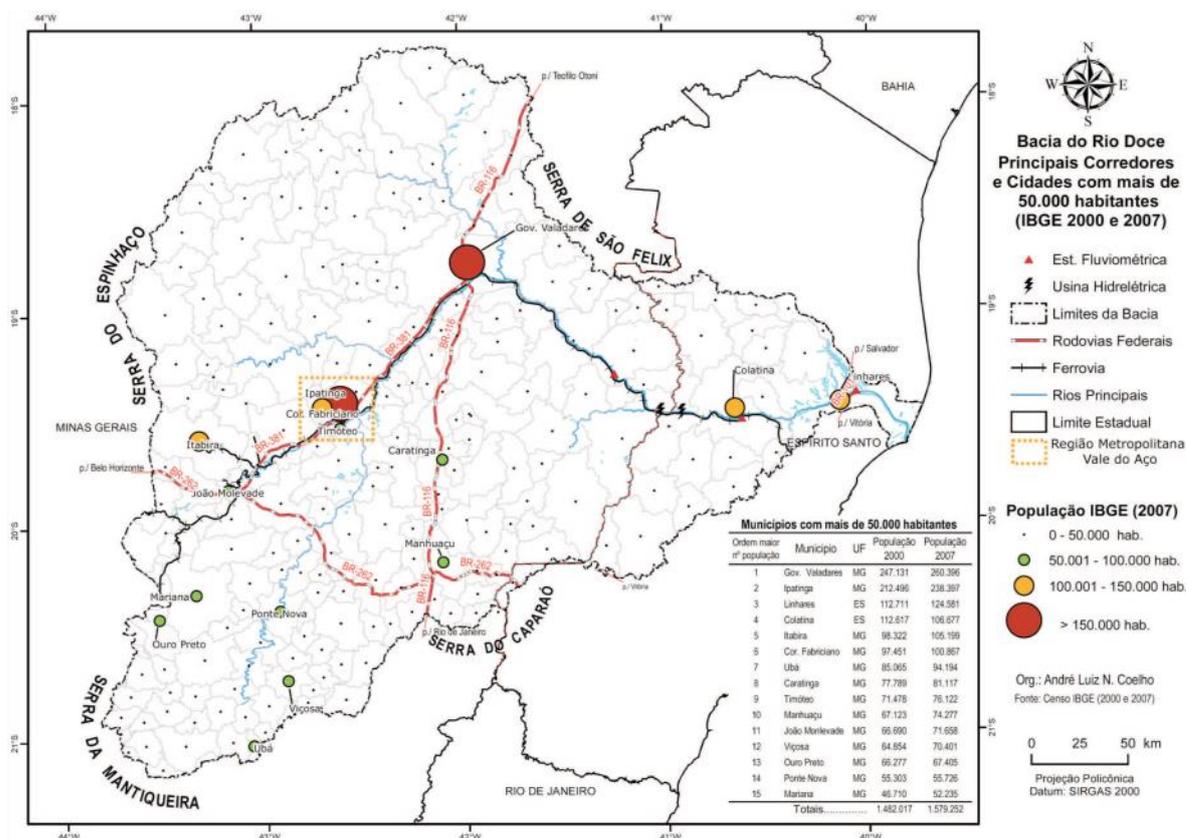


Figura 2: Bacia do Rio Doce. Fonte: Coelho (2009).

¹ Informações publicadas pela Agência Nacional de Águas e Saneamento Básico (ANA). Disponível em: <https://www.gov.br/ana/pt-br/sala-de-situacao/rio-doce/rio-doce-saiba-mais>.

No município mineiro Resplendor, acontece no rio Doce, desde o ano de 2018, o Festival Náutico, evento que promove passeios de chalanas, motos aquáticas e lanchas, além de contar com shows e barracas de comidas típicas. Cabe destacar que o rompimento da Barragem do Fundação no distrito de Bento Rodrigues, em Mariana, no ano de 2015, afasta até hoje os turistas dos municípios nas margens do Rio Doce, (Espindola *et al*, 2019) pois a Bacia foi muito afetada por essa que é considerada a maior tragédia ambiental da história do Brasil (Figura 3). Ações de planejamento e estruturação do turismo náutico, voltadas para as margens do Rio Doce que já estão recuperadas total ou parcialmente, podem ser alternativas para auxiliar na recuperação econômica das áreas atingidas.



Figura 3: Área na Bacia do Rio Doce impactada pelo rompimento da Barragem do Fundão em Mariana. Fonte: Unicamp (2018).

Outra via relevante para o turismo náutico no estado está localizada no Lago de Furnas, resultado do represamento das águas de diversos rios da região, entre eles o Rio Grande e o Rio Sapucaí. Com 1.400 quilômetros quadrados de extensão, ele contribui economicamente com 40 municípios de Minas Gerais e é considerado um dos maiores lagos artificiais do mundo, tendo recebido a denominação de “Mar de Minas” ao longo dos anos (SEBRAE, 2022). Um dos seus principais pontos se

encontra no município de Capitólio, local em que são formados os “Cânions de Furnas”, com cerca de 20 metros de altura (Machado *et al*, 2020). Nos últimos anos, o local tem se consolidado como um dos principais atrativos turísticos do Estado, oferecendo atividades em trilhas, cachoeiras, voos de paraplan e, principalmente, passeios em chalanas e lanchas, que acabaram se tornando um símbolo da região.

Dados do Wikiloc

Torna-se necessário destacar que esse potencial possui uma dimensão maior quando pesquisamos as atividades relacionadas ao segmento do turismo náutico, no estado de Minas Gerais, pelo site/aplicativo *Wikiloc*. A diversidade de atividades que podem ser realizadas na região vai além que apenas os passeios de barco. E por ser um aplicativo que cataloga trilhas de diferentes modalidades com o uso do GPS do seu usuário, configura-se um significativo meio de pesquisa para averiguar a potencialidade dos atrativos naturais.

Na pesquisa realizada por meio do site *Wikiloc*, foi possível constatar inicialmente 5 modalidades de trilhas, ou trilhas náuticas, que se utilizam do transporte aquaviário, e que configuram como embarcações definidas pelo MTur que possibilitam o desenvolvimento de turismo náutico (Brasil, 2010). Na aba do estado de Minas Gerais, dentre as opções disponíveis no menu (Figura 4), existem trilhas registradas nas modalidades de caiaque/canoa, aerobarco, remo, veleiro, lancha e moto aquática.

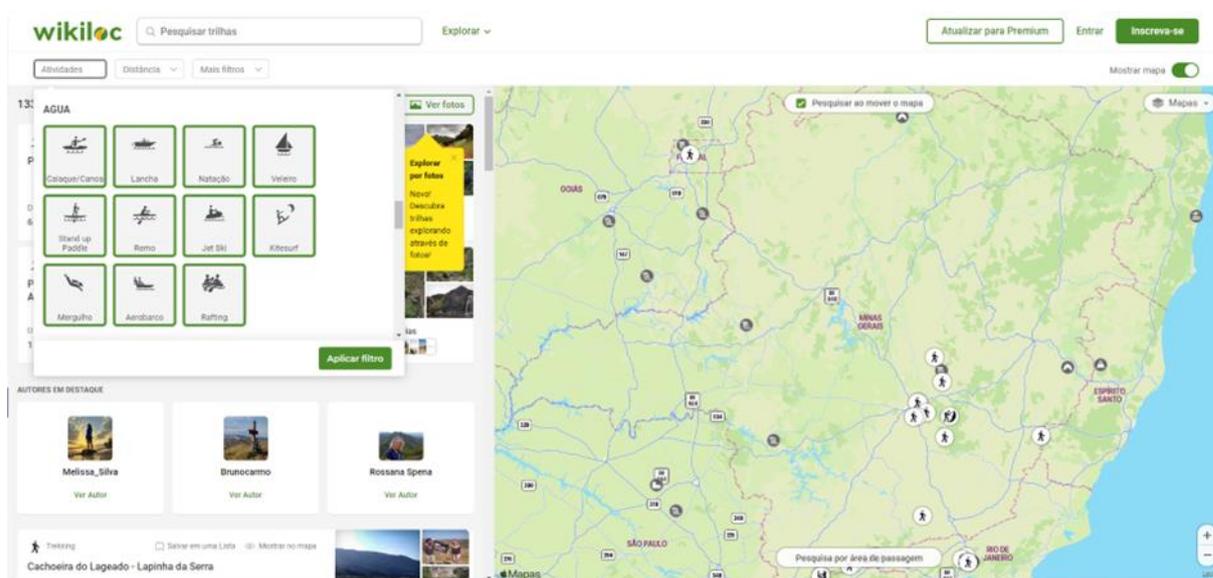


Figura 4: Visualização do site do Wikiloc. Fonte: Wikiloc (2024)

As trilhas náuticas podem ser entendidas como percursos realizados em rios, lagoas, igarapés e demais ambientes nos quais o deslocamento ocorre na água e geralmente é realizado utilizando embarcações (Braga, *et al*, 2019). Os autores Lima *et al* (2015) categorizaram esse tipo de trilha tendo como critério a “função” de cada percurso. Para o Delta do Parnaíba pode-se considerar, com base na proposta dos autores citados, a existência de trilhas náuticas de passagem/ligação (utilizadas para circulação), de visitação (utilizadas para fins turísticos e recreativos), de pesquisa (áreas para experimentos científicos e coleta de informações), de cultos religiosos (áreas utilizadas para rituais e procissões), de escoamento de produção (utilizadas para abastecimento das comunidades e trocas comerciais) e de potencial para visitação (locais com atratividade turística que ainda não são explorados).

O site destaca 258 lugares em Minas Gerais que possuem trilhas de caiaque/canoa², das quais todas já foram realizadas e catalogadas, ao todo, 836 vezes. Nesse caso, a prática é definida como “um esporte náutico de aventura praticado em pequenas embarcações do tipo canoa ou caiaque. A utilização de canoas — a princípio para o transporte — é milenar, e acabou se tornando também uma prática esportiva” (Columbia, 2024, s/p).

Na modalidade aerobarco³, o site aponta 18 locais que possuem ou foram visitados 55 vezes. Conforme descrição apresentada por Albiero *et al* (2016), o aerobarco é um tipo de embarcação construída sobre uma estrutura plana, com um grande ventilador na parte traseira localizado fora da água, sendo manobrado por uma alavanca que movimenta os lemes, situados do lado da hélice que impulsiona a embarcação.

Na categoria remo⁴, o site indica 26 lugares no Estado, e 67 trilhas realizadas neles. O remo é um esporte existente desde a Antiguidade e é caracterizado, conforme informações da Confederação Brasileira de Remo (2024), no alcance de algum objetivo utilizando barcos a remo. Atualmente, utilizando dois remos por atleta, existem oito classes de barcos nas principais competições internacionais, com um, dois, quatro ou oito remadores. Os chamados de “palamenta dupla” — Single Skiff (1x), Double Skiff (2x) e Four Skiff, (4x) — têm dois remos por atleta. Com a utilização de um remo por atleta (“palamenta simples”) podem ser com ou

² Informação extraída de <https://pt.wikiloc.com/trilhas/kayak/brasil/minas-gerais>.

