

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO**

**DARIELE ESTECHE**

**ANÁLISE DA HOSPITALIDADE PONTAGROSSENSE:  
FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DA CANÇÃO**

**PONTA GROSSA  
2011**

**DARIELE ESTECHE**

**ANÁLISE DA HOSPITALIDADE PONTAGROSSE:  
FESTIVAL UNIVERSITÁRIO DA CANÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo na Universidade Estadual de Ponta Grossa.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Dr<sup>a</sup> Rúbia Gisele Tramontin Mascarenhas.

**PONTA GROSSA  
2011**

Dedico ao meu pai, minha mãe, meus irmãos e toda a minha família que esteve presente comigo.

“Nunca se esqueça, nem um segundo que eu tenho o amor maior do mundo. Como é grande o meu amor por você.”

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus pelo dom da vida, a saúde e força que me concedeu para chegar até aqui.

Ao meu Pai, por todos os princípios, por toda educação, todos os ensinamentos, por todos os esforços e investimento para que eu chegasse até aqui e realizasse esse sonho. A conclusão deste trabalho é por você Pai!

A minha mãe, por todos os cuidados, por todos os ensinamentos, pelo exemplo de força, de vida e de mulher guerreira, e pela força quando mais precisei. Este trabalho é pelos teus sacrifícios e orações mãe!

Aos meus irmãos, Daniela e Diego, pela força, carinho e motivação nas vezes em que pensei em desistir, pelos cuidados e pelas brigas para que tudo desse certo.

Aos cunhados Marcelo e Mariangela por sempre estarem presentes na minha vida, dando força e incentivo para sempre seguir em frente.

Aos amigos que estiveram comigo durante os quatro anos de curso, obrigada pela amizade, companheirismo e força quando mais precisei em especial Leda Marília e Lauren Lima, que se mostrarão não apenas amigas, mas sim irmãs, e compartilharão comigo os melhores e piores momentos da minha vida e sempre me deram forças para continuar, obrigada pelo carinho, amizade e diversão.

Aos Professores do Departamento de Turismo, obrigado pelo conhecimento passado durante os quatro anos de curso, pelos momentos de diversão, pelas brigas e principalmente pela força e carinho que tiveram para comigo quando nos meus momentos difíceis. Em especial a Professora Graziela pelo apoio desde a escolha do tema até a conclusão do trabalho

A Professora Orientadora Rúbia, por aceitar ser minha orientadora, por acolher minhas ideias, por criar expectativas sob o meu trabalho. Obrigada pelos ensinamentos, paciência, motivação e força nas vezes em que pensei em desistir

Enfim obrigada a todos os amigos e pessoas que estiveram presentes comigo ao longo desta graduação, e que me deram força e carinho nos momentos mais difíceis não me deixando desistir.

“A vontade de Deus nunca irá me levar  
aonde a graça de Deus não me proteger.”

ESTECHE, Dariele. **Análise da hospitalidade pontagrossense:** Festival Universitário da Canção. 2011. 63 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2011.

## **RESUMO**

A hospitalidade é a base para o desenvolvimento da atividade turística. Não poderá existir uma boa prestação de serviços se não houver uma prática de hospitalidade adequada por parte das pessoas que estão ligadas com o desenvolvimento desta atividade e da comunidade local. Objetivou-se com este estudo verificar se a cidade de Ponta Grossa – PR é hospitaleira quando recebe os visitantes e participantes de eventos. Com relação à metodologia realizou-se um estudo analítico descritivo que utilizou como abordagem o estudo de caso analisando-se o Festival Universitário da Canção – FUC. Este evento que completou em 2011 sua 24<sup>o</sup> realização. Como resultados de pesquisa estão questões teóricas e práticas dentre elas: Depois de efetuar uma leitura crítica de alguns estudos, verifica-se a extrema importância de pesquisas na área da hospitalidade relacionada aos eventos, para verificar se Ponta Grossa é uma comunidade hospitaleira ou não para o turista. O FUC evento que foi utilizado como base para estudo mostrou se a comunidade Pontagrossense se classificou como hospitaleira ou não, confrontando a sua visão com a do turista.

Palavras-chave: Hospitalidade. Turista. Comunidade local. FUC.

## LISTA DE FIGURAS E GRÁFICOS

Figura 1 – Mapa do Paraná .....	24
Gráfico 1 – Sexo dos turistas .....	34
Gráfico 2 – O que é hospitalidade para você? .....	35
Gráfico 3 – Usufruiu dos serviços da cidade? .....	36
Gráfico 4 – Como foi o atendimento? .....	37
Gráfico 5 – Precisou de informações dos moradores? .....	38
Gráfico 6 – Como foi atendido? .....	38
Gráfico 7 – Como avalia a hospitalidade da cidade? .....	39
Gráfico 8 – Considera os moradores Pontagrossenses hospitaleiros? .....	40
Gráfico 9 – Sexo dos moradores .....	44
Gráfico 10 – Considera Ponta Grossa uma cidade turística? .....	45
Gráfico 11 – O que é hospitalidade para você? .....	46
Gráfico 12 – Ponta Grossa é uma cidade hospitaleira? .....	46
Gráfico 13 – Como avalia o atendimento e recepção aos turistas? .....	47
Gráfico 14 – Atendimento e satisfação das pessoas com o nosso atendimento .....	48
Gráfico 15 – Como avalia o atendimento no <i>trade</i> turístico? .....	49



## LISTA DE QUADROS

Questionário para turistas:

Quadro 1 – Sexo - turistas .....	33
Quadro 2 – Qual a cidade de origem? .....	34
Quadro 3 – O que é hospitalidade para você? .....	34
Quadro 4 – Você está hospedado (a) em algum hotel, pousada ou alojamento da cidade? .....	35
Quadro 5 – Como você avalia o atendimento e recepção neste estabelecimento? .....	36
Quadro 6 – Você já usufruiu dos serviços da cidade (bancos, farmácias, lojas, supermercados, etc.)? .....	36
Quadro 7 – Como foi atendido? .....	37
Quadro 8 – Já precisou de alguma informação dos moradores? .....	37
Quadro 9 – Como foi atendido? .....	38
Quadro 10 – Como você avalia a hospitalidade da cidade? .....	39
Quadro 11 – Considera os moradores Pontagrossenses hospitaleiros? .....	40
Quadro 12 – Como ficou conhecendo o Festival Universitário da Canção? .....	40
Quadro 13 – Para a realização do festival o espaço do Cine Teatro Ópera é? .....	41
Quadro 14 – A equipe de organização e atendimento .....	41
Quadro 15 – Técnicos e banda de acompanhamento .....	41
Quadro 16 – Estrutura de alojamento e alimentação .....	42
Quadro 17 – Meios de transporte e deslocamento .....	42
Quadro 18 – Ajuda de custo e premiação .....	42
Quadro 19 – O que você considera como ponto (s) forte (s) do Festival? .....	43
Quadro 20 – O que você considera como ponto (s) fraco (s) do Festival? .....	43
Quadro 21 – Do ponto de vista da organização o que você acredita que deva ser mudado? .....	43

Questionário para moradores:

Quadro 1 – Sexo - moradores .....	44
Quadro 2 – Você considera Ponta Grossa uma cidade turística? .....	45
Quadro 3 – O que é hospitalidade para você? .....	45
Quadro 4 – Considera ponta grossa uma cidade hospitaleira? .....	46
Quadro 5 – Como você considera o atendimento e a recepção as pessoas que vêm de outro lugar a nossa cidade? .....	47
Quadro 6 – Se alguém te pedir informações na rua você .....	48
Quadro 7 – Você concorda que as pessoas que vêm até a nossa cidade, saem daqui satisfeitas com o nosso atendimento? .....	48
Quadro 8 – Como você avalia o atendimento nas lojas, bancos, farmácias, posto de combustíveis, entre outros? .....	49
Quadro 9 – Como você avalia os meios de transportes e deslocamento? .....	49
Quadro 10 – Desde quando você acompanha o FUC? .....	50
Quadro 11 – Residentes de Ponta Grossa? Qual bairro/região? .....	50
Quadro 12– De outra cidade? Qual? .....	51
Quadro 13 – Como você avalia a qualidade dos concorrentes do FUC? .....	51
Quadro 14 – A divulgação do festival é? .....	51
Quadro 15 – Considera como ponto forte a cidade ter um evento como o FUC? ....	52
Quadro 16 – Sugestão ao Festival .....	52

## **LISTA DE SIGLAS**

ADM	Congresso Internacional de Administração
DAC	Divisão de Assuntos Culturais
DCE	Diretório Central dos Estudantes
FENATA	Festival Nacional de Teatro
FUC	Festival Universitário da Canção
MPB	Música Popular Brasileira
PROEX	Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais
UEPG	Universidade Estadual de Ponta Grossa

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	13
<b>CAPÍTULO 1 – ENTENDENDO A HOSPITALIDADE</b> .....	15
1.1 Hospitalidade francesa e hospitalidade americana .....	17
1.2 Tipos de hospitalidade .....	18
1.3 Os cinco sentidos (visão, paladar, audição, olfato e tato) e a hospitalidade .....	19
<b>CAPÍTULO 2 – CENÁRIO DA HOSPITALIDADE NO BRASIL</b> .....	22
2.1 Hospitalidade nos Campos Gerais – Ponta Grossa .....	23
<b>CAPÍTULO 3 – HOSPITALIDADE E EVENTOS</b> .....	26
3.1 Festival Universitário da Canção (FUC) .....	27
<b>CAPÍTULO 4 – ANÁLISE DE RESULTADOS</b> .....	33
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	54
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	56
<b>APÊNDICE A – Questionário para turistas</b> .....	57
<b>APÊNDICE B – Questionário para moradores</b> .....	61

## INTRODUÇÃO

A hospitalidade é a base para o desenvolvimento da atividade turística, sem ela não há uma boa prestação de serviço e satisfação por parte dos turistas. Depois de estudos na área da hospitalidade, percebeu-se a importância de realizar estudos na mesma.

O objetivo deste trabalho foi confrontar as visões dos turistas e da comunidade local de Ponta Grossa sobre a hospitalidade da cidade, verificando se os turistas consideram a hospitaleira ou hostil e se a comunidade local se considera hospitaleira. O trabalho foi desenvolvido tendo por base o Festival Universitário da Canção. A escolha do evento para o estudo se deu através de uma pesquisa entre os principais eventos da cidade, o que se adequou melhor as características e objetivo do trabalho foi o FUC, devido as suas características de história e sucesso do seu desenvolvimento ano a ano.

A metodologia de estudo foi analítico descritivo, utilizando como base referencial teórico das áreas de turismo, hospitalidade e eventos. Análise de dados foi de caráter qualitativo. A pesquisa qualitativa foi realizada na ultima edição do FUC, em junho de 2011, foram entrevistados participantes do evento (turistas) e moradores locais (público participante). Os dados coletados foram analisados chegando-se a conclusão dos objetivos propostos pelo trabalho.

O material utilizado para o desenvolvimento do trabalho foi referencial teórico nas áreas de turismo, hospitalidade e eventos, artigos acadêmicos e revistas de hospitalidade.

A escolha pelo tema ocorreu a partir da constatação da carência de pesquisa na área de hospitalidade, principalmente relacionada à cidade de Ponta Grossa.

O trabalho é constituído por quatro capítulos. O primeiro capítulo fala sobre a história da hospitalidade, definições e conceitos.

O segundo capítulo fala sobre a história da hospitalidade no Brasil e nos Campos Gerais até os dias atuais.

O terceiro capítulo foi feito uma contextualização da história dos eventos e seus principais acontecimentos, e a ligação dos mesmos com a hospitalidade, também foi contextualizada a história do Festival Universitário da Canção.

O quarto capítulo foi a análise dos dados obtidos na pesquisa e a conclusão final dos resultados. Na qual se pode concluir os objetivos do trabalho.

## CAPÍTULO 1

### ENTENDENDO A HOSPITALIDADE

Para entender melhor a origem e a história da hospitalidade será feito um breve relato dos principais estudiosos da área e dos acontecimentos de cada época, que contribuirão para o desenvolvimento da hospitalidade nos dias atuais.