³ Informação extraída de <https://pt.wikiloc.com/trilhas/aerobarco/brasil/minas-gerais>.

⁴ Informação extraída de <https://pt.wikiloc.com/trilhas/remo/brasil/minas-gerais>.

sem timoneiro, à exceção do Oito, que sempre leva o responsável pelo leme existem outras cinco categorias: Dois Com (2+), Dois Sem (2-), Quatro Com (4+), Quatro Sem (4-), Oito Com (8+) (CBR, 2024).

Os lugares para realizar trilhas de veleiro⁵, somam 42 em Minas Gerais, que foram realizadas 97 vezes. Conforme descrição da Bombarco (2024, s/p), empresa especializada em veleiros. O veleiro ou barco a vela são embarcações que navegam com a força do vento. A navegação a vela pressupõe aventura. Os velejadores utilizam dois tipos veleiros: “um modelo voltado para prática esportiva - é mais rápido e tem menos espaços de convivência; E outro para cruzeiro – “voltado para lazer e passeios, não é tão rápido e tem espaços maiores de lazer e convivência a bordo” (*Op cit*). É um estilo que necessita de trabalho para fazer o barco navegar na direção desejada com as condições de vento e de mar.

Já na categoria de lancha⁶, a que possui mais trilhas visitadas dentro dessas 5 categorias, apresenta 452 lugares no Estado com a realização da atividade, e contabiliza mais de 8 mil trilhas já realizadas e catalogadas pelo aplicativo. As lanchas são uma embarcação a motor, usadas para lazer, pesca, prática de esportes aquáticos, ou para serviço de navios ou fiscalização. A Nxboats (2023) destaca esportes náuticos que podem ser praticados com o auxílio das lanchas como o esqui aquático, wakeboard, wakesurf, tubing, wakeskate e a pesca esportiva.

Com a utilização de Jet Ski⁷ (ou moto aquática) foram encontradas 221 trilhas registradas. O termo "jet ski" é frequentemente usado de forma genérica para se referir a qualquer PWC (veículos aquáticos pessoais - PWC, na sigla em inglês). Esses veículos são pequenas embarcações motorizadas projetadas para serem utilizadas por uma pessoa ou, em alguns casos, por duas pessoas. Os jet skis são movidos por motores a jato que sugam água por meio de uma entrada na parte inferior da embarcação e a expulsam por um bocal na parte traseira, proporcionando propulsão (Kawasaki, 2024). Eles são ágeis e proporcionam uma experiência emocionante ao pilotar na água, sendo populares para atividades recreativas, esportes aquáticos e competições (*Op cit*).

⁵ Informação extraída de <https://pt.wikiloc.com/trilhas/turismo/brasil/minas-gerais>.

⁶ Informação extraída de <https://pt.wikiloc.com/trilhas/lancha/brasil/minas-gerais>.

⁷ Informação extraída de <https://pt.wikiloc.com/trilhas/mota-dagua/brasil/minas-gerais>

Desse modo, é perceptível que Minas Gerais possui uma vasta quantidade de locais possíveis para o desenvolvimento de produtos e experiências turísticas envolvendo o turismo náutico. Na Tabela 1 estão resumidos os dados quantitativos do uso de trilhas náuticas em Minas Gerais:

Tipo de embarcação	Trilhas registradas
Caiaque / Canoa	258
Aerobarco	18
Remo	26
Veleiro	42
Lancha	452
Jet Ski	221
Total de lugares com atividades de turismo náutico	1.017

Tabela 1: Relação entre atividades e número de trilhas registradas no Wikiloc. Fonte: Os autores (2024)

Dentro das atividades trabalhadas pelo MTur, pelo Boletim de Inteligência do Turismo Náutico, torna-se viável destacar algumas que já são realizadas ou realizáveis nesses diversos locais. A pesca esportiva, a educação ambiental, a contemplação de paisagens e/ou de observação da flora e da fauna, a atração histórica e cultural, além da possibilidade de praticar caiaque, *Stand Up Paddle*, *Banana boat*, *Wakeboard* e *Ski*, entre outras atividades/experiências que podem ser desenvolvidas como lazer atrelado ao turismo náutico.

Em relação ao investimento do Estado para o desenvolvimento do Turismo Náutico, no ano de 2022 o governo de Minas lançou o edital “Minas para Minas: Minas para o Mundo” que visava fortalecer o Turismo e a Cultura no Estado. De acordo com a Agência Minas (2022) o edital, com orçamento total de cinco milhões, contemplou a região do Mar de Minas com um milhão de reais, a serem aplicados em dez projetos distintos, entre ações de marketing, capacitação de pessoal, aquisição de equipamentos e elaboração de roteiros turísticos para municípios da região. Na ocasião de anúncio dos investimentos, também foi determinado a instituição do Fórum de Turismo Náutico, para promoção e aperfeiçoamento de atividades turísticas nos rios e lagos do Estado.

Já no ano de 2023, o governo de Minas e a Eletrobras anunciaram o início de estudos de viabilidade para ampliação da capacidade do transporte aquaviário operado nos reservatórios de Furnas e Mascarenhas de Moraes. Segundo a Agência Minas (2023), a concessão visa a implantação, gestão, operação e manutenção do transporte coletivo de passageiros e veículos no modal hidroviário por balsa da região. A expectativa do governo é que o projeto potencialize a mobilidade no sul do estado e beneficie mais de 400 mil moradores e turistas dos municípios banhados pelos lagos das represas.

Apesar de todas essas atividades a serem desenvolvidas para o fortalecimento do turismo náutico, o Estado de Minas Gerais dispõe de poucos recursos e informações sobre a aplicação dos mesmos na área. Os últimos dados encontrados durante a pesquisa se restringem a investimentos concentrados no sul do estado, na região do Lago de Furnas.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

O artigo sobre o potencial do segmento de turismo náutico em Minas Gerais apresenta contribuições práticas e teóricas para o campo de pesquisa do turismo. Sobre os aspectos teóricos este é possivelmente um dos primeiros trabalhos sobre o tema, já que não foram encontradas outras pesquisas que abordam o turismo náutico em Minas Gerais. Outro aspecto inovador do trabalho é a metodologia com a utilização do Wikiloc para a coleta de dados sobre os locais com práticas relacionadas ao turismo náutico. Essa metodologia permite futuros estudos comparativos e pode ser replicada para outros Estados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar a potencialidade do estado de Minas Gerais para o desenvolvimento do modal aquaviário enquanto turismo náutico, com a possibilidade de promover diferentes atividades e experiências que esse setor turístico oferece. Nesse sentido, tornou-se perceptível que o estado detém uma grande quantidade de malha fluvial capaz de possibilitar o desenvolvimento do modal e a ocorrência de inúmeras atividades ligadas ao setor, como festividades, traslados e passeios. De maneira geral o Estado reflete o que

acontece no cenário nacional, pois esse segmento ainda não é bem explorado no Brasil.

Entretanto, cabe destacar a dificuldade de encontrar matérias na mídia especializada e dados governamentais que abordam o investimento no desenvolvimento das potencialidades destacadas. Um exemplo dessa falta de investimento na infraestrutura no setor, é o caso do Vapor Benjamim Guimarães, embarcação considerada patrimônio histórico (Cunha, Franco e Sales, 2022), utilizada pela população e também como um atrativo turístico, se encontrar parada desde 2015 esperando pela conclusão das obras de restauração.

Desse modo, este trabalho se propôs trazer o contexto atual do desenvolvimento do turismo náutico abordando suas potencialidades. Portanto, é possível sugerir como pesquisa futura um trabalho mais aprofundado dos dados institucionais sobre o desenvolvimento da atividade turística náutica em Minas Gerais e uma pesquisa sobre a visão de futuros turismólogos sobre a potencialidade desse segmento no estado, buscando entender se os futuros profissionais da área conhecem as possibilidades desse setor turístico.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA MINAS. **Governo de Minas lança edital para investir R\$ 5 milhões na cultura e turismo do estado.** Disponível em: <<https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/governo-de-minas-lanca-edital-para-investir-r-5-milhoes-na-cultura-e-turismo-do-estado>> . Acesso em: 28 jan. 2024.

AGÊNCIA MINAS. **Minas e Eletrobras apresentam cronograma de estudos para expansão de transporte aquaviário no Sul de Minas.** Disponível em: <<https://www.agenciaminas.mg.gov.br/noticia/minas-e-eletobras-apresentam-cronograma-de-estudos-para-expansao-de-transporte-aquaviario-no-sul-de-minas>>. Acesso em: 28 jan. 2024.

ALBIERO, Daniel *et al.* **Desenvolvimento de aerobarco de baixo custo para a agricultura familiar.** Revista Ciência Agronômica, v. 47, p. 793-804, 2016.

BOMBARCO. **Veleiro e as características.** 2024. Disponível em: <https://www.bombarco.com.br/comunidade/noticias/veleiro-e-as-caracteristicas> Acesso em: 25 jan. 2024.

BRAGA, S. S.; SILVA, M. C. L.; GONÇALVES, M. F. Trilhas náuticas no Delta do Parnaíba: caracterização para a concessão da chancela de itinerário cultural. In: Anais 5º Colóquio Ibero-Americano: paisagem cultural, patrimônio e projeto. Anais...Belo Horizonte(MG) Universidade Federal de Minas Gerais, 2019.

BRASIL. Agência Nacional de Águas (ANA). **Rio Doce: Saiba mais.** Disponível em: <https://www.gov.br/ana/pt-br/sala-de-situacao/rio-doce/rio-doce-saiba-mais>. Acesso em: 25 jan. 2024.

BRASIL. Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR). **Projeto São Francisco: Meio ambiente preservado.** Disponível em: <<https://www.gov.br/mdr/pt-br/assuntos/seguranca-hidrica/projeto-sao-francisco/meio-ambiente-preservado>>. Acesso em: 25 jan. 2024.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Náutico: orientações básicas.** / Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. –3. ed.– Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **O que é Turismo Náutico?** 2024. Disponível em: <<https://turismonautico.turismo.gov.br/o-que-e-turismo-nautico/>> . Acesso em 13 jan. 2024.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Turismo Náutico.** 2024. Disponível em: <<https://turismonautico.turismo.gov.br/>> Acesso em 13 jan. 2024.

BRASIL, Ministério do Turismo, Rede de Inteligência de Mercado no Turismo. **Boletim Inteligência de Mercado no Turismo - Turismo Náutico (Minas Gerais).** 2021. Brasil. 4 p. 8 ed. Disponível em: <[Turismo Náutico Minas Gerais](#)>. Acesso em 13 jan. 2024.

BRASIL, Ministério dos Transporte. **Mapa da Bacia do Rio São Francisco.** Disponível em: <https://portalcorreio.com.br/nao-tem-mais-essa-agua-toda-diz-comite-que-protege-sao-francisco/1-129/> Acesso em: 25 jan. 2024.

COLUMBIA SPORTS WEAR. **Conheça quais são os tipos de canoagem e a diferença entre eles!** 2024. Disponível em: <https://blog.columbiasportswear.com.br/tipos-de-canoagem/> Acesso em: 25 fev. 2024.

CONFEDERAÇÃO BRASILEIRA DE REMO. **Sobre o Remo – O que é o Remo?** 2024. Disponível em: <https://www.remobrasil.com/remo/sobre-o-remo/29-o-que-e-o-remo> Acesso em: 25 fev. 2024.

COLAVITE, Alessandro Serrano; KONISHI, Fabio. **A matriz do transporte no Brasil: uma análise comparativa para a competitividade. Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia**, v. 12, p. 28, 2015.

CORRÊA, M. D. V., & ROZADOS, H. B. F. (2017). **A netnografia como método de pesquisa em Ciência da Informação. Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia E Ciência Da Informação**, 22(49), 1. <https://doi.org/10.5007/1518-2924.2017v22n49p1>

CUNHA, Alessandra Santos Lima; FRANCO, Juliana Rocha; SALES, Rosemary Bom Conselho. Design de ambientes e memória: o espaço como ferramenta de

valorização do patrimônio do Rio São Francisco. p. 212. 1º Colóquio Design e Memória. 2022

ESPINDOLA, Haruf Salmen; NODARI, Eunice Sueli; SANTOS, Mauro Augusto dos. Rio Doce: riscos e incertezas a partir do desastre de Mariana (MG). *Revista Brasileira de História*, v. 39, p. 141-162, 2019.

FERNANDEZ, Leonardo Fagundez *et al.* **Transporte aquaviário e parcerias público privadas na grande Florianópolis: uma combinação para melhorar a mobilidade urbana.** 2023.

GONDIM, C. B., Bolzán, R. E., ESPÍNOLA, R. S., & ALEXANDRE, M. L. O. (2020). **Netnografia como Método de Pesquisa em Turismo: análise de estudos de Pós-Graduação no Brasil.** *Revista Turismo Em Análise*, 31(1), 19-36. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p19-36>

LIMA, Guilherme Theodoro Nascimento Pereira et al. **Trilhas náuticas, Serviços ecossistêmicos e impactos ambientais na Estação Ecológica de Juréia-Itatins** [São Paulo], Brasil. Labor & Engenharia, 2015.

LOPES, Carlos Eduardo Rigolo; LEMOS, Simone Mourão; ANDREIS, André de Paula. **Programa Novo Rio Pinheiros como janela de oportunidade: uma proposta de governança a partir dos casos da Inglaterra e Alemanha.** 2021. Tese de Doutorado.

LOPES, Eunice R.; SIMÕES, Jorge; RUIZ, Julio Silva. **O turismo náutico como produto turístico de uma região.** *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, v. 5, n. 3, p. 1-14, 2022.

KAWASAKI HEAVY INDUSTRIES. **Watercraft "JET SKI"**. 2024. Disponível em: <https://global.kawasaki.com/en/leisure/watercraft/index.html> Acesso em 26 fev. 2024.

MACHADO, Annaelise Fritz; SOUSA, Bruno Barbosa; KELMER, Magno Ângelo. O turismo de natureza em Capitólio–MG: Práticas e impactos. *Revista Americana de Empreendedorismo e Inovação*, v. 3, pág. 86-96, 2020.

MEDAS, Stefano; BELTRAME, Carlo; VIANELLO, Rita. **Il Progetto Arca Adriatica e la memoria del patrimonio nautico tradizionale a Venezia.** *La Ricerca Folklorica*, n. 75, p. 147-166, 2020.

NEPOMUCENO, Daniel. **Mtur. Turismo nas Vias Navegáveis.** s/d. Apresentação do Powerpoint. Disponível em: <<http://hidroviaveis.com.br/wp-content/uploads/2019/03/2-Turismo-nas-Vias-Naveg%C3%A1veis.pdf>> . Acesso em 13 jan. 2024.

NXBOATS. Esportes náuticos: opções incríveis de lazer. 2023. Disponível em: <https://nxboats.com.br/blog/esportes-nauticos/> Acesso em 13 jan. 2024.

RIBEIRO, Priscilla Cristina Cabral; FERREIRA, Karine Araújo. **Logística e transportes: uma discussão sobre os modais de transporte e o panorama brasileiro**. XXII Encontro Nacional de Engenharia de Produção, v. 23, 2002.

RECLUS, Élisée. **Fragmento de uma viagem a Nova Orleans**. GEOgraphia, v. 7, n. 14, 2005.

RODRIGUES, S. M.; CASTRO, F. M. M. **Transporte fluvial e turismo: uma análise das potencialidades dos cânions do rio São Francisco e do atracadouro da Terra Caída em Sergipe (Brasil)**. Turismo e Sociedade. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 323-342, 2011. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/24766/16604>. Acesso em: 18 jan. 2024.

SEBRAE. **Lago de Furnas gera prosperidade com o turismo**. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/lago-de-furnas-gera-prosperidade-com-o-turismo,0bb3e8dce8684810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 26 jan. 2024.

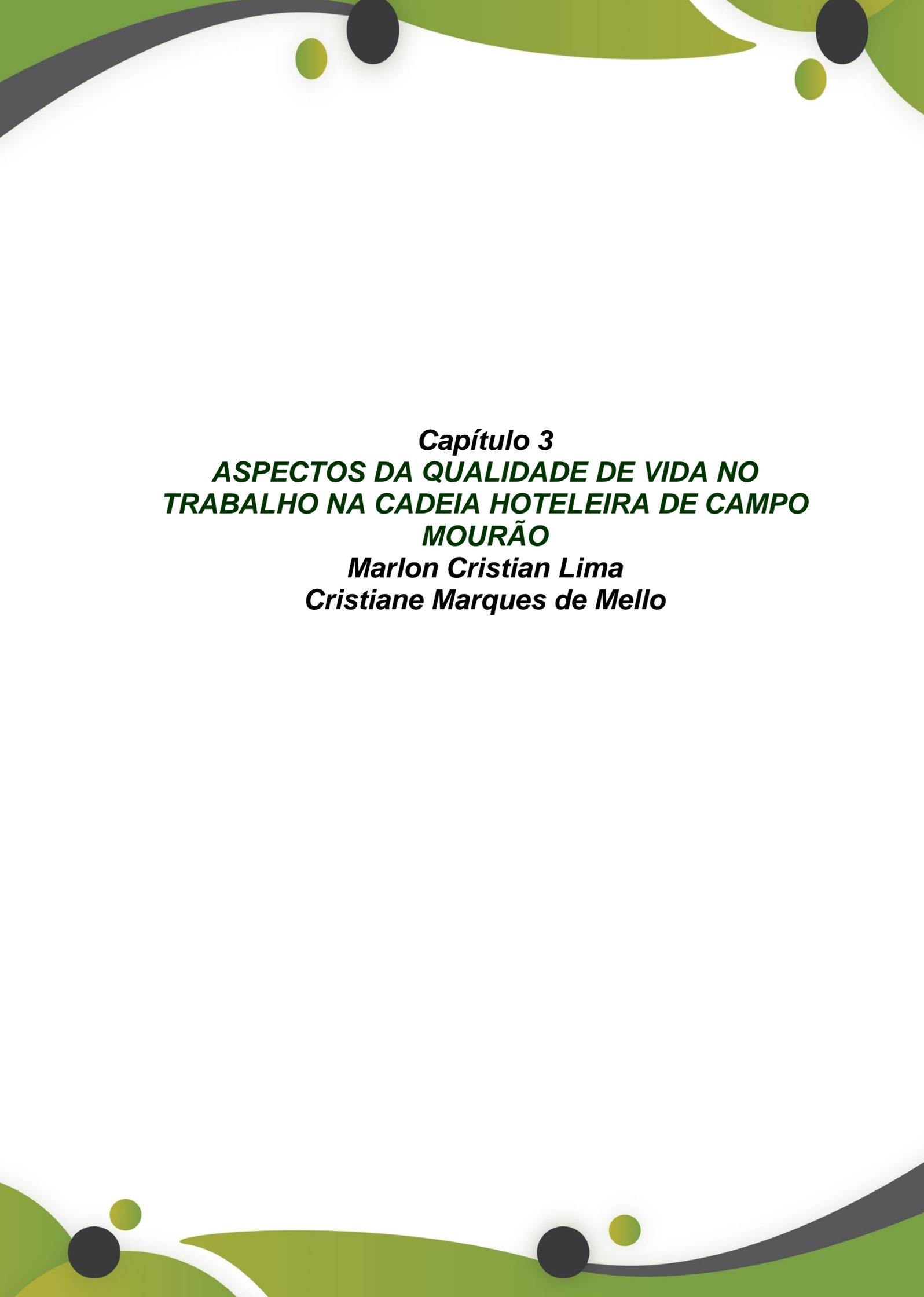
SILVA, Kalina Santos *et al.* **Logística brasileira: um estudo teórico do modal aquaviário (cabotagem)**. 2015.

SILVA, M. do C. L. da; LIMA, S. dos S.; BRAGA, S. de S.; MELO, R. de S. Transformações na Rota Turística do Delta do Parnaíba (PI/MA): percurso histórico. Revista Brasileira de Ecoturismo (RBEcotur), [S. l.], v. 13, n. 4, 2020. DOI: 10.34024/rbecotur.2020.v13.10464.

SILVA, Felipe. **Navegação Fluvial, Turismo e Planejamento: as possibilidades de circulação material no território nacional o caso das Hidrovias do Tietê, Paraná e Paraguai**. 2015. 357p. Tese (Doutorado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana, Universidade de São Paulo, São Paulo.

UNICAMP. **Da água para a lama**. 2018 Disponível em: <https://www.unicamp.br/unicamp/ju/noticias/2018/03/07/da-agua-para-lama> Acesso em: 25 jan. 2024.

WIKILOC. **Trilhas pelo Mundo**. 2024. Disponível em: <<https://pt.wikiloc.com/>> Acesso em: 25 jan. 2024.