São várias as definições existentes para hospitalidade. Para Prado (2005, p. 6) hospitalidade é: “virtude daquele que recebe em sua casa com vontade, agrado e acolhimento”. Já para Gouiran (1994 apud AVENA, 2003, p. 187) hospitalidade trata-se de:

um ato voluntário que introduz um recém-chegado ou um estranho em uma comunidade ou um território, que o transforma em membro desta comunidade ou em habitante legítimo deste território e que, a este título, autoriza a beneficiar-se de todas ou parte das prerrogativas que se relacionam com o seu novo status, definitivo ou provisório.

Para ambos os autores hospitalidade é acolher e receber bem alguém que vem de fora, tratá-lo da melhor maneira possível e oferecer a eles os melhores produtos e serviços, com simpatia e eficiência.

Sua origem vem do latim *hospitalitate* e significa o ato de hospedar; de ser hospitaleiro; qualidade de quem é hospitaleiro;

Grinover (2002, p. 26) relata a origem da hospitalidade como:

vale assinalar que a palavra hospitalidade tal como ela é usada hoje teria aparecido pela primeira vez na Europa, provavelmente no início do séc. XIII, calcada na palavra latina *Hospitalis*. Ela designava a hospedagem gratuita e a atitude caridosa oferecidas aos indigentes e dos viajantes acolhidos nos conventos, hospícios e hospitais.

A hospitalidade é um termo antigo, uma atitude singela que existe desde a antiguidade, nada mais é do que o ato de atender e tratar bem as pessoas que vem de fora.

Segundo Walker (2002, p. 4), o termo hospitalidade “[...] é tão antigo quanto à própria civilização [...]”. A noção de hospitalidade provém da palavra latina *hospitalitastis* que significa o ato de acolher; hospedar; recepção; tratamento cortês; gentileza.

A hospitalidade compreende a:

prestação, gratuita ou não, de serviços obtidos normalmente por uma pessoa em seu próprio lar, mas que, por possuí-lo ou por estar dele ausente, temporariamente, não os têm a sua disposição. Basicamente, abrange leito e/ou alimentação. Quando oferecidas acomodações para repouso ou descanso, caracteriza-se a hospedagem, quer seja ou não acompanhada de refeições. Ao se oferecer apenas as refeições existirá hospitalidade, mas não hospedagem. (WALKER, 2002, p. 4).

Tomando como base estas definições entende-se que hospitalidade significa receber bem alguém de fora, tratá-lo de forma educada e proporcionar a ele as melhores coisas que se tem a oferecer.

Em Turismo, o conceito de hospitalidade não difere dos acima citados, pois é justamente através da região turística que será desenvolvida a hospitalidade para com as pessoas que chegam à determinada comunidade.

Grinover (2002, p. 28) mostra que a hospitalidade tem a função de estabelecer relacionamentos entre o visitante e o visitado:

A troca de determinados valores entre visitado e visitante proporciona uma enorme riqueza de conhecimentos, modificando sua visão de mundo e acrescentando valores inconfundíveis ao relacionamento humano. A dimensão dessas mudanças e transformações permite novas configurações sociais e culturais. A influência provocada pelas interações, que ocorrem em localidades de grande vocação turística, refere-se ao modo de vida dos moradores, à expressão lingüística, à gastronomia, aos hábitos de entretenimento. Dessa forma, a viagem, como experiência para o turista, o viajante, pode resultar num momento preciso da construção social da pessoa, da afirmação da individualidade e da socialização.

Antigamente hospitalidade não passava do ato de abrigar e ajudar as pessoas de fora, sem nenhum interesse comercial. Foi com o passar do tempo, o aumento das viagens e as evoluções tecnológicas que a hospitalidade passou a ter o caráter comercial, surgindo assim as verdadeiras hospedarias e hotéis.

Na Grécia e em Roma surgiram às tavernas e estalagens como necessidade de abrigar os viajantes, foi nessa época que surgiu a primeira idéia de hospitalidade. Na Idade Média houve um grande crescimento da hospitalidade, devido ao fato de ter aumentado consideravelmente os números das hospedarias. A Inglaterra se destacou com as pousadas de melhor qualidade, surgem também nesta época os restaurantes, a carruagem passa a ser o meio de transporte mais utilizado na Inglaterra.

Na idade moderna as viagens começam a fazer parte da vida profissional das pessoas. Foi aonde surgiu o *grand tour* e algumas publicações com a finalidade de orientar os viajantes. Nessa época a revolução francesa influenciou a



hospitalidade através da culinária, e a Europa passou a seguir o modelo inglês de hospedagem.

Com a revolução industrial na idade contemporânea e a invenção da máquina a vapor aumentou mais ainda as viagens, Thomas Cook iniciou a comercialização do turismo e a criação do turismo organizado.

A hospitalidade foi marcada pela arte de bem atender, criada por César Ritz. Foi neste século que surgiu o hotel de alto luxo para atender viajantes e pessoas de grande poder aquisitivo. Depois da segunda guerra mundial, aconteceu uma grande evolução na medicina, nos meios de transportes, comunicação, e lazer aumentando a qualidade na hospitalidade.

Foi após 1949 que o turismo passou a ser democratizado, deixando de ser objeto de luxo e começando a acontecer em grandes escalas, surgindo à hotelaria americana com hotéis mais econômicos, a partir disso que o turismo passou a ser visto como uma atividade econômica.

### **1.1 Hospitalidade francesa e hospitalidade americana**

Dentro da hospitalidade existem duas escolas de estudos, a escola francesa e a escola americana. Segundo o autor Luiz Octávio de Lima de Camargo (2000) a escola francesa: se interessa apenas pela hospitalidade doméstica e pela hospitalidade pública e que tem na matriz maussiana do dar- receber- retribuir a sua base, ignorando a hospitalidade comercial.

A escola francesa esta baseada na obra de Marcell Mauss (1974) “Ensaio sobre a dádiva e o dom”, nesta obra Mauss destaca os três deveres da hospitalidade, o dar- receber- retribuir, sem que seja pensado em troca monetária.

E a escola americana: passa ao largo dessa matriz e para qual tudo se passa como se da antiga hospitalidade restasse apenas sua atual versão comercial, calcada no contrato e na troca estabelecidos por agências operadoras, transportadoras e de viagens e por hotéis e restaurantes.

Na escola americana a matriz maussiana é esquecida, e a única visão que se tem nesta escola é a troca monetária e a visão comercial.

O presente trabalho tem como objeto de estudo a escola francesa que visa os três deveres da hospitalidade dar- receber- retribuir. A obra de Marcell Mauss busca mostrar que a hospitalidade já existia antes mesmo de existir o comércio, ou

seja, que todas as pessoas antes de pensar em trocas de valores são hospitaleiras pelo seu natural.

A hospitalidade doméstica age com todos pela sua naturalidade, é natural das pessoas serem receptivas e oferecerem conforto uma as outras. A hospitalidade pública age pelo direito de ir e vir, que procura satisfazer as necessidades de todos os indivíduos da comunidade. Os dois tipos de hospitalidade não estão ligados diretamente a troca monetária, assim como o estudo deseja avaliar em que medida a hospitalidade doméstica e pública satisfaz ou não o turista que vêm até a cidade, e o que a comunidade local pensa sobre a hospitalidade ofertada na cidade.

## 1.2 Tipos de hospitalidade

Luiz Octávio de Lima Camargo (2000) divide a hospitalidade em quatro categorias: doméstica; comercial; pública e virtual.

Hospitalidade doméstica: “o ato de receber em casa é o mais típico da hospitalidade e o que envolve maior complexidade do ponto de vista de ritos e significados.” (CAMARGO, 2000).

Os gestos mostrados nesta hospitalidade são os da recepção e atenção as pessoas que estão sendo recebidas. Estes gestos são particulares de cada lugar e cultura.

Hospitalidade comercial: “na hospitalidade comercial, a hospitalidade propriamente dita acontece após o contrato.” (CAMARGO, 2000). A hospitalidade comercial é a prestação dos serviços oferecidos pelo *trade* turístico.

Hospitalidade pública:

“é a hospitalidade que acontece em decorrência do direito de ir e vir e, em consequência, de ser atendido em suas expectativas de interação humana, podendo ser entendida tanto no cotidiano da vida urbana que privilegia os residentes como na dimensão turística e na dimensão política” (CAMARGO, 2000).

A hospitalidade doméstica e comercial influencia diretamente a hospitalidade pública.

Hospitalidade virtual: “emissor e receptor da mensagem são respectivamente anfitrião e visitante.” (CAMARGO, 2000).

Exemplo: gastronomia eletrônica; sites hospedeiros, jogos e entretenimento, etc.

Dentro destas categorias percebe-se que as mais importantes para o estudo é a categoria doméstica e a pública. A doméstica porque as relações de hospitalidade são muitas vezes seguidas como tradição e costume da família. A hospitalidade pública é a recepção que comunidade local oferece ao turista, é através dela que ele conclui e avalia a hospitalidade da cidade.

### **1.3 Os cinco sentidos (visão, paladar, audição, olfato e tato) e a hospitalidade**

Ao analisar os cinco sentidos junto com a hospitalidade procura-se mostrar que através dos sentidos (visão, paladar, audição, olfato e tato) o turista poderá julgar se a cidade é hospitaleira ou não, mostrando a importância destes sentidos para o julgamento final do turista e a ligação que a mesma tem com economia de experiência e o turismo.

- **Visão:**

A visão é o ato ou efeito de ver, que é percebida pelo órgão da vista, é a visão que deixa o homem em contato com o mundo externo. É através da percepção da visão que o indivíduo consegue distinguir todas as formas e objetos que vê. Segundo Lent (p. 273):

A percepção, entretanto, é o aspecto mais amplo da modalidade visual. Como todas as modalidades sensoriais, a visão também pode se subdividir em submodalidades diferentes, que representam vários aspectos que podemos identificar no mundo externo que reflete ou emite luz. Destacando-se cinco delas: A localização espacial (que nos permite identificar em que posição no campo de visão aparece um determinado objeto que nos interessa), a medida da intensidade da luz (que possibilita estimar o brilho de cada objeto em relação ao ambiente que se encontra), a discriminação das formas (que nos permite diferenciar e reconhecer os objetos segundo os seus contornos), a detecção de movimento (através da qual percebemos que alguns objetos se movem, enquanto outros permanecem parados, e finalmente a visão das cores).

O contato visual é o primeiro contato que turista tem com a cidade, através do mesmo que irá despertar nele a vontade de conhecer ou não a cidade, e de julgar – lá como hospitaleira ou hostil. É com o contato visual que o turista irá criar expectativas sobre o local a ser visitado e a satisfação destas expectativas que dará ao turista a capacidade de julgamento do local. Placas, sinais de identificação de locais e demais fatores que facilitam a locomoção do turista na cidade são considerados como indicadores da hospitalidade visual, Raffestin (apud GRINOVER, 2002) chama estes elementos de “hospitalidade direta”.

Há cidades que oferecem espontaneamente informações que permitem ao estrangeiro se encontrar diretamente sem dificuldades, aquela que faz o dom de uma informação tão abundante quanto possível, aquela que por isso mesmo, procura identificar-se e ser identificada. Isso é o que poderia chamar de “hospitalidade informacional”, oferecidas pelas autoridades políticas e administrativas. Em cidades bem identificadas, o estrangeiro sente-se acolhido, ou seja, bem recebido, ele sabe onde anda, ele encontra o que procura (RAFFESTIN apud GRINOVER, 2002, p. 34).

Conclui-se que através da visão que o turista, cria expectativas para conhecer o local e busca meios para avaliar se as suas expectativas foram atendidas ou não, julgando os elementos como hospitaleiros ou não.

- Paladar:

Associação entre paladar e hospitalidade é de origem arcaica, desde os tempos bíblicos já se fazia a relação entre o servir o outro como elemento fundamental da hospitalidade. Neste sistema a modalidade perceptível é mais individual e pessoal que na modalidade da visão.

Franco (2001), diz que a “alimentação é um componente importantíssimo da hospitalidade, já que atende/satisfaz o consumidor em vários aspectos: de servir como fonte de prazer e de entretenimento.”