Capítulo 3
ASPECTOS DA QUALIDADE DE VIDA NO
TRABALHO NA CADEIA HOTELEIRA DE CAMPO
MOURÃO
Marlon Cristian Lima
Cristiane Marques de Mello

ASPECTOS DA QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO NA CADEIA HOTELEIRA DE CAMPO MOURÃO

Marlon Cristian Lima

*Graduado em Turismo pela Universidade Estadual do Paraná/UNESPAR. Email:
mclstarmost@gmail.com.*

Cristiane Marques de Mello

*Doutora em Administração pela Universidade Positivo. Mestre em Administração
pela Universidade Estadual de Maringá/UEM. Especialista em Gerenciamento de
Micro e Pequenas Empresas pela Universidade Federal de Lavras/UFLA.
Especialista em Docência na Educação Superior em Saúde pelo Centro Universitário
Integrado. Graduada no curso de Tecnologia em Gastronomia. Graduada em
Administração. Professora na Universidade Estadual do Paraná/UNESPAR –
Campus de Campo Mourão. Email: mellcris@gmail.com.*

RESUMO

Este artigo discute primordialmente o tema qualidade de vida no trabalho e seu entendimento em diferentes épocas, da perspectiva de diferentes autores. O termo 'qualidade de vida' no ambiente de trabalho vem sendo cada vez mais usado para descrever valores ambientais e humanos que são ignorados em função da industrialização e do avanço tecnológico, conforme afirma Walton (1973). Nesse estudo, considera-se que o setor hoteleiro se beneficia de estudos sobre qualidade de vida no ambiente de trabalho de diversas formas, como na organização das funções e operações diárias, na condução de capacitações, no plano de carreira, na motivação e remuneração dos colaboradores. Tais fatores têm impacto nos lucros da organização, na satisfação do cliente melhor atendido, e na imagem da empresa. O presente trabalho tem como objetivo principal analisar os aspectos da Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) dos colaboradores de hotéis localizados na cidade de Campo Mourão. A pesquisa se caracteriza como descritiva e exploratória com a utilização método quantitativo na coleta e na análise dados, o que não exclui análise interpretativa dos mesmos. Os dados foram coletados por meio de formulário

online, com afirmações respondidas no formato de escala *likert* de sete pontos. Os resultados apontam que nem todas as dimensões de Qualidade de Vida no Trabalho estão presentes nas rotinas dos trabalhadores de hotéis da cidade, questões de remuneração e horários são alguns dos apontamentos, mas ainda assim se mostram positivos perante sua função dentro do ambiente de trabalho.

Palavras-chave: Qualidade de vida no trabalho, Hotelaria, Satisfação no trabalho.

ABSTRACT

This article primarily discusses the theme of quality of life at work and its understanding at different times, from the perspective of different authors. The term 'quality of life' in the workplace has been increasingly used to describe environmental and human values that are ignored due to industrialization and technological advances, as stated by Walton (1973). In this study, it is considered that the hotel industry benefits from studies on quality of life in the workplace in several ways, such as: in the organization of daily functions and operations, in the conduct of training, in the career plan, in the motivation and remuneration of employees. Such factors have an impact on the organization's profits, on the satisfaction of the best-served customer, and on the company's image. The main objective of this study is to analyze the aspects of the Quality of Life at Work (QVT) of employees of hotels located in the city of Campo Mourão. The research is characterized as descriptive and exploratory, using a quantitative method in the collection and analysis of data, which does not exclude interpretative analysis of the same. The data were collected through an online form, with statements answered in the format of a seven-point Likert scale. The results indicate that not all dimensions of Quality of Life at Work are present in the routines of hotel workers in the city, issues of remuneration and schedules are some of the points, but they still appear positive in relation to their role within the work environment.

Keywords: Quality of life at work, Hospitality, Job satisfaction.

INTRODUÇÃO

O tema Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) tem sido foco de inúmeros estudos, tanto no âmbito nacional quanto internacional, nos mais diversos setores, incluindo a hotelaria. O bem-estar de colaboradores do setor hoteleiro tem papel fundamental na satisfação de clientes e no êxito dos negócios de hospedagem.

Devido à natureza do trabalho em hotéis, onde os funcionários muitas vezes enfrentam horários irregulares, lidam com clientes exigentes e realizam tarefas

físicas, é ainda mais importante priorizar a qualidade de vida no ambiente de trabalho.

O presente estudo foi desenvolvido em uma cidade localizada na região centro-ocidental do Paraná no segundo semestre do ano de 2023. A cidade de Campo Mourão-PR, onde a pesquisa foi realizada, tem cerca de 99.170 habitantes (IBGE 2022).

Compreende-se que a qualidade de vida no trabalho (QVT) produz resultados que refletem diretamente nos lucros e/ou no desempenho da empresa, na qualidade do atendimento, na fidelização dos hóspedes, na satisfação e no bem-estar do colaborador e é nisso que reside a justificativa prática desse estudo.

Limongi-França (2011) relata os resultados positivos advindos da qualidade de vida no ambiente de trabalho que incluem: menor índice de absenteísmo, menor frequência de desconfiança entre os colegas e as chefias, ampliação do escopo de amigos, otimismo dos indivíduos com o trabalho e com a própria vida, melhoria do clima organizacional, redução de acidentes e/ou doenças, bem como a melhoria da imagem da organização. E é nisso que está ancorada a justificativa teórica desse trabalho.

É importante também considerar que, conforme apontam Swamy, Nanjundeswaraswamy e Rashmi (2015), focar na melhoria da QVT aumenta o contentamento e a satisfação dos funcionários e pode resultar em diversas vantagens tanto para os funcionários quanto para a organização. Por meio da implementação efetiva de intervenções de QVT, como flexibilidade de horário, enriquecimento do trabalho, ampliação do trabalho, cultura de grupo de trabalho autônomo (quando se tem mais liberdade para tomar decisões), é possível melhorar o status da qualidade de vida no trabalho.

O setor hoteleiro se beneficia de estudos sobre qualidade de vida no ambiente de trabalho de diversas formas como: na organização das funções e operações diárias, na condução de capacitações, no plano de carreira, na motivação e remuneração dos colaboradores. Tais fatores têm impacto nos lucros da organização, na satisfação do cliente melhor atendido, e na imagem da empresa. Além disso, são poucos os estudos encontrados no Brasil que tratam da Qualidade de Vida no Trabalho no setor hoteleiro.

Como objetivo principal propõe-se analisar os aspectos da qualidade de vida no trabalho (QVT) dos colaboradores de hotéis localizados na cidade de Campo

Mourão. Como objetivos específicos pretendeu-se identificar ações desenvolvidas que promovam qualidade vida no trabalho, e levantar os principais fatores (positivos e/ou negativos) que mais afetam a QVT dos hotéis da cidade.

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO E SUA LINHA TEMPORAL

No que se refere ao entendimento deste tema, buscou-se investigar os principais conceitos e fundamentos que tratam da Qualidade de Vida no Trabalho (QVT). O Modelo de QVT de Walton é o mais utilizado em pesquisas científicas tanto em âmbito nacional quanto internacional, conforme ficou evidenciado nas pesquisas realizadas para a elaboração desse estudo.

Ainda nesse capítulo também será abordada a qualidade de vida no trabalho dos colaboradores do setor hoteleiro que é o foco principal desse trabalho.

Conceitos

A expressão 'Qualidade de Vida no Trabalho' (QVT), conforme ressalta Chiavenato (2004) foi utilizada na década de 1970, por Louis Davis. Para Louis, o termo refere-se ao bem-estar e à saúde do colaborador quando da realização de suas funções no trabalho. O termo Qualidade de vida no trabalho, além de considerar aspectos físicos e ambientais, também leva em consideração o aspecto psicológico do indivíduo no seu ambiente de trabalho.

Por outro lado, Hernandez e Macedo (2008) afirmam que a denominação QVT, é um termo mais antigo e foi cunhado em 1950, por Eric Trist, realizando os primeiros estudos sobre o tema, sendo pioneiro no assunto. Ele analisou os erros e os conflitos dos colaboradores de uma mina de carvão na Inglaterra. A mecanização e a reorganização do trabalho fizeram surgir problemas de abstenção, baixo rendimento, paralisações. A QVT tornou-se necessária nos primeiros anos da Terceira Revolução Industrial, período em que os maquinários passaram a ser cada vez mais frequentes nas organizações.

Limongi-França (2011) procura aprofundar ainda mais a discussão sobre qualidade de vida no ambiente de trabalho, quando menciona que ela está relacionada à ética da condição do ser humano. Isso quer dizer que tal ética abrange a identificação, a eliminação, e a neutralização ou controle dos riscos ocupacionais,

e envolve ainda implicações ideológicas e políticas, dinâmicas de poder (formal e/ou informal), e a satisfação dos indivíduos em suas rotinas. A referida autora discorre a qualidade de vida no trabalho como conceito que busca melhorar as condições humanas nas empresas, a fim de estabelecer um senso crítico, transformador e participativo no ambiente profissional.

Considera-se também fatores de qualidade de vida a satisfação do funcionário em seu trabalho, vislumbre de futuro/carreira dentro da empresa, salário justo com benefícios, bom relacionamento no grupo de trabalho, poder de decisão, participação ativa do colaborador (CHIAVENATO, 2009). O desenvolvimento da QVT visa ajudar a equilibrar o trabalho com as necessidades, interesses e pressões enfrentadas pelos funcionários, por isso é útil para aumentar a produtividade da empresa e reduzir a rotatividade de funcionários (FATMA et al., 2016).

O termo 'qualidade de vida' no ambiente de trabalho vem sendo cada vez mais usado para descrever valores ambientais e humanos que são ignorados em função da industrialização e do avanço tecnológico, problemas na vida profissional independente do cargo exercido podem causar o desencantamento do funcionário, que pode prejudicar o profissional e a empresa (WALTON, 1973).

A qualidade de vida no trabalho (QVT) ainda pode ser definida como a medida em que um funcionário está satisfeito com suas necessidades pessoais e de trabalho por meio da participação no local de trabalho enquanto atinge os objetivos da organização, conforme salientam Swamy, Nanjundeswaraswamy e Rashmi (2015). O capital humano é um ativo para a empresa, um colaborador insatisfeito é o primeiro inimigo da organização, as empresas devem qualificar seus funcionários para terem mais poder de competir no mercado. O processo de humanização no ambiente de trabalho é conhecido como qualidade de vida no trabalho (SWAMY; NANJUNDESWARASWAMY; RASHMI, 2015).

O quadro 1 a seguir, foi elaborado a partir dos autores consultados para desenvolvimento do presente estudo. Esse quadro tem como finalidade mostrar com mais clareza as diferenças e também as semelhanças entre os conceitos utilizados pelos autores no que se refere à Qualidade de Vida no Trabalho (QVT).