Todo o sistema de alimentos e bebidas, o modo como o alimento é preparado, o lugar aonde é servido, o atendimento dos garçons e demais funcionários do estabelecimento, assim como a cultura do local é que irão dar ao turista a percepção de avaliar a hospitalidade através do paladar, saciando suas imaginações e desejos.

- Audição:

Audição é a capacidade que se tem de perceber sons. Como nos demais sentidos a percepção varia de indivíduo para indivíduo. A sonoridade de uma cidade engloba as questões musicais, sons naturais e sons urbanos (como carros, buzinas, construções, etc.). Estes elementos podem interferir na hospitalidade do local, a interferência deles se dá ao tipo de ambiente que o turista procura e o seu nível de percepção aos barulhos.

Neste sentido os indicadores auditivos de hospitalidade são: o modo como a comunidade local se relaciona com os turistas, o tom de voz e palavras utilizadas. Neste sentido o *trade turístico* deve oferecer profissionais capacitados para atender pessoas surdas e mudas, que podem também interferir na hospitalidade do local.

- Olfato:

Olfato percepção de sentir odores, sejam estes agradáveis ou não. Neste sentido a percepção também varia de pessoa para pessoa.

Este sentido está associado à hospitalidade devido ao fato de que certos cheiros trazem boas lembranças, de bons momentos e de lugares agradáveis, como pode acontecer ao contrário. Cabe ao governo municipal cuidar da limpeza da cidade, das redes de esgotos, lixões, etc., para que estes não tragam aos turistas odores ruins.

A percepção dos odores esta associada a boas ou más lembranças e sentimentos, a hospitalidade do local é dita através destas lembranças e sentimentos, odores que proporcionam aos turistas boas e más lembranças.

- Tato:

Tato é percebido pelo contato físico, especialmente os dos dedos, esta ligado também a percepção de temperatura. Aliar o sentido do tato a hospitalidade é um pouco complexo, devido ao fato de que o tato está muitas vezes ligado a cultura e ao tipo de cumprimento utilizado pela comunidade local ao turista, este tipo de cumprimento varia de cultura para cultura e para alguns considerados um gesto hospitaleiro ou hostil.

Como no sentido do olfato o tato também necessita de pessoas capacitadas para atender turistas com deficiência, neste sentido deficiência visual, cabe ao *trade turístico* oferecer serviços cuja descrição esteja em braile para que o turista portador de deficiência possa conhecer e entender o que esta utilizando. Estes detalhes farão com que o turista classifique o local como hospitaleiro ou não através do tato.

Todos os sentidos estão ligados com a economia de experiência, pois de uma forma ou de outro o turista associará os sentidos com alguma emoção já vivida.

## CAPÍTULO 2

### CENÁRIO DA HOSPITALIDADE NO BRASIL

Devido à diversidade da cultura do povo brasileiro e a formação de várias etnias, o brasileiro é considerado com uma hospitalidade única. Esta mistura de cultura tornou o povo brasileiro reconhecido por sua hospitalidade, está no hábito e nos ensinamentos dos brasileiros ser hospitaleiros. É esta hospitalidade que agradam muitos turistas estrangeiros e o fazem retornar ao país.

Devido à grandeza do território brasileiro e a diversidade de povos que aqui estavam, foi que ocorreu a mistura das culturas, dando origem ao brasileiro hospitaleiro.

Aqui, houve o encontro, a intercomunicação e a fusão harmoniosa de tradições diversas de cultura. A cultura europeia se pôs em contato com a indígena, contato amaciado pelo óleo lubrificante da mediação africana. A invasão, escravização e estupro de negras e índias pelos portugueses não foi seca: foram lubrificadas pela doçura africana, pela forte excitação da mulher indígena, pelos presentes e novidades dos brancos, pela adaptabilidade, aclimatabilidade, miscibilidade, plasticidade e falta de orgulho de raça do português. (REIS, 2005, p. 68).

A diversidade cultural foi umas das principais características que fizeram com que o brasileiro torna-se hospitaleiro e que sua hospitalidade fosse reconhecida em todo o mundo, agradando muito os turistas estrangeiros.

*“Um povo irmão, afetivo, espontâneo, cordial, autêntico, alegre, generoso, festeiro e barulhento”*. Esta foi a definição dada por muitos turistas estrangeiros que visitaram o Brasil, a mesma foi debatida durante o 1º Colóquio de Cultura Brasileira da Hospitalidade, iniciativa do Movimento Brasil de Turismo e Cultura, realizado em junho de 2006 durante a segunda edição do Salão de Turismo em São Paulo, empresários do setor hoteleiro estrangeiro que participaram do debate relataram que a cordialidade e o jeito de ser do brasileiro são os nossos diferenciais de receptivo.

Os brasileiros se amam como irmãos, mesmo se são tão diferentes. Há preconceitos, mas não há apartheid. Reina entre os brasileiros um forte espírito de fraternidade. As relações entre negros e brancos sempre foram cordiais, e a solução brasileira para as relações raciais foi a mais inteligente, promissora e humana [...] Há miséria, doença, tristeza, opressão. Mas não se pode deixar de falar de democracia social. (REIS, 2005, p. 80).

A cordialidade brasileira foi realçada por Sérgio Buarque de Holanda como umas das principais características do caráter do povo brasileiro, que é reconhecida por todos que visitam o país, nela esta a hospitalidade, a generosidade e a intimidade:

[...] a contribuição brasileira para a civilização será a de cordialidade – daremos ao mundo o “homem cordial”. A lhaneza no trato, a hospitalidade, a generosidade, virtudes tão gabadas por estrangeiros que nos visitam, representam, com efeito, um traço definido do caráter do brasileiro [...]. (HOLANDA, 1995, p. 146).

Esta cordialidade presente no caráter do brasileiro esta sem seu sangue desde sua geração, ela esta na personalidade do povo. Segundo Avelino (1990, p. 8):

A cordialidade é o resultado direto da materialização da cultura da personalidade na colônia; é somente com o processo de urbanização que a cordialidade, junto com a influência ibérica, começa a enfraquecer-se. Herança ibérica, ruralismo e cordialidade são coisas que andam juntas.

O brasileiro como é herdeiro desta colonização ibérica tem no sangue a cordialidade. A formação multirracial e cultural do povo brasileiro foi que o tornou receptivo e hospitaleiro as demais raças e culturas.

## **2.1 Hospitalidade nos Campos Gerais – Ponta Grossa**

Ponta Grossa está no maior entroncamento rodoferroviário do país, sendo caminho de passagem de muitas pessoas e viajantes. Com uma população de mais de 300.000 habitantes (segundo dados do site da prefeitura) e com uma história de colonização e povoamento muito rica, faz dela uma das maiores cidades do estado.

Figura 1 – Mapa do Paraná



Fonte: Google.

Sua economia está voltada principalmente para agricultura e agropecuária, mas devido ao seu posicionamento geográfico a cidade tem um forte potencial para o turismo de negócios, aventura e eventos que já está em desenvolvimento.

A cidade foi rota dos tropeiros que passavam por aqui para descansar e alimentar o gado, foi assim que iniciou a colonização da cidade e os primeiros indícios de hospitalidade aqui presentes. A colonização de Ponta Grossa é similar ao do Brasil, uma diversidade cultural muito grande, aqui se estabeleceram diversos povos como alemães, poloneses, ucranianos, italianos, russos, sírios e libaneses entre outros, foram os principais povoadores da cidade, cada um com sua cultura e costume. Com a mistura dessa diversificação cultural surgiu o povo Pontagrossense, um povo com uma cultura conservadora, fechado e não muito aberto a novas amizades. Devido ao fato de que as famílias que fundaram a cidade eram de grandes renomes e hoje ainda existem descendentes presentes na cidade, estes sobrenomes ainda são muito importantes para muitas pessoas da cidade, o que acaba dificultando o contato com novas pessoas.

Para analisarmos em que medida o Pontagrossense é hospitaleiro ou hostil faremos uma breve descrição de hospitalidade e hostilidade.



Para Gouirand (1994 apud AVENA, 2003, p. 187) hospitalidade trata-se de:

um ato voluntário que introduz um recém-chegado ou um estranho em uma comunidade ou um território, que o transforma em membro desta comunidade ou em habitante legítimo deste território e que, a este título, autoriza a beneficiar-se de todas ou parte das prerrogativas que se relacionam com o seu novo status, definitivo ou provisório.

Este ato muitas vezes deixa de ser voluntário e passa a ser obrigatório, devido ao fato de que em muitos lugares o turismo a comunidade local sobrevive diretamente do turismo. Esta “autorização” que segundo o autor o anfitrião dá ao turista muitas vezes acaba o atrapalhando, tornando a hospitalidade em hostilidade. Em muitos casos os moradores locais percebem que por mais que os turistas tragam dinheiro para a sua cidade eles acabam atrapalhando e tumultuando o fluxo da sua vida, muitos esquecem a hospitalidade praticada com os turistas e começam a ter aversão pelos mesmos praticando a hostilidade.

Como Ponta Grossa não é uma cidade que sobrevive do turismo, estes casos de aversão muitas vezes não acontecem aqui, mas devido a cultura dos moradores e os princípios seguidos a hostilidade muitas vezes está presente no atendimento e contato com as pessoas que vêm de fora.

O presente estudo busca confrontar a visão do turista com a comunidade Pontagrossense para saber se a mesma é considerada hospitaleira ou hostil perante o turista e perante a visão da própria comunidade.

## CAPÍTULO 3

### HOSPITALIDADE E EVENTOS

Este capítulo irá mostrar a forte relação que hospitalidade tem com eventos, devido ao fato de que o campo de pesquisa do trabalho foi o evento Festival Universitário da Canção um dos principais eventos culturais da cidade. Será também feito um breve relato da origem dos eventos no mundo e dos principais eventos da cidade de Ponta Grossa.

Percebe-se que desde antigamente as pessoas já tinham uma necessidade em realizar eventos como: aniversários, casamentos, bodas, festas, comemorações, entre outras, cada festa e acontecimento tinha seu significado e simbologia. Nestes eventos, por menores que fossem já poderíamos identificar a hospitalidade dos anfitriões para com seus convidados e a preocupação para que tudo ocorresse bem durante a festa.

Segundo Allen et al. (2002):

Os eventos podem engendrar coesão, confiança e auto-estima social. Eis a fonte de seu poder e de sua influência política, e a razão pela qual os eventos sempre irão refletir e interagir com suas circunstâncias políticas e meio ambiente.

Os eventos iniciaram na Grécia em 776 a.C. com a Primeira Olimpíada em honra a Zeus, depois disso as competições esportivas começaram a acontecer periodicamente, os Jogos Píticos eram realizados em Delfos de quatro em quatro anos em homenagem a Apolo, os Jogos Ísmicos eram realizados em Corintio em honra a Poseidon, e os Jogos Nemeus realizados em Neméia em honra a Hércules completavam o ciclo das festas helênicas.

Entre 70 e 80 d.C foi construído o Coliseu (com capacidade para 100 mil espectadores), com o propósito de sediar os grandes eventos.

Com o desenvolvimento e o aumento dos eventos passou a existir a preocupação com a hospitalidade, desde a organização até a sua execução. A hospitalidade e eventos estão interligados, pois o evento pode ser muito bem planejado e organizado, mas se pecar no bom atendimento e simpatia dos organizadores acabará estragando a imagem do mesmo.

O setor de eventos é um dos geradores de recursos do turismo, aliado a hospitalidade é ele quem movimenta todo o *trade turístico* local e colabora com a geração de emprego, movimentação da economia local, aumento da cultura local, entre outros benefícios. A seguir será feita uma breve ligação da localização da cidade com o potencial para o turismo, eventos e a hospitalidade.

Ponta Grossa conta com um potencial muito grande para o desenvolvimento do turismo de eventos. Por estar em uma localização privilegiada à cidade atrai muitas empresas algumas até internacionais, trazendo pessoas que vêm a cidade a negócios. Mas Ponta Grossa também é conhecida como uma cidade universitária, devido ao fato de contar com grandes universidades como: Universidade Estadual de Ponta Grossa, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Centro de Ensino Superior dos Campos Gerais, Faculdade Sant'Ana, Faculdade União, Faculdade Secal e outras particulares, o que atrai para a cidade estudantes de diversos lugares do país, estas instituições de ensino promovem muitos eventos acadêmicos na cidade, muitos deles de caráter internacional, o que movimenta de forma direta e indireta a economia e o *trade turístico* da cidade.

Dentre os principais eventos que acontecem anualmente na cidade estão: ADM (Congresso Internacional de Administração), FUC (Festival Universitário da Canção), FENATA (Festival Nacional de Teatro) e a tradicional festa do chopp escuro – a München Fest. Estes também eram os possíveis eventos para pesquisa do presente trabalho, mas devido à data e ao público o evento escolhido para pesquisa foi de caráter cultural, o Festival Universitário da Canção - FUC devido a sua história de sucesso, e características do evento serem similares às buscadas pelo estudo, o FUC é um dos principais eventos culturais da cidade, que ano a ano surpreende as expectativas de todos com seus participantes e seu público, logo abaixo poderão saber um pouco mais sobre a história deste tão importante evento cultural para a cidade.

### **3.1 Festival Universitário da Canção (FUC)**

Com a importância da história do Festival para o seu desenvolvimento será feito um relato dos principais acontecimentos da história do FUC

Devido à consolidação das indústrias fonográfica e televisiva no final da década de 1970 a música popular brasileira teve seu maior período de crescimento,

tornando-se constante na vida dos habitantes, sendo um veículo de manifestação bastante utilizada.

Com o grande crescimento da música popular brasileira em todo país, em 1980 os membros do Diretório Central dos Estudantes da Universidade Estadual de Ponta Grossa – DCE – UEPG, organizaram o 1º Festival Universitário da Canção – FUC, o evento teve como objetivo promover a música dentro da cidade de Ponta Grossa. A comissão organizadora contou com apoio da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, com intermédio da Secretaria Municipal de Cultura e Esporte. Segundo Fernando Durante todas as edições organizadas pelo DCE, a verba para realização e premiação foi retirada do próprio Diretório, que na época recebia uma porcentagem das mensalidades dos acadêmicos e também eram responsáveis por uma apostilaria que vendia textos datilografados utilizados pelos professores da UEPG, e pela administração do Restaurante Universitário.

A 1º edição do FUC aconteceu nos dias 24, 25 e 26 de abril de 1980 no Auditório da Reitoria da UEPG. Desde a 1º edição já teve grande público, comprovando o sucesso da MPB na época.

O '1º FUC – Festival Universitário da Canção' acontece com enorme sucesso no Auditório da Reitoria da UEPG. Mais de mil pessoas estiveram presentes na abertura desse festival, na última 5ª feira. Porém, vale frisar aqui que, aquele auditório tem capacidade apenas para 400 pessoas. (JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS, 1980).

O FUC viabilizou a orientação, a divulgação e abriu campo de trabalho para novos compositores, e integrou áreas culturais proporcionando o desenvolvimento de artistas no meio.

Além da valorização do cancionário popular brasileiro, o FUC se destaca como um espaço e um incentivo muito importante para os compositores, letristas e intérpretes oferecendo-lhes uma oportunidade de exibirem seus talentos a um público numeroso e entusiasta. (JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS, 1983).

Neste período de ascensão da música popular brasileira, o país ainda sofria os impactos causados pela ditadura militar da década de 1960, e um destes principais impactos era a censura. Os órgãos repressores eram contra as mudanças sociais, impondo regras em nome da justiça, da ordem, e da segurança nacional. Segundo os responsáveis da organização do evento os que não fossem de acordo e correto com a moral e os bons costumes, era suspeito e alvo de perseguição policial.

A música, o teatro e o cinema passaram a ser constantemente vigiados e muitas vezes esta vigilância era uma rotina policial. Instrumentos reguladores, como leis de imprensa e classificações etárias estiveram presentes no cotidiano do país. Assim, não havia repressão a esta censura por parte da sociedade, uma vez que esta considerava tais atitudes normais, e lhes conferiam legitimidade. (CAROCHA, 2006)

Como a música é uma forma de manifestação popular, compositores e artistas em geral foram alvos das perseguições. Devido a censura, as músicas inscritas no FUC deviam ser enviadas, sendo o documento original com duas cópias anexas, sem borrão ou rasura ao Departamento de Polícia Federal Regional do Paraná, que as encaminhavam ao Departamento Federal de Segurança Pública, em Brasília, estas passavam pela avaliação de censura. A avaliação demorava em torno de 30 dias, e se alguma canção fosse desaprovada, estava automaticamente eliminada do festival.

A primeira vez que aconteceu das canções serem vetadas por censura no FUC, foi em 1981 na 2ª edição do evento, duas canções foram eliminadas automaticamente por censura.

Nesta época todos os compositores do país que tiveram suas canções censuradas usaram outros mecanismos para desviar a censura, como figuras de linguagem, metáforas, etc. Mesmo assim muitos artistas foram para exílios fora do país alguns voluntários outros forçados, os artistas que permaneceram no país eram pressionados pelo regime autoritário e pela censura.

A cultura nos anos militares era uma reflexão do confronto dos artistas brasileiros com a realidade do poder no país. Mais do que uns poucos mitos haviam sido destruídos. Grande parte dos artistas e intelectuais do país havia endossado a visão populista, e freqüentemente nacionalista radical, do início da década de 1960, eles se apercebiam, enquanto os generais-presidentes se sucediam, que aquelas visões estavam mortas pelo menos até uma outra geração. (SKIDMORE, p. 242-243).

A repressão do regime militar não impediu as realizações das demais edições do FUC. A 3ª edição foi realizada em 1982, nos dias 20, 21 e 22 de maio, sob a coordenação de João Carlos Fortes.

Na 4ª edição em 1983 o DCE contou com a empresa Propon Publicidade no apoio a realização do evento, esta edição aconteceu nos dias 16, 17 e 18 de junho. Até este ano o evento era voltado para o público universitário.

Em 1984 na 5ª edição, a censura voltou a vetar uma canção do festival. Neste ano o evento aconteceu nos dias 17, 18 e 19 de maio, este ano o evento é transferido para o Cine Teatro Ópera. Com a mudança do local da realização do evento, este deixou de ser somente para o público da UEPG e se estendeu para a massa popular da cidade, no dia da final mais de duas mil pessoas compareceram ao evento.

Mesmo com o sucesso que o evento teve na sua 5ª edição no Cine Teatro Ópera, em 1985 o FUC voltou a ser realizado no Auditório da Reitoria, aonde aconteceu a sua 6ª edição, as eliminatórias aconteceram dias 02 e 03 de maio no Auditório da Reitoria e a final foi dia 04 de maio no Ginásio de Esportes Oscar Pereira. Esta final teve como encerramento o show do cantor Oswaldo Montenegro, realizado com o apoio do departamento de Cultura da Prefeitura Municipal de Ponta Grossa. Segundo Fernando Durante, cerca de 4 mil pessoas participaram da final.

Em 1986 o DCE passou por problemas financeiros, e após a 7ª edição o FUC foi interrompido por oito anos. Nesta primeira fase, o evento era voltado à comunidade universitária Pontagrossense em geral. Mesmo assim havia participantes de outras cidades, mas o evento ainda não possuía a repercussão atual entre os festivais brasileiros.

Em 1995 o FUC volta a ser realizado, sob a coordenação da Pró-Reitoria de Extensão e Assuntos Culturais, através da Divisão Acadêmica de Assuntos Culturais – DAC/UEPG.

A DAC teve como patrocinadores para o evento a Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, o Banco do Estado do Paraná – BANESTADO, a Secretaria de Estado da Cultura, a TV Esplanada canal 7 e o DCE.

A 8ª edição aconteceu nos dias 01,02 e 03 de Junho sob a coordenação do chefe da DAC, Gilberto Zardo, as eliminatórias do festival aconteceram no Auditório da Reitoria da UEPG a final foi realizada no Teatro Municipal, com o show de encerramento de Carlinhos Vergueiro.

A Universidade Estadual de Ponta Grossa e o Diretório Central de Estudantes marcaram ponto positivo ao reativar o Festival Universitário da Canção, um evento que jazia no esquecimento absoluto. [...] O importante foi a tentativa de descobrir novos talentos [...]. (JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS, 1995).

A retomada do Festival Universitário da Canção serviu de exemplo para o órgão responsável pela cultura na cidade de Ponta Grossa. Na época a imprensa

registrou o sucesso do evento e alertou a promoção de festivais e outros eventos culturais na cidade. O então chefe da DAC:

[...] avalia a participação no festival como uma forma de valorizar os valores culturais da região, revelando talentos, além de promover a integração entre a comunidade universitária. (JORNAL DA MANHÃ, 1996).

Em matéria ao Jornal Diário dos Campos de 25 e 26 de junho de 2000:

A tentativa de promover a cultura, através das mais diversas manifestações como pintura, música, teatro, vem sendo desenvolvida pela UEPG desde 1973. [...] No entanto, alguns fatores pesam contra o acesso maior dos ponta-grossenses aos bens culturais oferecidos pela instituição. Entre eles está a falta de divulgação e espaço.

Nas seguintes edições o FUC se estabilizou como antes, passando por melhorias. As eliminatórias aconteciam no Auditório da Reitoria e a final no Teatro Municipal, sempre com show de encerramento que lotava a casa. A cada edição o número de inscrições de participantes de outras cidades e regiões do país aumentavam, mostrando a amplitude da divulgação do festival.

Segundo a comissão organizadora da época o número de inscritos de outras cidades aumentava cada vez mais, e a qualidade das músicas vindas de fora também eram melhores.

A 12ª edição do FUC aconteceu em 1999 nos dias 20, 21 e 22 de maio, o número de inscritos de outras regiões superou o número de inscritos de Ponta Grossa, superando as expectativas da comissão organizadora. Dentre as 29 canções selecionadas 14 eram da cidade e 15 eram de outras cidades, isto mostrou que o evento já tinha conseguido um alcance no cenário de musical do país.

Em 2000, a UEPG passou por um período de greve dos servidores, mas este fato não atrapalhou a realização do 13º FUC, que ocorreu no período da greve nos dias 15, 16 e 17 de junho. Neste ano, a comissão organizadora pensou na possibilidade de transferir o festival, mas o mesmo ficaria muito próximo da data de outro importante evento realizado pela DAC/PROEX o Festival Nacional de Teatro Amador – FENATA.

As participações dos compositores de outras cidades continuaram frequentes ao longo das demais edições. A partir da 14ª edição, os primeiros colocados foram todos de outras regiões.

Na sua 16ª edição, no ano de 2003 foram 128 composições de sete estados brasileiros. Neste mesmo ano, a Divisão de Assuntos Culturais passou a ser dirigido

pelo Professor Cláudio Jorge Guimarães que permanece até hoje na função. O festival começou a ser realizado no Teatro Marista onde era possível atingir um público de até 750 pessoas por noite.

Em 2005 houve algumas modificações no FUC, antes da sua 18ª edição aconteceu o 1º FUC Regional, que tinha como objetivo aumentar a participação da comunidade local na etapa, já que os compositores eram inibidos pelo crescente número de participantes de fora. As melhores canções da etapa regional passavam para as eliminatórias da etapa nacional.

Com a criação da etapa regional, o público passou a ter voz ativa na escolha das canções, e o evento passou a ter o Júri Popular, aonde um determinado número de pessoas plateia avaliavam as canções apresentadas.

Em 2006 ocorreu a finalização da restauração do Cine Teatro Ópera, e o FUC passou a ser realizado neste local com uma capacidade de 700 pessoas por noite, devido à localização central o espaço incentivou mais ainda a participação da comunidade nos dias de apresentação. Desde então, o FUC se consolidou ainda mais como um evento cultural importante para a cidade de Ponta Grossa.

Nos seus shows de encerramento o evento já contou com importantíssimos nomes e compositores da música nacional, como: Carlinho Vergueiro, Cida Moreira, Quarteto Vocal Boca Livre, Kleiton e Kledir, MPB4, o trio Sá, Rodrix e Guarabyra e Oswaldo Montenegro.