Quadro 1: Quadro de definições de qualidade de vida no trabalho

Definições de QVT	Autores
A qualidade de vida no trabalho refere-se ao bem-estar e à saúde do colaborador quando está na realização de suas funções no trabalho.	Louis Davis (1970)
O conceito de Qualidade de vida no trabalho é ter níveis de produtividade e eficiência garantida.	Walton (1973)
Qualidade de vida no trabalho (QVT) engloba todos os aspectos físicos e ambientais, psicológicos no ambiente de trabalho.	Chiavenato (2004)
A QVT pode ser definida como a busca da melhora nas condições humanas nas empresas, a fim de estabelecer um senso crítico, transformador e participativo no ambiente profissional.	Limongi-França (2011)
A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) pode ser definida como uma medida em que um funcionário está satisfeito com necessidades pessoais e de trabalho através da participação em no local de trabalho enquanto atinge os objetivos da organização.	Swany, Nanjundeswaraswamy e Rashmi (2015)
A QVT pode ser definida como o equilíbrio do trabalho com as necessidades, interesses e pressões enfrentadas pelos funcionários, que é útil para aumentar a produtividade da empresa e reduzir a rotatividade de funcionários.	Fatma et al., (2016)

Fonte: Elaborado pelos autores

O quadro 1 traz a definição e evolução ao longo do tempo por diversos autores, Davis (1970) retrata o bem-estar do funcionário somente em horário de trabalho após 46 anos desta definição Fatma et al., (2016) tratam a QVT como equilíbrio entre trabalho e as necessidades e interesses do indivíduo.

Modelos e Dimensões de QVT

É importante salientar que a qualidade de vida no trabalho é uma construção multidimensional (SWAMY; NANJUNDESWARASWAMY; RASHMI, 2015). Desse modo, o estudo sobre o tema tem se ampliado ao longo dos anos e diferentes modelos têm surgido.

Não há dúvidas de que o trabalho de Walton (1973) tem sido o mais utilizado pelos pesquisadores da qualidade de vida no trabalho. O modelo de Walton propõe oito categorias conceituais que servem de base para análise das principais características da qualidade de vida no trabalho consideradas essenciais:

1. Compensação Adequada e Justa - Esse critério tem maior impacto direto na qualidade da vida profissional, que são de acordo com as habilidades profissionais do sujeito, nível de responsabilidade da função, e também a capacidade de remuneração da empresa, quanto mais se lucra mais se paga.

2. Condições de Trabalho Seguras e Saudáveis - Cuidados das organizações em não colocar o funcionário em risco, seja evitando lesões, atividades físicas intensas, descumprimentos do horário, condições de trabalho satisfatório são buscadas por ações sindicais e legislativas.

3. Oportunidade Imediata de Usar e Desenvolver Capacidade Humana - Organizações que estimulem o desenvolvimento de habilidades e conhecimento do funcionário, dando oportunidade de ser mais autônomo no trabalho, usar suas habilidades no ambiente do trabalho no lugar de fazer trabalhos repetitivos, desenvolver ações no processo de trabalho a modo que possa apreciar os resultados das ações, essas ações melhoram a autoestima e encontram sentido no próprio trabalho.

4. Oportunidade Futura para Crescimento Contínuo e Segurança - Este critério diz respeito ao plano de carreira, onde o funcionário mais se capacita a exercer suas funções ele será melhor remunerado, ter promoção de cargo. Walton (1973) coloca que não se tem muitas perspectivas sobre salários melhores e promoções, os aspectos citados que precisam de atenção são; desenvolvimento, aplicação prospectiva que é usar habilidades dentro do trabalho, oportunidade de avanço, ou seja, ter oportunidades de progredir na carreira dentro da organização e obter reconhecimento do trabalho, segurança que seria ter estabilidade no emprego diminuindo o medo de perda do emprego.

5. Integração Social na Organização do Trabalho - Proporcionar um ambiente de trabalho socialmente saudável para os colaboradores, sendo este livre de preconceito de qualquer natureza, ambiente de igualdade, que conceda mobilidade, grupos de apoio, senso de comunidade, relações interpessoais.

6. Constitucionalismo na Organização do Trabalho - Sindicatos protegem os colaboradores de ações arbitrárias ou caprichosas dos empregadores implantando a Constitucionalidade no ambiente de trabalho, tendo direito à privacidade pessoal, onde sua particularidade é retida ao empregador, liberdade de se expressar, concordando ou não das opiniões sem sofrer consequências, equidade que são oportunidade iguais a todos.

7. Trabalho e o Espaço Total da Vida - Este requisito fala da experiência no trabalho e como pode afetar a vida do trabalhador, este conceito busca o equilíbrio na vida profissional e pessoal, que mudanças geográficas, horas excessivas de trabalho extra, exigências das empresas que prejudiquem a relação familiar do funcionário.

8. Relevância Social da Vida Profissional - A organização empregadora que age negativamente em questões sociais pode deixar uma marca ruim em seus funcionários que desvalorizam seu trabalho e carreira, resultando na baixa autoestima do colaborador.

No quadro 2 de modo sucinto são apresentadas as dimensões utilizadas para mensurar a QVT da perspectiva de diferentes autores, considerando que a Qualidade de Vida no Trabalho é um conceito multidimensional.

Quadro 2: Dimensões da QVT nas obras de diversos autores

Autores	Dimensões para mensurar QVT
Walton	1 Compensação adequada e justa 2 Condições de Trabalho Seguras e Saudáveis 3 Oportunidade Imediata de Usar e Desenvolver as Capacidades Humanas 4 Oportunidade para crescimento contínuo e segurança 5 Integração Social na Organização do Trabalho 6 Constitucionalismo na Organização do Trabalho

	<p>7 Espaço de trabalho e vida total</p> <p>8 Relevância social da vida profissional</p>
Levine, Taylor e Davis	<p>1 Respeito do supervisor e confiança na capacidade dos funcionários</p> <p>2 Mudança de trabalho</p> <p>3 Desafio do trabalho</p> <p>4 Oportunidade futura de desenvolvimento decorrente do trabalho atual</p> <p>5 autoestima</p> <p>6 Escopo do trabalho impactado e da vida além do próprio trabalho</p> <p>7 Contribuição do trabalho para a sociedade</p>
Mirvis e Lawler	<p>1 Ambiente de trabalho seguro</p> <p>2 salários equitativos</p> <p>3 Igualdade de oportunidades de emprego e</p> <p>4 Oportunidades de avanço</p>
Baba e Jamal	<p>1 Satisfação no trabalho</p> <p>2 Envolvimento no trabalho</p> <p>3 Ambiguidade da função de trabalho</p> <p>4 Conflito de função de trabalho</p> <p>5 Sobrecarga de função de trabalho</p> <p>6 Estresse no trabalho</p> <p>7 Compromisso organizacional</p> <p>8 Intenções de mudança</p>
Lau RSM, Bruce EM	<p>1 segurança no trabalho</p> <p>2 Sistemas de recompensa</p> <p>3 Treinamento</p> <p>4 oportunidades de avanços na operadora</p> <p>5 Participação na decisão na tomada de decisão</p>

Ellis e Pompli	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ambientes de trabalho ruins 2 agressão residente 3 Carga de trabalho, incapacidade de oferecer cuidados de qualidade preferidos 4 Equilíbrio entre trabalho e família 5 Trabalho por turnos 6 Falta de envolvimento na tomada de decisão 7 Isolamento profissional 8 Falta de reconhecimento 9 Relacionamentos ruins com supervisor/colegas 10 Conflitos de papéis 11 Falta de oportunidade para aprender novas habilidades
Thomas A. Wyatt e Chay Yue Wah	<ol style="list-style-type: none"> 1 Ambiente de trabalho favorável 2 Crescimento pessoal e autonomia 3 Natureza do trabalho 4 Estimulando oportunidades e colegas de trabalho
GunaSeelan Rethinam e Maimunah Ismail	<ol style="list-style-type: none"> 1 Saúde e bem-estar 2 segurança no trabalho 3 Satisfação no trabalho 4 Desenvolvimento de competências e 5 O equilíbrio entre o trabalho e a vida profissional
Hosseini	<ol style="list-style-type: none"> 1 Compensação adequada e justa 2 Condições de Trabalho Seguras e Saudáveis 3 Oportunidade Imediata de Usar e Desenvolver as Capacidades Humanas 4 Oportunidade para crescimento contínuo e segurança 5 Integração Social na Organização do Trabalho 6 Constitucionalismo na Organização do Trabalho 7 Trabalho e Vida Total Espaço e 8 Relevância social da vida profissional
Stephen	<ol style="list-style-type: none"> 1 Compensação adequada e justa 2 benefícios adicionais e medidas de bem-estar 3 Segurança no trabalho

	4 Ambiente físico de trabalho 5 Carga de trabalho e estresse no trabalho 6 Oportunidade de usar e desenvolver a capacidade humana 7 Oportunidade de crescimento contínuo 8 Relações humanas e aspecto social da vida no trabalho 9 Participação na tomada de decisão 10 Sistema de recompensas e penalidades 11 Equidade, justiça e tratamento de queixas 12 Trabalho e espaço vital total 13 Imagem da organização
--	--

Fonte: Adaptado de Swany, Nanajundeswaraswamy e Rashmi (2015, p. 291-293)

A partir desses importantes estudos que tratam do tema, Swany, Nanajundeswaraswamy e Rashmi (2015), identificaram que muitos pesquisadores utilizaram algumas das variáveis independentes para analisar a Qualidade de Vida no Trabalho de funcionários como por exemplos variáveis relacionadas: à demografia, à idade, à experiência, ao gênero, à qualificação educacional, ao tamanho da empresa, ao volume de negócios e aos salários. Ou seja, muitos pesquisadores utilizaram-se de instrumentos variados para mensurar a QVT. Desse modo, os autores entenderam que se fazia necessário desenvolver uma escala adequada para mensurar e validar a QVT, tendo em vista que tais instrumentos medem de fato, menos de 65% de variações dimensionais da QVT.

A partir da utilização do software SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) foram identificadas nove dimensões (descritas a seguir) significativas com base na análise fatorial.

Os autores chegaram à conclusão que os principais componentes/dimensões para QVT são:

1. Ambiente de trabalho
2. Cultura e clima organizacional
3. Relação e cooperação
4. Treinamento e desenvolvimento
5. Remuneração e recompensas
6. Instalações
7. Satisfação e segurança no trabalho

8. Autonomia no trabalho
9. Adequação de recursos

Usando tais dimensões da QVT, um questionário foi elaborado e usado para medir a QVT do funcionário. A análise revelou que as nove dimensões juntas explicaram 82,24% da variância total, que é um nível de explicação maior do que as dimensões utilizadas anteriormente por outros autores em diferentes estudos, conforme afirmam Swamy, Nanjundeswaraswamy e Rashmi (2015).

Salientamos que isso não invalida outros estudos, apenas entende-se que para realização dessa pesquisa, seria mais adequado utilizar essas nove dimensões, tendo em vista que já foram validadas e possuem um índice de explicação maior da variância total, que outros estudos, conforme mencionado no parágrafo anterior. Outras informações sobre os procedimentos utilizados para a coleta de dados estão descritas na metodologia.

PERSPECTIVA DO TURISMO: QVT NA HOTELARIA

Hospitalidade é um ambiente amistoso, acolhedor, atrativo e decisivo para os viajantes, um dos principais produtos hoteleiros é a hospitalidade (CASTELLI, 2006).

O formato de classificação dos hotéis no Brasil desde de 2011, é o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de hospedagem (SBClass), que adota o sistema de estrelas para classificação com adesão voluntária, sendo necessário possuir apenas o CADASTUR – Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Ministério do Turismo, 2011).

Os hotéis podem ser classificados de diversas maneiras tais como: auto classificados, classificação privada, classificação oficial, classificação por marcas, classificação por preços, classificação por função, classificação por localidade (CASTELLI, 2006). Os hotéis na cidade de Campo Mourão-PR (onde o presente estudo foi realizado) por exemplo, são classificados como hotéis de negócios, recebendo viajantes a trabalho em grande parte.

É importante salientar que o ambiente de trabalho (independente de como os hotéis se classificam) em que os colaboradores atuam, precisam oferecer condições adequadas de trabalho. As condições de trabalho incluem aspectos físicos e sociais (POWERS; BARROWS, 2004). Um dos fatores que afetam a produtividade do

trabalho, principalmente na hotelaria, é a Qualidade de Vida no Trabalho (QVT). O trabalho na hotelaria será mais produtivo, eficiente e rentável quando o ambiente organizacional proporcionar uma boa qualidade de vida no trabalho (FATIMA et al., 2016).

Na atmosfera hoteleira, colaboradores da recepção em vários casos são negligenciados sofrendo dificuldades e constrangimentos, sendo mais penalizados com diversas funções e passam a maior parte do tempo em pé sofrendo riscos biomecânicos, os estudos geralmente olham na direção de funções que se submetem às cargas físicas. Fatores como ambientes ruidosos, mal iluminados, falta de treinamento, serviços como internet instável, software de gerenciamento instável ou burocrático, impressoras defeituosas, chamadas durante atendimento pessoal, falta de dinheiro em caixa para troco, podem dificultar os atendimentos gerando insatisfação no colaborador tirando a autonomia do mesmo (GOMES; AMARAL, 2020).

Ainda dentro da recepção, outro fator que precisa de revisão é quanto ao mobiliário, o uso de uma cadeira por parte da funcionária de *front-office* já aumenta consideravelmente o conforto, instalação de cortinas em estabelecimentos com muita iluminação solar deixando dentro dos padrões aceitáveis, é necessário para futuro e melhora da qualidade de vida no trabalho dentro dos hotéis considerar estes fatores como importantes a saúde e segurança no trabalho (GOMES; AMARAL, 2020).

Não é incomum ver colaboradores do setor hoteleiro realizando multifunções, camareiras por exemplo possuem quatro funções e sendo remuneradas apenas por uma das funções atribuídas, a alta rotatividade desse setor e a maneira dos hotéis em cortar gastos a todo custo trazem essas condições negativas/exaustivas (ZYRIANOFF; NETTO 2021). Powers e Barrows (2004) mencionam que muitos colaboradores são motivados a trabalhar de modo árduo para manter o emprego, para obter aumento de salário e/ou ser promovido.

Investir em QVT no que tange às competências do setor de Recursos Humanos interno às organizações, podem ser o diferencial de uma marca. A eficiente gestão estratégica irá proporcionar ao indivíduo e à empresa a possibilidade de atingirem seus objetivos, e de ambos se beneficiarem de uma boa relação empregado e empregador (CARNEIRO, 2018).

METODOLOGIA

Nessa seção são descritos os procedimentos metodológicos que foram utilizados no presente trabalho.

Inicialmente, foi realizada uma pesquisa bibliográfica por trabalhos que tratam do tema proposto, por meio de uma busca no site do Periódicos CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior) com as seguintes palavras-chave: qualidade de vida no trabalho, hotel, hotelaria, com filtros aplicados como acesso aberto, artigos, português. Também foi utilizado como base de dados bibliográficos o site do SPELL (*Scientific Periodicals Electronic Library*), que é um repositório de artigos científicos, e realiza a busca em diversos periódicos nas áreas de Turismo, Administração e Contabilidade.

A pesquisa tem finalidade descritiva, posto que, conforme aponta Gil (2002), esse tipo de pesquisa visa descrever as características de uma população e/ou fenômeno.

Também se caracteriza como pesquisa exploratória, pois tem como objetivo aprimoramento de ideias e de descoberta, que possibilita considerar vários aspectos do alvo de pesquisa, envolvem pesquisa bibliográfica, entrevistas, análises, estudo de caso (GIL, 2002).

A abordagem de pesquisa se caracteriza como predominantemente quantitativa. No que se referem aos dados quantitativos, os mesmos foram gerados a partir dos resultados da coleta de dados. Os dados foram coletados por meio do questionário no formato online via plataforma *Google Forms*, vinculado a um QR code para facilitar o acesso durante sua aplicação. A análise dos dados foi realizada com o auxílio do software Excel, especialmente para gerar os dados quantitativos e os gráficos.

A partir da análise bibliográfica, dimensões e definições de QVT da visão de diversos autores foram definidos como base no artigo trabalho de Swamy, Nanjundeswaraswamy, Rashmi (2015). Para validar as dimensões da QVT, os autores realizaram uma pesquisa com 1.092 funcionários que trabalham em pequenas e médias empresas, por meio de um questionário.

As questões utilizadas no estudo foram adaptadas para o setor hoteleiro, foco desta pesquisa. O formulário é composto por afirmações com a utilização de uma escala *likert* para obter as respostas.

As dimensões operacionais dos fatores observados nesta pesquisa foram:

1. **Ambiente de Trabalho:** O local onde se trabalha, ambiente social e profissional, interações e coordenação entre funcionários. Condições seguras e saudáveis são essenciais para saúde, produtividade e relação positiva. Trabalhadores saudáveis geram alta produtividade, felicidade e valor organizacional. Envolve segurança física e mental.
2. **Cultura e clima organizacional:** A cultura organizacional inclui valores e normas, enquanto o clima envolve o comportamento coletivo das pessoas dentro da organização, ambos influenciados pelas políticas da empresa
3. **Relação e cooperação:** Relação e cooperação envolvem comunicação administrativa com funcionários, decisões, conflitos, trabalho, carreira e relações pessoais que afetam Qualidade de Vida no Trabalho. Aceitação baseada em habilidades, não em características pessoais.
4. **Treinamentos e desenvolvimento:** Treinamento e desenvolvimento visam melhorar o desempenho de pessoas e grupos na organização. A Qualidade de Vida no Trabalho (QVT) é garantida por oportunidades de crescimento e incentivo à performance, com boas condições para aumentar habilidades e competências pessoais.
5. **Compensação e recompensas:** Compensação e recompensas motivam com base em desempenho, competição e metas impulsionam interesses econômicos e levam ao trabalho a satisfação relacionada à remuneração, habilidades e desempenho.
6. **Instalações:** As instalações desempenham um papel crucial ao atingir metas e satisfazer necessidades físicas e emocionais dos funcionários, isso engloba serviços como alimentação, transporte e segurança. Arranjos de trabalho alternativos são valorizados por muitos empregadores para impulsionar a produtividade e moral, como horários flexíveis e ambientes seguros, eliminando ou encurtando deslocamentos.
7. **Satisfação e segurança no trabalho:** Satisfação no trabalho é a visão favorável dos funcionários sobre seu trabalho, influencia, tarefas autônomas, variedade e feedback aumentam a satisfação, estabilidade e segurança no emprego são desejados pelos funcionários e isso melhora a Qualidade de Vida no Trabalho.
8. **Autonomia de trabalho:** Em grupos de trabalho autônomos, os funcionários possuem autonomia decisória. Eles planejam, coordenam e controlam suas próprias

atividades laborais. Isso engloba independência no trabalho e autoridade para acessar informações pertinentes às tarefas.

9. Adequação de recursos: Os recursos devem alinhar-se aos objetivos declarados; do contrário, a equipe não alcançará as metas. Isso leva à insatisfação e menor Qualidade de Vida no Trabalho, a adequação de recursos envolve tempo, equipamentos, informações e suporte necessários para concluir tarefas.

No questionário foi utilizada uma Escala Likert de 7 pontos, sendo 1 para discordo totalmente, 2 para 'discordo em grande parte', 3 para 'discordo parcialmente', 4 para 'não concordo, nem discordo', 5 para 'concordo parcialmente', 6 para 'concordo em grande parte' e 7 para 'concordo totalmente'.

Cada grupo de questões representa uma dimensão investigada. A seguir são apresentadas as dimensões consideradas nesse estudo e os números das questões correspondentes.

1. Ambiente de trabalho – 1, 2, 3, 4
2. Cultura e clima organizacional – 5, 6, 7, 8, 9
3. Relação e cooperação – 10, 11
4. Treinamento e desenvolvimento – 12, 13, 14
5. Remuneração e recompensas – 15, 16, 17
6. Instalações – 18, 19, 20
7. Satisfação e segurança no trabalho – 21, 22, 23, 30
8. Autonomia no trabalho – 24, 25, 26
9. Adequação de recursos – 27, 28, 29

As questões (em forma de afirmações) foram adaptadas para o setor hoteleiro investigado, conforme apresentamos detalhadamente na tabela 1, na seção dos resultados.

A coleta de dados foi realizada nos meses de outubro a dezembro de 2023. Inicialmente foram realizadas visitas nos hotéis para verificar a possibilidade da realização do estudo nos locais, bem como para sanar possíveis dúvidas referentes ao instrumento de coleta de dados e sua aplicação.

Para seleção dos hotéis participantes foi utilizado como critério os estabelecimentos que têm cadastro no site Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur).

Este cadastro é feito de forma gratuita pelas empresas de setor turísticos, mostrando profissionalismo, organização e visibilidade aos prestadores do turismo (PREFEITURA DE SÃO LOURENÇO, 2023)

Ao pesquisar no site do Cadastur – Ministério do Turismo (cadastur.gov.br) selecionamos a opção de “Sou turista”, UF “PR”, LOCAL: “Campo Mourão” Atividade: “Meio de Hospedagem”. Na ocasião a busca resultou em quatro prestadores de serviços de hospedagem na cidade.

Em seguida, foi iniciado o contato direto com os hotéis vinculados ao Cadastur. Para tanto, foram realizados convites formais convidando-os a participarem da pesquisa em questão. Naquele momento, foram explanados os objetivos do estudo, a utilidade da pesquisa e os benefícios da pesquisa para os hotéis. Aceitaram participar do estudo: Hotel Campo Palace, Paraná Palace Hotel e Santa Maria Business Hotel. Houve algumas tentativas de contato (*in locus* e por whatsapp) com o responsável pela gestão do Tonello Business Hotel, mas não houve retorno. Cada meio de hospedagem recebeu um questionário exclusivo para análise individual e posteriormente foi analisado de modo geral para apresentação dos resultados.

RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

O número total de respondentes desta pesquisa foi de 21 colaboradores no total, que realizam turnos matutino, vespertino e noturno, sendo: Equipe Operacional (recepcionistas, camareiras, equipe de restaurante, manutenção): 19 Colaboradores; e Equipe Administrativa (gerente, e setor financeiro): 2 colaboradores.

Com o propósito de manter sigilo quanto às respostas individuais de cada hotel, optou-se por apresentar os resultados em tabela única. Posto que, o objetivo aqui nesse artigo não é fazer um comparativo e sim mostrar um panorama geral sobre a qualidade de vida no trabalho dos colaboradores dos hotéis investigados.

A leitura dos resultados na tabela 1 retrata o questionário aplicado, onde foi definido; DT – Discordo Totalmente, DG – Discordo em Grande Parte, DP – Discordo Parcialmente, NCND – Não Concordo, Nem Discordo, CP – Concordo Parcialmente, CG – Concordo em Grande Parte, CT – Concordo Parcialmente, mostrando a quantidade de respondentes na alternativa e sua porcentagem perante o número total de respondentes.

Tabela 1 – Qualidade de vida no trabalho dos colaboradores dos hotéis participantes

Afirmações	DT	DG	DP	NCND	CP	CG	CT							
1. As condições de trabalho no hotel são boas!	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	4	19,0%	2	9,5%	6	28,6%	7	33,3%
2. O hotel fornece informações suficientes para cumprir minhas responsabilidades	1	4,8%	1	4,8%	1	4,8%	0	0,0%	2	9,5%	5	23,8%	11	52,4%
3. É difícil tirar folga para cuidar de assuntos pessoais ou familiares	7	33,3%	2	9,5%	0	0,0%	1	4,8%	4	19,0%	2	9,5%	5	23,8%
4. O hotel oferece oportunidades suficientes para você desenvolver suas habilidades	2	9,5%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	3	14,3%	6	28,6%	9	42,9%
5. Existe cooperação entre os setores para atingir as metas? Os setores se ajudam dentro do hotel	0	0,0%	1	4,8%	1	4,8%	1	4,8%	1	4,8%	7	33,3%	10	47,6%
6. Você sente orgulho de trabalhar neste hotel	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	2	9,5%	4	19,0%	12	57,1%
7. Você participa das tomadas de decisões sobre sua função	2	9,5%	0	0,0%	0	0,0%	3	14,3%	3	14,3%	4	19,0%	9	42,9%
8. Já sofreu discriminação no trabalho por causa do gênero/raça/cor/religião	12	57,1%	2	9,5%	3	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	2	9,5%
9. A direção do hotel comunica as novas mudanças que ocorre nos procedimentos de suas funções	2	9,5%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	1	4,8%	5	23,8%	12	57,1%
10. Existe um bom relacionamento entre colegas de trabalho	1	4,8%		0,0%		0,0%		0,0%	2	9,5%	6	28,6%	12	57,1%
11. O relacionamento entre gerentes e funcionários é bom	0	0,0%	1	4,8%	0	0,0%	2	9,5%	1	4,8%	4	19,0%	13	61,9%
12. Os treinamentos do hotel ajudam os funcionários a adquirir a habilidade necessária para realizar o trabalho com eficiência	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	3	14,3%	5	23,8%	11	52,4%
13. O hotel oferece treinamentos suficientes para desempenhar o trabalho com competência	0	0,0%	1	4,8%	1	4,8%	1	4,8%	1	4,8%	4	19,0%	13	61,9%
14. Os treinamentos visam melhorar o relacionamento entre os funcionários	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	2	9,5%	2	9,5%	6	28,6%	10	47,6%
15. Recebo um salário adequado e justo pelo trabalho que faço	2	9,5%	0	0,0%	4	19,0%	2	9,5%	3	14,3%	2	9,5%	8	38,1%
16. As promoções são tratadas de forma justa	0	0,0%	2	9,5%	1	4,8%	4	19,0%	1	4,8%	4	19,0%	9	42,9%
17. Os benefícios adicionais fornecidos (Planos de saúde, insalubridade, hora extra, etc) são bons	2	9,50%	3	14,30%	2	9,50%	5	23,80%	2	9,50%	3	14,30%	4	19,00%

Turismo como Experiência: Novos Horizontes

Afirmações:		DT		DG		DP		NCND		CP		CG		CT	
18. Quando faço bem o meu trabalho, sou elogiado e/ou reconhecido pelo meu superior	3	14,3%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	4	19,0%	12	57,1%	
19. Atividades de bem-estar são fornecidas pelo hotel (Ex: Confraternizações, dinâmicas, festas de aniversários)	5	23,8%	1	4,8%	0	0,0%	1	4,8%	1	4,8%	4	19,0%	9	42,9%	
20. As medidas de segurança do seu trabalho adotadas pelo hotel são boas	1	4,8%	1	4,8%	0	0,0%	1	4,8%	0	0,0%	4	19,0%	14	66,7%	
21. Sente-se confortável e satisfeito com seu trabalho	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	5	23,8%	3	14,3%	10	47,6%	
22. Sente-se segura(o) durante o trabalho	2	9,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	3	14,3%	5	23,8%	11	52,4%	
23. Meu salário é justo comparado a uma pessoa que exerce a mesma função em outro hotel	0	0,0%	2	9,5%	0	0,0%	4	19,0%	4	19,0%	2	9,5%	9	42,9%	
24. Consigo usar minhas habilidades durante o trabalho no hotel	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	5	23,8%	5	23,8%	11	52,4%	
25. O hotel permite uma opção de horário mais flexível (turnos, rodízios de horários)	4	19,0%	0	0,0%	1	4,8%	3	14,3%	1	4,8%	5	23,8%	7	33,3%	
26. Meu trabalho no hotel é estressante	4	19,0%	2	9,5%	0	0,0%	3	14,3%	3	14,3%	4	19,0%	5	23,8%	
27. Existem canais definidos para troca de informações (Grupo no WhatsApp, portal online)	1	4,8%	0	0,0%	0	0,0%	1	4,8%	1	4,8%	1	4,8%	17	81,0%	
28. Minha empresa fornece recursos para facilitar meu desempenho (Matérias auxiliares, equipamentos de segurança, uniformes, produtos)	1	4,8%	0	0,0%	1	4,8%	1	4,8%	0	0,0%	5	23,8%	13	61,9%	
29. A comunicação entre os setores do hotel é satisfatória para troca de informações	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	2	9,5%	1	4,8%	5	23,8%	13	61,9%	
30. Tenho estabilidade em meu emprego	0	0,0%	2	9,5%	0	0,0%	5	23,8%	1	4,8%	2	9,5%	11	52,4%	

Fonte: Autores

É importante ressaltar que a análise a seguir foi feita com base nas dimensões que compõem o constructo QVT - Qualidade de Vida no Trabalho, a partir dos dados apresentados na tabela 1.

No que diz respeito à dimensão de 'Ambiente de Trabalho', 73% concordam (em grande parte e totalmente) que as condições de trabalho, fornecimento de informações e oportunidade de desenvolvimento são satisfatórios, no entanto 85% afirmaram que é difícil (em algum grau) tirar folga do trabalho para assuntos pessoais e familiares.

Sobre a dimensão 'Cultura e Clima Organizacional', 81% apontam ter cooperação entre setores, 76% sentem-se orgulhosos de integrar a equipe, 60% alega participar das decisões sobre sua função, 81% recebe comunicados importantes do hotel e 19% apontam já terem sofrido algum tipo de discriminação por gênero/raça/cor/religião, o que é um número relativamente positivo, mas que demonstra a necessidade de atenção a estas questões.

De 81 a 85,7%, sentem ter um bom relacionamento profissional entre colegas e gerentes, este ponto explana que os hotéis da cidade são locais de trabalhos harmoniosos, onde se pode ter um diálogo aberto com a gerencia e menos atritos com os colegas de jornada.

Média de 77,8% dos colaboradores considera os treinamentos dos hotéis validos para desenvolver habilidades, bons relacionamentos e obter mais competência profissional, e 19% preferiram manter uma resposta neutra sobre essas questões.

Na Dimensão 'Remuneração e Recompensas' é que se mostra um cenário mais dividido quando questionados sobre salário justo pela função 47% concordam (em algum grau) que estão satisfeitos enquanto 52,4% se distanciam gradualmente para esquerda (Discordo totalmente) 9,5% discordam receber um salário justo, 19% discorda parcialmente, 9,5% Não concorda nem discorda e 14,3% Concorda parcialmente, nessa dimensão podemos ter uma falha de compensação que pode gerar desmotivação, rotatividade de funcionários, falta de perspectivas e metas, 38% ficam divididos quando questionados sobre as promoções a colaboradores, essa resposta pode ser motivada por alguns funcionários terem maiores a habilidades ou proximidade da gerencia, e 61,9% acreditam que as promoções são tratadas de formas justa e imparcial, os respondentes novamente não foram tão positivos quanto aos benefícios (Plano de saúde, insalubridade, hora extra, etc) de ser hoteleiro em

Campo Mourão-PR apenas 33,3% concordam em grande parte ou totalmente serem bons, e outros 66,7% não concordam (em algum grau) serem bons.

Na Dimensão sobre 'Instalações', 76,2 % alegam ter reconhecimento pelo bom trabalho prestado, e 23,8% discorda totalmente ou concorda parcialmente com essa afirmação, 33,3% dos respondentes discordam (em algum grau) que o hotel forneça atividades de bem-estar de qualquer espécie, e 61,9% concorda que seu hotel forneça atividade de bem-estar tais como, aniversários, dinâmicas de grupo, confraternizações, no quesito de segurança 85% concordam que as medidas tomadas pelos hotéis são boas.

Um percentual de 61,9% se sente confortável no trabalho, 33,3% optaram por afirmações mais neutras (CP, NCND) e 4,8% discorda totalmente desse conforto no ambiente de trabalho, quanto à segurança no expediente 9,5% não se sentem seguros, e 76,2% sentem-se seguros no ambiente profissional, quando questionados se o salário é justo comparado a outros que exercem a mesma função 9,5% discordam em grande parte 38% responderam neutro e 52,4% apontam como justo, na questão sobre estabilidade no emprego 52,4% alegam ter estabilidade e 38,1 sentem inseguros em relação a isto em algum nível.

Em questões sobre a dimensão 'Autonomia no Trabalho' 76,2% acreditam conseguir usar suas habilidades no hotel, em questões de jornada de trabalho flexível apenas 57,1% retrata que é possível troca de turno ou possui rodizio de horários, 42,9% diz que o trabalho é estressante e 57,1% acreditam que o trabalho no hotel não é estressante (concordam em algum grau).

Em quase unanimidade média de 85,7% concordam que tem fluxo de informações sobre o trabalho e o hotel de forma satisfatória, que são fornecidos recursos para facilitar o desempenho dos funcionários em suas funções profissionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo primordial desta pesquisa foi investigar a qualidade de vida no trabalho dos hotéis de Campo Mourão-PR. Por meio dessa pesquisa foi possível identificar aspectos da QVT mencionados anteriormente por autores que foram citados neste artigo, isso incluem: remuneração, estresse e pouca ou nada de

flexibilidade de horário, são os fatores que mais interferem na Qualidade de vida desses respondentes.