A 24ª edição do FUC aconteceu nos dias 15 a 18 de junho deste ano, ano a ano vem superando as expectativas da comissão organizadora. Neste ano foram 21 inscrições na etapa regional, 120 inscrições na etapa nacional. E o festival contou com um público de 1810 pessoas, sendo que 1250 participaram somente da etapa nacional.

Com sua história de desenvolvimento e crescimento, o FUC tornou-se muito importante para a cultura local da cidade, estimulando muitos moradores a participarem do evento. Como o FUC atrai muitos participantes de todos os locais do país um grande público local, percebeu-se que o evento era o mais propício para avaliar a hospitalidade da cidade, verificando a visão do turista e da comunidade local.



## CAPÍTULO 4

### ANÁLISE DE RESULTADOS

Depois de perceber a carência da cidade em estudos sobre hospitalidade decidi realizar uma pesquisa na área para confirmar se o que os moradores locais falam é a mesma coisa que o turista pensa sobre a hospitalidade da cidade.

A metodologia utilizada para desenvolvimento do trabalho foi analítico descritivo, utilizando como base referencial teórico das áreas de turismo, hospitalidade e eventos. Análise de dados foi de caráter qualitativo, a escolha desta metodologia se deu através da leitura de livros da área, chegando à conclusão que seria melhor para o trabalho qualificar as opiniões do que quantificá-las.

Na última edição do evento que aconteceu entre os dias 15 e 18 de junho de 2011, foi realizado uma pesquisa para coletar a opinião dos participantes e do público local sobre a hospitalidade, atendimento, facilidade de locomoção na cidade, espaço físico do teatro, premiação entre outros, foram aplicados 02 questionários, o primeiro para os participantes do evento (turistas) e o segundo para o público local participante.

No primeiro questionário foram entrevistadas 47 pessoas, das quais 31 eram de outras cidades do país e 19 eram residentes ou não responderam, foram considerados somente os questionários dos entrevistados que se classificaram como de outra cidade. Foram aplicadas 21 perguntas que buscavam saber a opinião dos participantes sobre a hospitalidade Pontagrossense e sobre o que achavam do festival.

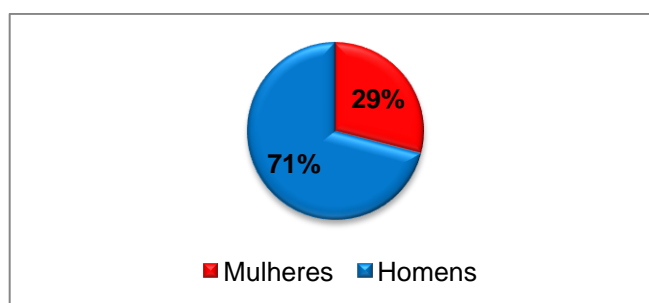
No segundo questionário foram entrevistadas 27 pessoas, das quais apenas uma era de outra cidade, sendo as demais todas residentes de Ponta Grossa. Foram questionadas 16 perguntas ao público participante buscando saber sua opinião sobre a hospitalidade, turismo local e sobre o que achavam do festival.

Questionário para turistas:

1) Sexo:

Feminino	09
Masculino	22

Gráfico 1 – Sexo dos turistas



Fonte: A autora.

Na primeira pergunta procurou-se saber o sexo dos participantes, sendo que dos 31 entrevistados apenas 09 eram mulheres e 22 homens, com estes dados conclui-se que os participantes masculinos predominam no festival.

2) Qual a cidade de origem?

Não Residentes	31
----------------	----

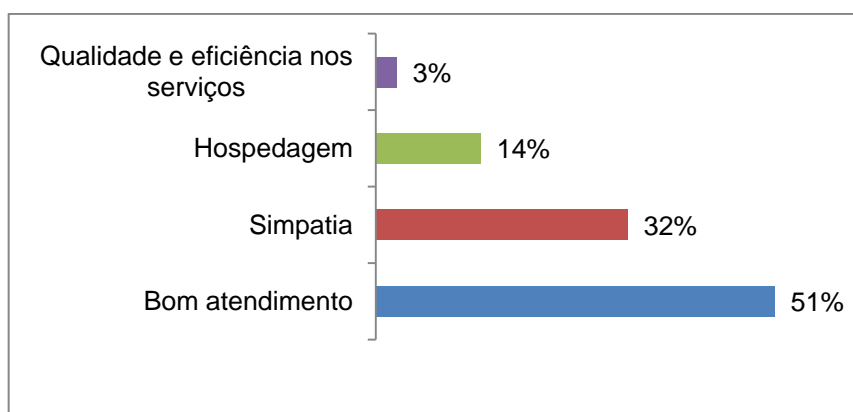
Foram considerados apenas os questionários dos que se classificaram como não residentes, os demais questionários serão utilizados em um momento futuro para outro estudo.

As cidades de origem dos participantes eram: Bauru (SP), Campo Mourão (PR), Foz do Iguaçu (PR), Conselheiro Mairinck (PR), Guapirama (PR), Campinas (SP), Vitória (ES), Joaquim Távora (PR), Poços de Caldas (MG), Uberaba (MG), Macapá (AM), Belo Horizonte (MG), Rio de Janeiro (RJ), Cachoeira do Sul (RS), Araguari (MG), Curitiba (PR) e Santo André (SP), estas informações confirmam a importância e o reconhecimento que o evento tem no âmbito nacional, mesmo com uma grande repercussão nacional a maioria dos participantes são do próprio estado.

3) O que é hospitalidade para você?

Atender bem	19
Hospedar	05
Oferecer serviços com qualidade e eficiência	07
Ser simpático	12

Gráfico 2 – O que é hospitalidade para você?



Fonte: A autora.

Analisando os itens mais relevantes que foram atender bem e ser simpático comprovamos umas das definições utilizadas no trabalho sobre hospitalidade: a noção de hospitalidade provém da palavra latina *hospitalitastis* que significa o ato de acolher; hospedar; recepção; tratamento cortês; gentileza. Esta definição se aplica a prática, e mostra que é isso que as pessoas entendem e pensam sobre hospitalidade.

4) Você está hospedado (a) em algum hotel, pousada ou alojamento da cidade?

Sim	09
Não	22

Para saber se o *trade turístico* é movimentado com o festival, foi indagado se os participantes do evento estavam hospedados em hotéis ou alojamento, dos 31 entrevistados apenas 09 ficaram hospedados em hotéis ou alojamento oferecido pela organização do evento, uma grande parte do restante que respondeu não a questão, estava em alojamento, mas não a classificou por não ter opção. Estes dados mostram que apesar da repercussão nacional que o festival tem o *trade turístico* da cidade, principalmente a rede hoteleira é pouco movimentada com o festival.

5) Como você avalia a recepção e o atendimento neste estabelecimento?

Ótimo	16
Bom	09
Não responderam	06

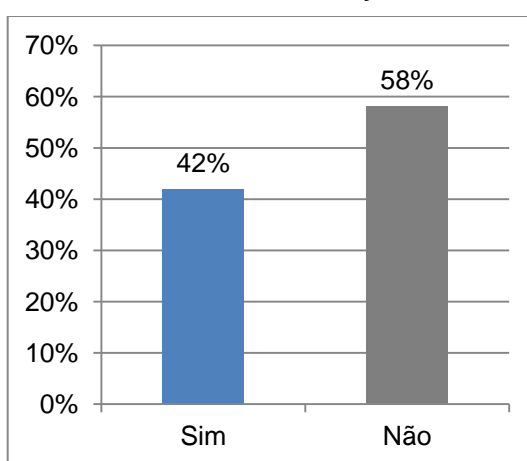
Começamos por esta questão a analisar a hospitalidade da cidade, nesta perguntado foi questionado aos que estavam hospedados em hotéis ou que tiveram algum contato com o *trade turístico* da cidade como eles foram recebidos, a grande maioria dos entrevistados classificaram o atendimento como ótimo ou bom, entrevistados não opinaram, e as opções ruim e péssimo não tiveram classificação.

Com os dados levantados nesta questão e na questão 03 pode-se concluir que a grande parte dos entrevistados recebeu um atendimento satisfatório para classificá-lo como bom e ótimo.

6) Você já usufruiu de outros serviços da cidade (bancos, farmácias, supermercados, lojas, etc.)?

Sim	13
Não	18

Gráfico 3 – Usfruiu dos serviços da cidade?



Fonte: A autora.

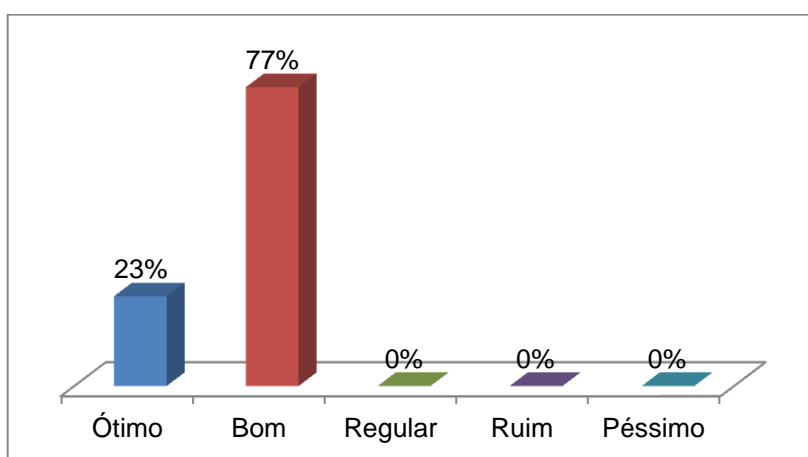
Para analisarmos a qualidade do atendimento oferecido pelo *trade turístico*, perguntamos aos entrevistados se eles utilizaram os serviços oferecidos pela cidade, como lojas, bancos, farmácias, postos de combustíveis, entre outros. Um total de 13 entrevistados disse que utilizou os serviços e 18 entrevistados que não.

Ou seja, a maioria dos entrevistados não teve contato direto com o *trade turístico* local, unindo este dado com o dado da questão 04 conclui-se que tanto a rede hoteleira como o *trade turístico* não é movimentada pelo festival.

#### 7) Como foi atendido?

Ótimo	03
Bom	10
Não responderam	18

Gráfico 4 – Como foi o atendimento?



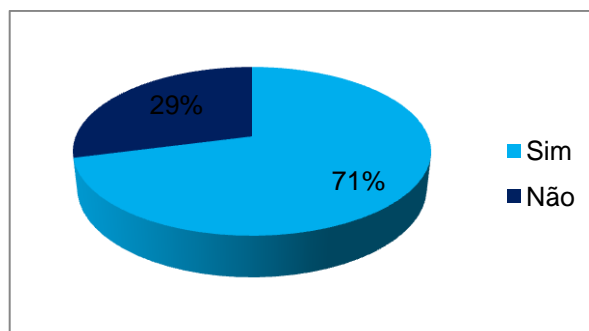
Fonte: A autora.

Com base nos dados da questão anterior foi perguntado aos entrevistados como eles avaliam o atendimento que receberam dos serviços utilizados na cidade. Apenas 03 entrevistados classificaram o atendimento como ótimo, 10 entrevistados avaliaram como bom e 18 não avaliaram, as opções ruim e péssimo não foram classificados. Estes dados mostram que o atendimento do *trade turístico* da cidade precisa ser melhorado, para garantir maior satisfação dos turistas, pois é através do atendimento que ele levará a imagem da cidade, associando-a sempre a sua economia de experiência.

#### 8) Já precisou de alguma informação de moradores?

Sim	22
Não	09

Gráfico 5 – Precisou de informações dos moradores?



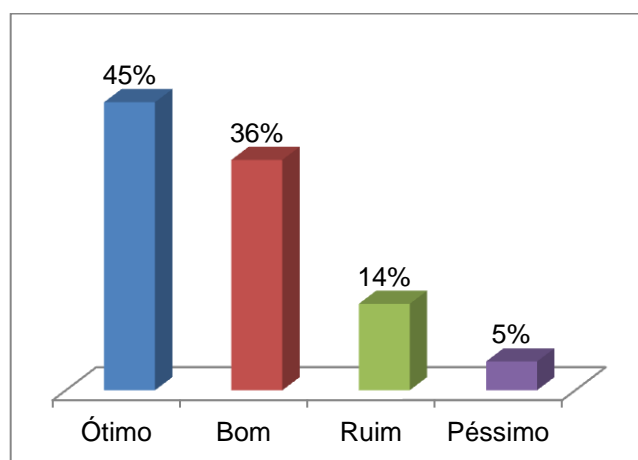
Fonte: A autora.

Para analisarmos o atendimento que os moradores têm para com os turistas, foi perguntado se durante sua estada em Ponta Grossa ele precisaram de informações dos moradores. A maioria dos entrevistados somando um total de 22 disse que precisaram de informações dos moradores, apenas 09 entrevistados disseram que não.

#### 9) Como foi atendido?

Ótimo	10
Bom	08
Ruim	03
Péssimo	01
Não responderam	09

Gráfico 6 – Como foi atendido?



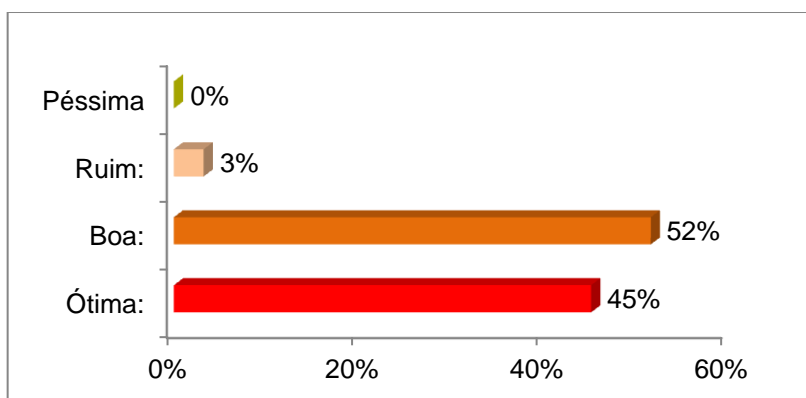
Fonte: A autora.

Dentre os entrevistados que responderam sim a questão acima, foi perguntado como eles avaliam a recepção e o atendimento que tiveram pelos moradores. Dos entrevistados 10 avaliaram como ótimo 08 como bom, 03 entrevistados como ruim e apenas 01 como péssimo, 09 entrevistados não responderam. Estas informações mostram que apesar de todas as características que o povo Pontagrossense possui devido a sua formação cultural, ele se mostra um povo educado e prestativo as pessoas de fora, mas seu atendimento assim como os dados da questão 07 deve ser melhorado.

#### 10) Como você avalia a hospitalidade da cidade?

Ótima	14
Boa	16
Ruim	01

Gráfico 7 – Como avalia a hospitalidade da cidade?



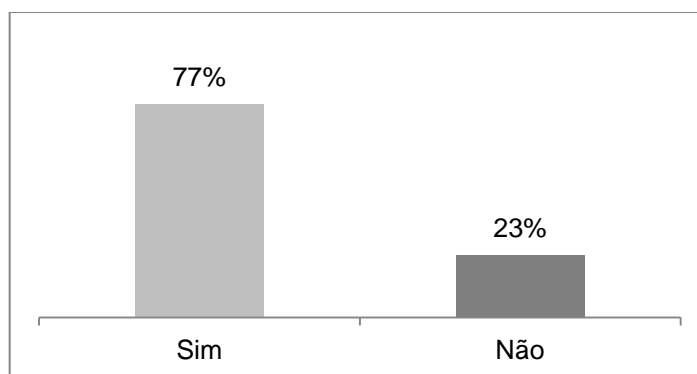
Fonte: A autora.

Para sabermos como os turistas avaliam a hospitalidade da cidade foram apresentados algumas opções. Dentre as opções sugeridas, 14 entrevistados avaliaram a hospitalidade da cidade como ótima 16 como bom e apenas 01 entrevistado como ruim, a opção péssimo não teve classificação. Unindo os dados que obtivemos na questão 03 conclui-se que os turistas encontraram o que entendem por hospitalidade na cidade, e apesar de todas as falhas ocorridas no atendimento, os entrevistados ficaram satisfeitos com o atendimento e classificaram a cidade como hospitaleira.

11) Considera os moradores Pontagrossenses hospitaleiros?

Sim	24
Não	07

Gráfico 8 – Considera os moradores Pontagrossenses hospitaleiros?



Fonte: A autora.

Para concluirmos as questões sobre hospitalidade tomando como base os dados da questão anterior foi perguntado aos entrevistados se o contato que eles tiveram com os moradores puderam classificar os mesmo como hospitaleiros ou não. Dos entrevistados 24 classificaram os moradores como hospitaleiros e apenas 07 como não.

Como estes dados e os dados da questão anterior, podemos concluir um dos objetivos do presente estudo que com toda a diversidade cultural, características e fama que a cidade possui o turista classificam-na como hospitaleira, muitas vezes superando expectativas no atendimento e acolhimento.

As questões abaixo são para avaliação do Festival Universitário da Canção.

12) Como ficou conhecendo o Festival Universitário da Canção?

Internet	18
Amigos	10
Outros	03

Com o intuito de saber como os participantes tomam conhecimento do festival, foi sugerido algumas opções pelas quais o festival é divulgado. Dentre as opções 18 entrevistados ficaram conhecendo o festival pela internet, 10 entrevistados pelos amigos e apenas 03 por outros meios, a opção imprensa não



teve classificação. A internet foi o meio mais forte de divulgação e conhecimento do evento.

13) Para a realização do festival o espaço do teatro do Cine Teatro Ópera é:

Ótimo	30
Bom	01

Devido a tantas mudanças que aconteceram no decorrer da história do festival, principalmente as mudanças com o local de apresentação buscaram-se saber nesta questão se os participantes estão satisfeitos com o Cine Teatro Ópera, 30 participantes consideram-se o espaço como ótimo e adequado para a realização do festival.

14) A equipe de organização e atendimento:

Ótimo	30
Bom	01

A respeito da equipe de organização e atendimento do festival, 30 entrevistados a classificaram como ótima, 01 entrevistado como boa, as opções ruim, regular e péssimo não tiveram classificação, chega-se a conclusão que a equipe de organização e atendimento do festival é totalmente organizada e capacitada tanto para atender os participantes como o público espectador.

15) Técnicos e banda de acompanhamento:

Ótimo	21
Bom	10

Os entrevistados avaliaram os técnicos e a banda que os acompanharam durante todo o festival como ótimos, 21 entrevistados classificaram como ótimo 10 entrevistados como bom e as opções regular, ruim e péssimo não tiveram classificação. Assim como a equipe de organização e atendimento esta capacitada e organizada para atender bem os participantes, a banda de acompanhamento e os técnicos também estão disponíveis para ajudas durante o festival.

## 16) Estrutura de alojamento e alimentação:

Ótimo	16
Bom	11
Ruim	04

Como a organização oferece alojamento aos participantes vindos de outras regiões do país alojamento, buscou-se saber a opinião dos participantes sobre o mesmo. Dos entrevistados 17 avaliaram o alojamento como ótimo, 09 entrevistados como bom, apenas 04 participantes como regular e 11 não responderam. Como na questão 04 não tinha a opção alojamento, muitos participantes que ficaram nos alojamentos responderam não a questão 04, os dados da questão 16 explicam porque a rede hoteleira da cidade não é movimentada com o festival, devido à qualidade e satisfação dos alojamentos oferecidos pela organização.

## 17) Meios de transporte e deslocamento:

Ótimo	16
Bom	09
Ruim	01
Não responderam	05

Sobre os meios de transportes e deslocamento utilizados na cidade, 16 entrevistados avaliaram os meios de transportes como ótimo, 09 entrevistados como bom, 01 classificou os mesmos como ruim e 05 não responderam.

## 18) Ajuda de custo e premiação:

Ótimo	04
Bom	19
Ruim	08

Em relação à ajuda de custo e a premiação que o festival oferece aos participantes, 04 entrevistados a classificaram como ótimo, 19 entrevistados como bom, 08 a classificaram como ruim isso comprova que a grande partes dos participantes estão satisfeitos com a ajuda de custo ofertada pelo festival.

19) O que você considera como ponto (s) forte (s) do Festival?

Premiação e valorização da cultura	02
Organização	07
Diversidade cultural	02
Qualidade dos participantes	05
Conhecimento	01
Receptividade	01
Tradição do evento	01
Divulgação	01
Não responderam	10

20) O que você considera como ponto (s) fraco (s) do festival?

Falta de diversidade	01
Participação das pessoas que ajudaram na composição da música	01
Falta de espaço no palco	01
Alimentação	02
Alojamento	01
Falta de divulgação	01
Não responderam	24

Analisando os pontos fortes e fracos mencionados pelos entrevistados, conclui-se que os pontos fortes superam os fracos, e as principais características do evento percebidas pelos participantes são a organização, valorização da cultura, diversidade cultural e a qualidade dos participantes. São estes pontos fortes que fazem com que o festival cresça ano a ano, aumentando cada vez mais seu público e seu reconhecimento nacional.

21) Do ponto de vista da organização, o que você acredita que deva ser mudado?

Divulgação	01
Estrutura	03
Maior participação regional	01
Ajuda de custo melhor	03
Não responderam	23

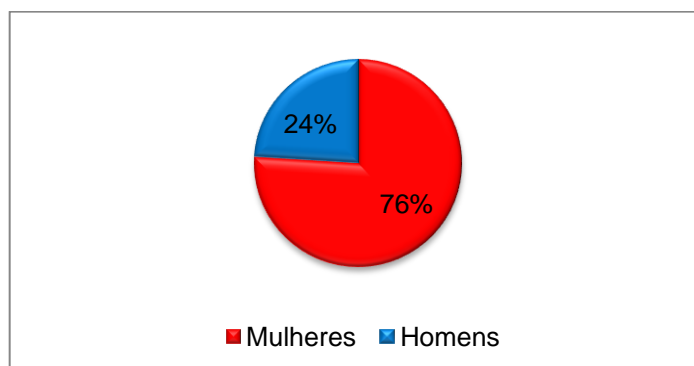
No questionário aplicado aos participantes pode-se perceber através dos dados coletados que os mesmos classificam a cidade e seus moradores como hospitaleiros, mas que o atendimento do *trade turístico* local poderia ser melhorado, e que o festival não movimentava a rede hoteleira e o *trade turístico* da cidade, com relação às perguntas para avaliação do evento pode-se concluir que a maioria dos participantes de outras regiões do país conhece o festival através da internet, e que o espaço de realização do evento, equipe de organização, banda de acompanhamento entre outros, deixam os participantes satisfeitos, mas alguns detalhes como alojamento e premiação podem ser melhorados.

Questionário para moradores:

1) Sexo:

Feminino	19
Masculino	08

Gráfico 9 – Sexo dos moradores



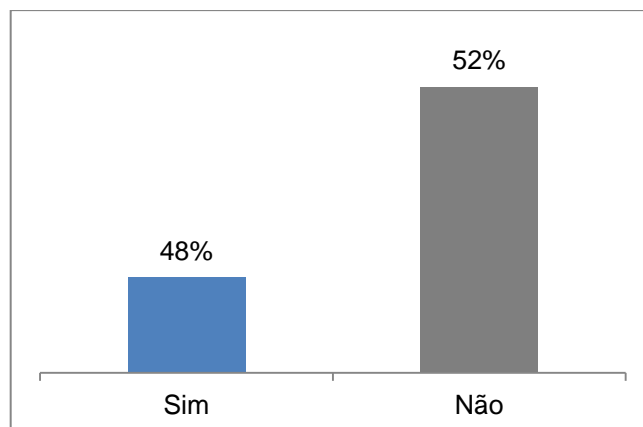
Fonte: A autora.