Considerando a realidade de cada hotel, entende-se que é possível desenvolver qualidade de vida no trabalho nos meios de hospedagem. Por meio de observação, além dos resultados apresentados, foi possível identificar que um dos hotéis proporciona momentos de *happy hour* com seus funcionários, com o objetivo de lazer, descontração e integração.

Por meio dos resultados, foi possível identificar que existe, na sua maioria, um senso de colaboração mútua entre os funcionários. No que se refere à remuneração, nem todos demonstraram estar satisfeitos, posto que, não consideram receber remuneração justa pelo trabalho. Sem dúvida, como afirmam Powers e Barrows (2004), o salário é uma recompensa financeira, mas também é percebido como forma de reconhecimento social.

Como limitações do estudo, estão: a não participação total dos funcionários dos hotéis investigados; o curto prazo para realização da coleta de dados; e a não adesão à participação de um dos hotéis que estavam dentro do critério de seleção. Entretanto, entendemos que isso apenas limita o estudo, mas não o invalida, tendo em vista os resultados já apresentados anteriormente.

No que se refere à contribuição teórica, acredita-se que o direcionamento do questionário validado adaptado para o setor hoteleiro (especialmente dessa perspectiva), tenha sido um ponto de inovação desse trabalho, já que não foram encontrados outros trabalhos publicados com adaptações desse instrumento de coleta de dados para o referido setor.

Em termos gerenciais, os resultados desse estudo oferecem informações relevantes que poderão contribuir para ampliar e melhorar o planejamento estratégico de recursos humanos dos hotéis e a gestão de pessoas.

Entende-se que a melhoria nas condições do trabalhador também contribui significativamente para o melhor gerenciamento dos recursos humanos das empresas.

Na tentativa de realizar apontamentos futuros, entendemos que novas pesquisas poderiam utilizar entrevistas em profundidade com um número menor de participantes para identificar aspectos não contemplados nesse estudo. Outros estudos poderiam incluir a investigação da qualidade de vida no trabalho dos colaboradores, a partir da análise da perspectiva dos gestores.

REFERÊNCIAS

Brasil ganha novo sistema de classificação hoteleira, Ministério do Turismo, 2023. Disponível em < <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-ganha-novo-sistema-de-classificacao-hoteleira>> acesso em 10 de dezembro de 2023.

CASTELLI, G. **Gestão hoteleira**. São Paulo: Saraiva, 2006.

CARNEIRO, L. L. **Qualidade de vida no trabalho**. Salvador: UFBA, PRODEP, 2018: il. - (Coleção Gestão de Pessoas com Ênfase em Gestão por Competências)

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, I. **Recursos humanos: o capital humano das organizações**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

HERNANDES, J. C.; MACÊDO, K. B. Prazer e sofrimento no trabalho numa empresa familiar: o caso de um hotel. **Revista Gestão Organizacional**, v. 1, n. 1, p. 7-19, 2008.

FATMA, I. K. A.; KADIR, S. A.; SARIMAN, T.; YULIANA, S. Quality of worklife and labor productivity in the hotel industry. **International Journal of Scientific and Research Publications**, v. 6, n. 9, p. 807-814, 2016.

GOMES, E. S; AMARAL, E. F. Atendentes de hospedagem em hotelaria e a melhora das condições de trabalho, In: **Anais do XX Abergro Congresso Brasileiro de Ergonomia**, 2020.

LIMONGI-FRANÇA, A. C. **Práticas de recursos humanos: conceitos, ferramentas e procedimentos**. São Paulo: Atlas, 2011.

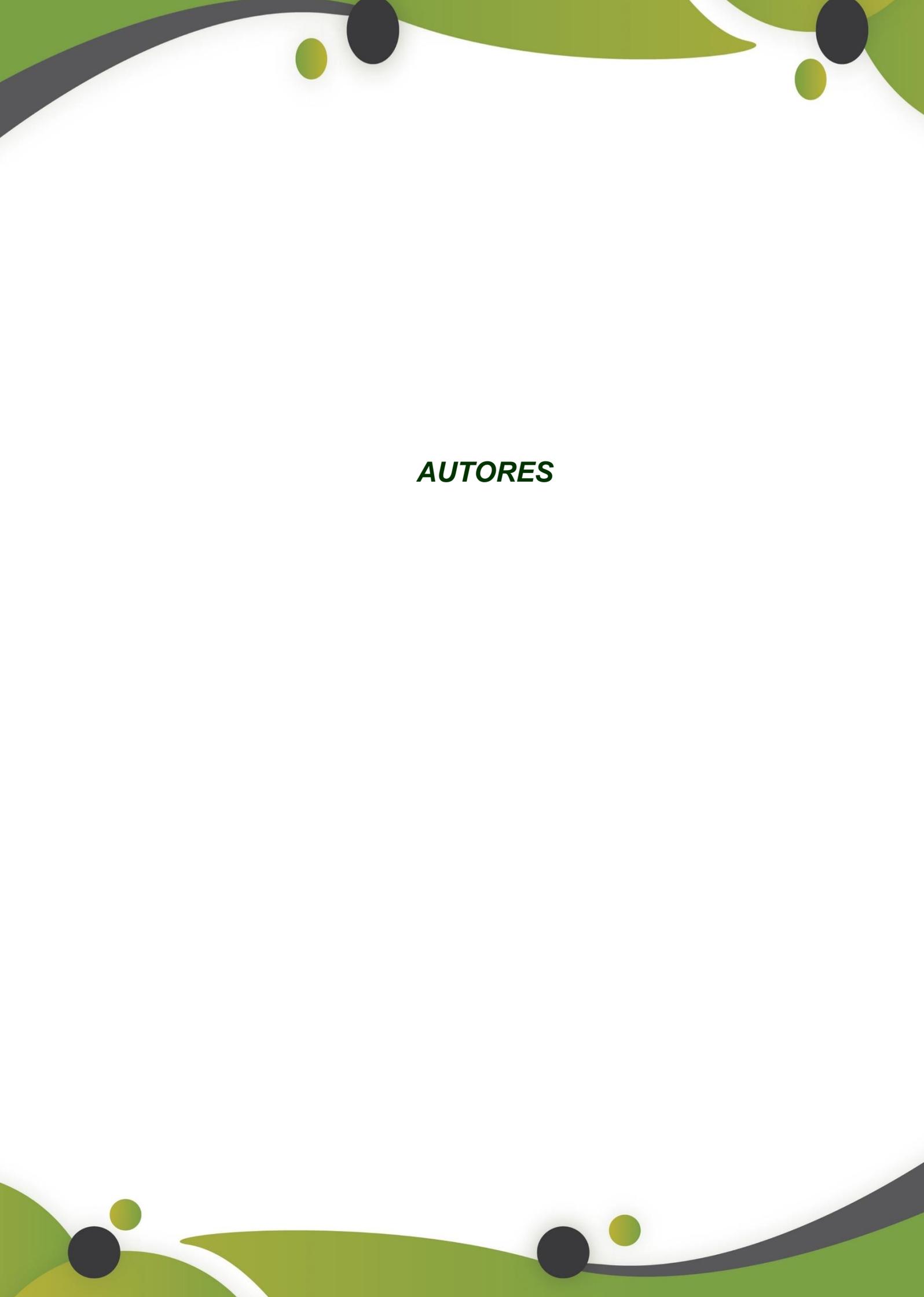
POWERS, T.; BARROWS, C. W. **Administração no setor de hospitalidade: turismo, hotelaria e restaurante**. São Paulo: Atlas, 2004.

Quais os benefícios do CADASTUR para sua Empresa?, Prefeitura De São Lourenço, 2023, Disponível em < [https://www.saolourencodosul.rs.gov.br/portal/noticias/0/3/5739/quais-os-beneficios-do-cadastur-para-sua-empresa#:~:text=O%20Cadastur%20é%20extremamente%20importante,O%20cadaastro%20é%20gratuito.](https://www.saolourencodosul.rs.gov.br/portal/noticias/0/3/5739/quais-os-beneficios-do-cadastur-para-sua-empresa#:~:text=O%20Cadastur%20é%20extremamente%20importante,O%20cadastro%20é%20gratuito.)> Acesso 10 dezembro de 2023

SWAMY, D. R.; NANJUNDESWARASWAMY, T. S.; RASHMI, S. SWAMY, D. R.; NANJUNDESWARASWAMY, T. S.; RASHMI, S. **International Journal of Caring Sciences**, v. 08, n. 2, p. 281-300, 2015.

WALTON, R. E. Quality of working life: what is it? **Sloan Management Review**, v. 15, n. 1, p. 11-21, 1973.

ZYRIANOFF G. C; NETTO A. P. “Tem vez que a gente não consegue nem andar”:
uma análise sobre a qualidade de vida no trabalho das camareiras de hotel. **Revista
de Turismo Contemporâneo**, Natal, v. 10, n. 1, p. 556-579, 2022.



AUTORES

Cristiane Marques de Mello

Doutora em Administração pela Universidade Positivo. Mestre em Administração pela Universidade Estadual de Maringá/UEM. Especialista em Gerenciamento de Micro e Pequenas Empresas pela Universidade Federal de Lavras/UFLA. Especialista em Docência na Educação Superior em Saúde pelo Centro Universitário Integrado. Graduada no curso de Tecnologia em Gastronomia. Graduada em Administração. Professora na Universidade Estadual do Paraná/UNESPAR – Campus de Campo Mourão. Email: mellcris@gmail.com.

Davi Alysson Da Cruz Andrade

Doutor em Turismo - EACH/USP, Professor do Departamento de Turismo e Hotelaria, davi.andrade@ufma.br

Ivan Aguiar Carvalho

Graduando em Turismo, UFOP. Email: ivan.carvalho@aluno.ufop.edu.br

Livinny Larissa Gonçalves da Silva

Graduada em Hotelaria- UFMA e em Administração - Estácio, livinnygoncalves@gmail.com

Luciana Brandão Ferreira

Doutora em Administração das Organizações - FEARP/USP, Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFMA, luciana.brandao@ufma.br.

Marina de Oliveira Gontijo

Graduanda em Turismo, UFOP. Email: marina.og@aluno.ufop.edu.br

Marlon Cristian Lima

Graduado em Turismo pela Universidade Estadual do Paraná/UNESPAR. Email: mclstarmost@gmail.com.

Rodrigo Burkowsk

Doutor em Administração. Professor no curso de Bacharelado em Turismo e no Mestrado em Turismo e Patrimônio da UFOP. Email: burkowski.rodrigo@gmail.com

Solano de Souza Braga

Doutor em Desenvolvimento e Meio Ambiente. Professor no curso de Bacharelado em Turismo e no Mestrado em Turismo e Patrimônio da UFOP. Email: solanobraga@yahoo.com.br



ISBN 978-656009118-4



9 786560 091184