Na questão acima se buscou saber o sexo do público do FUC, dos 27 entrevistados 19 eram mulheres e apenas 08 homens. Comparando com os dados da questão 01 do primeiro questionário, pode-se perceber que com o público participante acontece ao contrário, são mais mulheres participantes do que homens.

2) Você considera Ponta Grossa uma cidade turística?

Sim	12
Não	13

Gráfico 10 – Considera Ponta Grossa uma cidade turística?



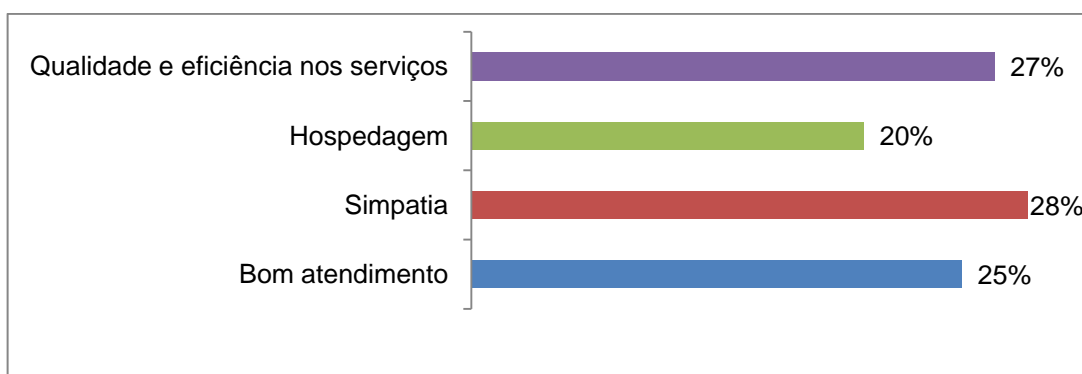
Fonte: A autora.

Muitas pessoas avaliam uma cidade como turística se ela possuir parques, atrativos, etc. Para saber como os moradores vêem a cidade, foi indagado se eles a consideram turística ou não, 12 entrevistas disseram que sim e 13 entrevistados não consideram a cidade como turística. Estes dados tornam-se preocupantes para o desenvolvimento do turismo na cidade, devido ao fato de que os moradores desconhecem o potencial que a mesma tem para o desenvolvimento do turismo rural, de aventura, eventos e de negócios. E que a comunidade local não classifica os atrativos naturais que a cidade possui como atrativos turísticos, podendo despertar alguma forma de turismo dentro destes locais.

### 3) O que é hospitalidade para você?

Atender bem	15
Hospedar	12
Oferecer serviços com qualidade e eficiência	16
Ser simpático	17

Gráfico 11 – O que é hospitalidade para você?



Fonte: A autora.

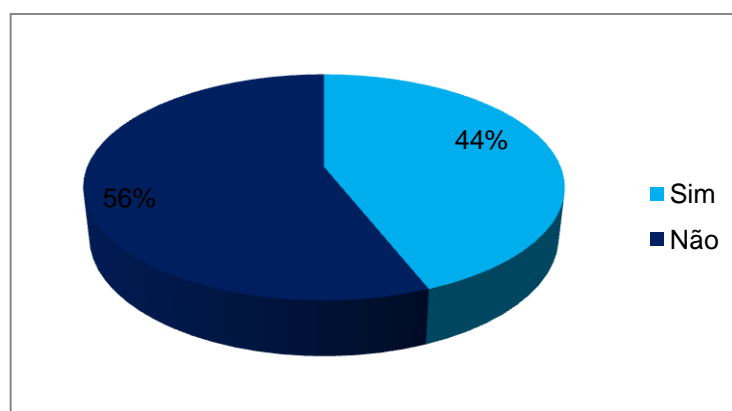
Comparando estes dados com os dados da questão 03 do primeiro questionário pode-se perceber que o morador local tem uma visão diferente da visão do turista, ele classifica hospitalidade como tratar as pessoas com simpatia e educação e oferecer serviços com qualidade e eficiência, deixando o atender bem como uma consequência da simpatia e da qualidade dos serviços.

Estes dados mostram que o Pontagrossense adéqua-se mais com a escola americana do que com a Francesa, pois a escola Americana visa somente o comercial diferentemente da Francesa que é o objeto de estudo do trabalho.

#### 4) Considera Ponta Grossa uma cidade hospitaleira?

Sim	11
Não	14

Gráfico 12 – Ponta Grossa é uma cidade hospitaleira?



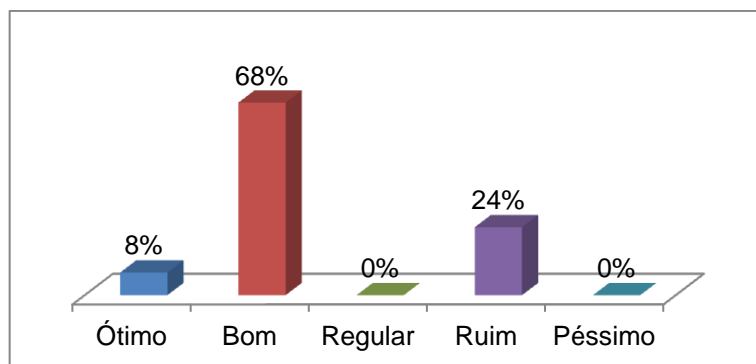
Fonte: A autora.

Continuando as perguntas sobre hospitalidade, foi questionado se os entrevistados consideram Ponta Grossa como uma cidade hospitaleira, 11 entrevistados classificaram como hospitaleira e 14 como não. Estas respostas podem ser confrontadas com as respostas da questão 11 do primeiro questionário, as quais os entrevistados do primeiro questionário classificaram a cidade hospitaleira, já nesta os próprios moradores não a classificam como hospitaleira. Com estes dados concluímos mais um dos objetivos do trabalho, o qual os turistas classificam a cidade como hospitaleira e os próprios moradores locais não.

- 5) Como você considera o atendimento e a recepção as pessoas que vêm de outro lugar a nossa cidade?

Ótimo	02
Bom	17
Ruim	06

Gráfico 13 – Como avalia o atendimento e recepção aos turistas?



Fonte: A autora.

Analisando estes dados com os dados das questões do primeiro questionário, percebemos que as pessoas que vêm de fora saem daqui satisfeitas com o atendimento recebido e muitas vezes surpreendidos, mas dados dos moradores locais mostram que eles possuem outra visão, classificam a maioria do atendimento como bom e algumas vezes como ruim. Isso cabe uma análise futura para saber que medidas podem ser tomadas para que o atendimento no *trade turístico* mude.

6) Se alguém te pedir informações na rua você:

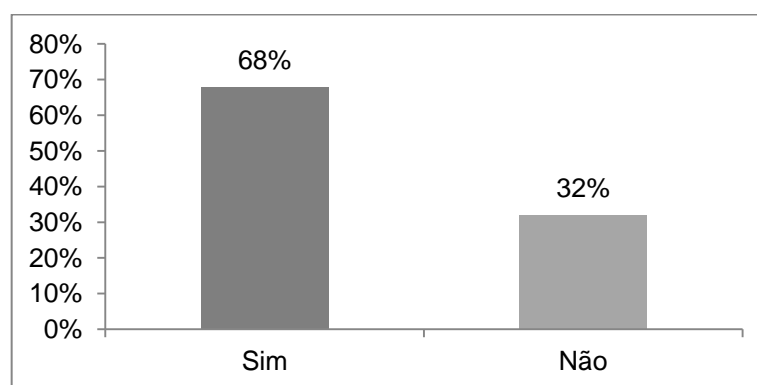
Para e atende	19
Não atende	01
Depende do local	05

Em relação ao atendimento que o entrevistado tem com as pessoas que vêm de fora e com os moradores foi perguntado se alguém para na rua e pedir informação qual atitude tomaria, 19 entrevistas disseram que param e atendem apenas 01 disse que não para, e 05 falaram que param, mas depende do local. Estes dados mostram que os moradores locais tentam ser atenciosos com os demais e com as pessoas que vêm de fora, mas devido aos índices de violência e assalto eles selecionam as pessoas e os lugares para dar informação. Estes dados podem ser comparados com os dados obtidos na questão 07 do primeiro questionário, que devido todas as características culturais da cidade, o povo se mostra educado e prestativo na medida do possível para com os turistas.

7) Você concorda que as pessoas que vêm a nossa cidade saem daqui satisfeitas com o nosso atendimento?

Sim	17
Não	08

Gráfico 14 – Atendimento e satisfação das pessoas com o nosso atendimento



Fonte: A autora.

Sobre o atendimento as pessoas que vêm a nossa cidade buscaram-se saber se os entrevistados concordam que as pessoas saem daqui satisfeitas com o atendimento, 17 entrevistados concordaram que sim e 08 entrevistados que não. Analisando estes dados com os dados das questões do primeiro questionário que

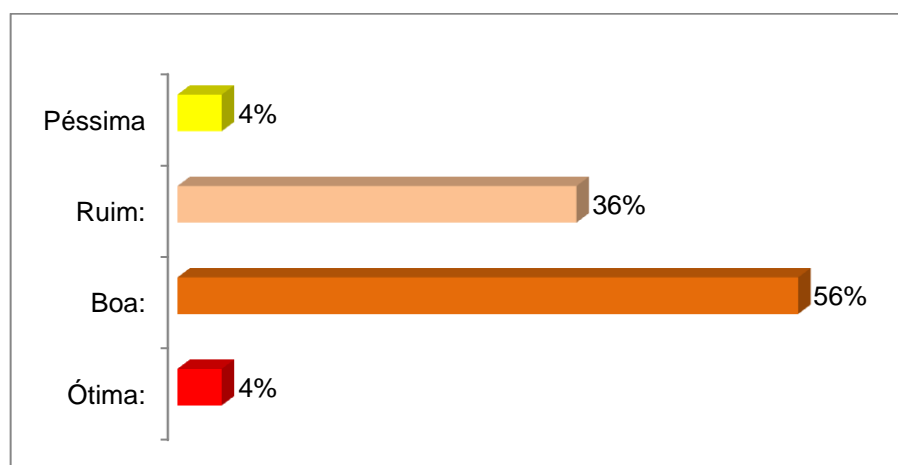


falavam sobre atendimento, se percebem que todos os turistas saíram daqui satisfeitos com o atendimento, alguns saíram muitos satisfeitos e surpreendidos e outros menos, apesar de todas as falhas do *trade turístico* isso não interfere no que os turistas classificam por hospitalidade.

8) Como você avalia o atendimento nas lojas, bancos, farmácias, postos de combustíveis, entre outros?

Ótimo	01
Bom	14
Ruim	09
Péssimo	01

Gráfico 15 – Como avalia o atendimento no *trade turístico*?



Fonte: A autora.

Estes dados deixam claro que a comunidade local não é satisfeita com o atendimento que tem no comércio e com os serviços oferecidos pela cidade e comparando os dados do primeiro questionário com estes, conclui-se que os turistas que tiveram contato com o *trade turístico* ficaram satisfeitos com o atendimento.

9) Como você avalia os meios de transportes e deslocamento?

Bom	07
Regular	05
Ruim	09
Péssimo	04

Sobre a qualidade dos meios de transportes e deslocamento oferecidos pela cidade, as respostas dos entrevistados mostram a insatisfação da comunidade local com os serviços de transportes da cidade, muitas que dependeram de ônibus para chegar até o evento comentaram que perderam muito tempo com a espera dos ônibus certo, e alguns não poderiam ficar até o final do evento devido aos horários limitados de algumas linhas de ônibus. Estes dados comparados com a questão 17 do primeiro questionário mostram a divergência de respostas, pois a maioria dos entrevistados do primeiro questionário classificaram os meio de transportes como bons ou ótimos, podemos pensar que estes os classificaram assim por não utilizarem todos os dias, mas quando precisaram ficaram satisfeitos com os mesmos.

10) Desde quando você acompanha o FUC?

1º ano	07
2º ano	04
Sempre participa	14

Em relação à frequência da comunidade local no evento, os entrevistados mostraram que sempre estão presentes nas edições do FUC, sendo que 14 entrevistados sempre participam 07 entrevistado era a primeira vez que estava no evento e 04 entrevistados era o segundo ano. Isto mostre que quem participa a primeira vez do festival gosta muito e passa a acompanhar nos anos seguintes, tornando-se um participante assíduo do festival. Estes dados também mostram a carência que a comunidade local tem por eventos culturais na cidade, fazendo com que os apreciadores de eventos culturais e musica popular brasileira sempre retornem ao evento.

11) Residente de Ponta Grossa? Qual bairro/ região?

Sim	24
Não	01

Os entrevistados eram dos seguintes bairros da cidade: Centro, Uvaranas, Jardim Carvalho, Oficinas, Santa Maria, Maria Otília, Nova Rússia, Vila Estrela, Santa Terezinha, Órfãs, Ronda, Vila Cristina, Santa Paula e Chapada. Estes dados

mostram que todas as regiões da cidade participam do evento, que há pelo menos um participante de cada região, e que os bairros que estão mais próximos do centro e que tem acesso mais fácil ao teatro são os que têm maiores participantes.

12) De outra cidade? Qual?

Telêmaco Borba	01
----------------	----

Apenas um entrevistado era de outra cidade, os demais todos eram residentes de Ponta Grossa. Isso mostra que a repercussão do FUC nas regiões próximas não é grande e que o público não se desloca da sua cidade até Ponta Grossa somente para assistir ao festival.

As questões a seguir são para avaliação do festival.

13) Como você analisa a qualidade dos concorrentes do FUC?

Ótimo	15
Bom	10

Os entrevistados gostaram muito da qualidade dos participantes, e comentaram que a cada ano eles melhoram, 15 entrevistados avaliaram como ótima e 09 entrevistados como boa, as opções regular, ruim e péssimo não tiveram classificação. Estes são uns dos fatores que aumentam a qualidade do festival ano a ano, explicando uns dos motivos da escolha do festival para o estudo.

14) A divulgação do festival é:

Ótima	06
Boa	12
Regular	04
Ruim	01
Péssimo	02

A maioria dos entrevistados reclamou da falta de divulgação do festival deste ano, muitos ficaram sabendo no dia de início do festival através da televisão e comentaram que não houve tempo para divulgar para mais pessoas que também gostam de prestigiar o evento.

15) Considera como ponto forte a cidade ter um evento como o FUC?

Importante	13
Muito importante	12

Como o FUC é um dos principais eventos culturais da cidade, foi perguntado se a comunidade local acha que é importante para a cidade ter um evento como este 13 entrevistados classificaram como importante e 12 entrevistados como muito importante. Alguns fizeram a consideração de que acham o festival muito importante para a cultura da cidade, e deveria ter eventos culturais com mais frequência na cidade.

16) Sugestões ao festival:

Não	09
Divulgação	13
Atrações finais melhores	01
Ritmos novos	01
Melhores explicações sobre o evento	01

Os entrevistados apresentaram algumas sugestões à organização do festival, como melhorar na divulgação, alterar os ritmos musicais, alguns sentirão falta do show final ser com músicos renomados, outros pediram melhores explicações do evento na divulgação, mas a grande maioria acrescentou que o festival não precisaria mudar em nada.

Após análise detalhada dos questionários e estudos sobre hospitalidade, atingimos os objetivos propostos pelo trabalho que era confrontar a visão do turista com a visão da comunidade local. Nos questionários aplicados aos turistas e aos moradores percebe-se claramente a divergência de dados entre as respostas e o confronto de opiniões e pensamentos.

Analisando os dados dos dois questionários aplicados chegamos aos objetivos propostos pelo trabalho. Comparando os dados das questões 09,10 e 11 do primeiro questionário com as questões 04, 05 e 08 do segundo questionário chegou-se ao confronto de opiniões que queríamos com o estudo, no primeiro questionário os turistas mostram-se satisfeitos com o atendimento e recepção dos moradores locais, e entendem que algumas falhas que ocorrem se dão pelas características culturais que a cidade possui a satisfação que os turistas

obtiveram com o atendimento do *trade turístico* e com o contato com a comunidade local fizeram que o mesmo a classifica-se como uma cidade hospitaleira, com moradores hospitaleiros, educados e prestativos na medida do possível. Estes dados são contrários aos do questionário dois, pois os moradores locais não classificam a cidade como hospitaleira, e diferentemente dos turistas não são satisfeitos com o atendimento do *trade turístico* e também não reconhecem o potencial que a cidade tem para desenvolvimento do turismo, desconhecendo os atrativos turísticos naturais que ela possui como potencial turístico.

Podemos também confrontar as questões número 03 dos dois questionários, com os dados obtidos chegamos à conclusão que o turista segue a linha de pensamento do objeto de estudo que é a escola Francesa de hospitalidade, que tem como base a hospitalidade gratuita o dar – receber – retribuir, já os moradores locais pensam como a escola Americana, a hospitalidade como comércio, pois para eles hospitalidade é oferecer serviços com qualidade e eficiência, ser simpático e atender bem são quesitos não tão importantes. É devido a esta visão que os moradores locais não classificam a cidade como hospitaleira, pois eles visam à hospitalidade como a oferta de serviços com qualidade e eficiência, muitas vezes essa qualidade e eficiência não é oferecida pelo *trade turístico* à comunidade local, gerando a insatisfação com os atendimentos, classificando a comunidade toda como não hospitaleira.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A hospitalidade é fundamental para o desenvolvimento do turismo, sem ela não há atendimento com qualidade e satisfação dos turistas. A hospitalidade está presente na vida de todos, antes dela ser vista como comércio ela é natural, ou seja, ela compreende a prestação, gratuita ou não, de serviços obtidos normalmente por uma pessoa em seu próprio lar, mas que, por possuí-lo ou por estar dele ausente, temporariamente, não os têm a sua disposição.

Hospitalidade, turismo e eventos são todos interligados, por isso que o presente estudo foi desenvolvido em um dos principais eventos culturais da cidade o FUC, a ligação que a hospitalidade tem com os eventos mostra que se ela não estiver presente o sucesso do evento coloca-se em risco, assim como no turismo, se não houver hospitalidade junto com o turismo não há desenvolvimento do mesmo. Como foi apresentado no trabalho, Ponta Grossa possui uma diversidade cultural muito grande devido a sua formação, estas características culturais tornaram a cidade um tanto quanto conservadora na visão de muitas pessoas, principalmente dos próprios moradores, o objetivo principal do trabalho era esclarecer se os turistas pensam da mesma forma que a comunidade local, e de que forma avaliam a hospitalidade local, confrontando ambas as visões.

A pesquisa de caráter qualitativo decorreu-se de um estudo prolongado sobre a história da hospitalidade, definições, conceitos e sobre a necessidade de um estudo aprofundado sobre a hospitalidade da cidade. A escolha do evento para estudo se deu através de uma profunda pesquisa sob os principais eventos da cidade, o que se enquadrou melhor as características e objetivo do trabalho foi o Festival Universitário da Canção, que com sua história e tradição atrai ano a ano mais participantes e público, aumentando cada vez mais sua repercussão nacional.

Com a análise dos dados do capítulo anterior concluímos assim que os turistas que vêm até Ponta Grossa, saem daqui satisfeitos com a recepção, acolhimento e atendimento de forma geral, classificando a cidade como um todo hospitaleira. Já a própria comunidade local não classifica a cidade como hospitaleira, devido muitas vezes a forma como é atendida ou recebida pelos demais moradores locais.

Para solucionarmos os problemas que a cidade apresenta em relação a hospitalidade com os turistas, percebemos que é necessário efetuar uma

capacitação com o *trade* local sobre a hospitalidade, e mostrar a comunidade local a visão que os turistas tem sobre os mesmos, estas ações poderiam ser planejadas e executadas futuramente com estudos mais aprofundados com a comunidade local.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, F. P. **Levantamento de dados e verificação da estrutura dos espaços para a realização de eventos na cidade de Ponta Grossa – Paraná**. Ponta Grossa, 2010.

BAHL, M. **Turismo e eventos**. Curitiba: Prottexto, 2004.

CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2000.

\_\_\_\_\_. Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 11-28, 2006.

DENCKER, A. F. M. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. 2. ed. São Paulo: Futura, 1999.

\_\_\_\_\_. **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson Pioneira, 2003.

DIAS, C. M. M. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. 2. ed. Barueri, SP: Manole, 2002.

GASTAL, S. de A.; COSTA, L. de C. N.; MACHADO, F. C. Hospitalidade e Acolhimento: o Século XIX no Sul do Brasil. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 43-64, jan./jun. 2010.

JORNAL DA MANHÃ de 13 de junho de 1996.

JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS de 26 de abril de 1980.

JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS de 21 de junho de 1983.

JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS de 04 de junho de 1995.

JORNAL DIÁRIO DOS CAMPOS de 25 e 26 de junho de 2000.

OLIVEIRA, C. T. F. de; MARTINS, P. E. M. A hospitalidade e a cordialidade Brasileira: o Brasil percebido por estrangeiros. **Turismo em Análise**, São Paulo, v. 20, n. 2, p. 196-209, ago. 2009.

RIBEIRO, G. **O Festival Universitário da Canção – FUC: análise como um evento turístico ou cultural na cidade de Ponta Grossa – PR**. Ponta Grossa, 2009.

SANTOS FILHO, J. dos. Militante político republicano, Charles Ribeyrolles e a hospitalidade no Brasil Império. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 16-33, jan./jun. 2009.

TENAN, I. P. S. **Eventos**. São Paulo: São Paulo: Aleph, 2002.

ZAINA JÚNIOR, R. Eventos: a hospitalidade como experiência de consumo pelos sentidos. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 2, n. 2, p. 113-129, 2005.



**APÊNDICE A – Questionário para turistas**





18) Ajuda de custo e premiação:

Ótimos ( )

Bom ( )

Regular ( )

Péssimo ( )

Não responderam ( )

19) O que você considera como ponto (s) forte (s) do festival?

20) O que você considera como ponto (s) fraco (s) do festival?

21) Do ponto de vista da organização, o que você acredita que deve ser mudado?

**APÊNDICE B – Questionário para moradores**

**Questionário para moradores**

- 1) Sexo:  
Masculino ( )  
Feminino ( )
  
- 2) Você considera Ponta Grossa uma cidade turística?  
Sim ( )  
Não ( )
  
- 3) O que é hospitalidade para você?  
Atender bem ( )                      Ser simpático ( )  
Hospedar ( )                      Outros ( )  
Oferecer serviços com qualidade e eficiência ( )
  
- 4) Considera Ponta Grossa uma cidade hospitaleira?  
Sim ( )  
Não ( )
  
- 5) Como você considera o atendimento e recepção as pessoas que vêm de outro lugar em nossa cidade?  
Ótimo ( )                      Ruim ( )  
Bom ( )                      Péssimo ( )
  
- 6) Se alguém te pedir informações na rua sobre a cidade, você:  
Para e atende ( )  
Não atende ( )  
Depende do local ( )
  
- 7) Você concorda que as pessoas que vêm até a nossa cidade saem daqui satisfeitas com o nosso atendimento?  
Sim ( )  
Não ( )
  
- 8) Como você avalia o atendimento nas lojas, bancos, farmácias, postos de combustíveis, entre outros?  
Ótimo ( )                      Ruim ( )  
Bom ( )                      Péssimo ( )
  
- 9) Como você avalia os meios de transportes e deslocamento?  
Ótimo ( )                      Ruim ( )  
Bom ( )                      Péssimo ( )  
Regular ( )

- 10) Desde quando você acompanha o FUC?  
1º ano ( )  
2º ano ( )                      Sempre participa ( )
- 11) Residente de Ponta Grossa? Qual bairro/região?
- 12) De outra cidade, qual?
- 13) Como você analisa a qualidade dos concorrentes do FUC?  
Ótimo ( )                      Ruim ( )  
Bom ( )                      Péssimo ( )  
Regular ( )
- 14) A divulgação do Festival é?  
Ótima ( )                      Ruim ( )  
Boa ( )                      Péssimo ( )  
Regular ( )
- 15) Considera como ponto forte a cidade ter um evento como o FUC?  
Sim ( )  
Muito importante ( )
- 16) Sugestões ao festival: