

Sistemas de hospitalidade: O setor de **serviços** e suas relações de **hospitalidade** no bairro do **Tatuapé-SP**

FLÁVIA DE ALMEIDA CALABREZ * [flaviacalabrez@hotmail.com]

AIRTON CAVENAGHI ** [acavenaghi@gmail.com]

Palavras-Chave | Hospitalidade, Serviços, Tatuapé, São Paulo-SP.

Objetivos | O objetivo deste trabalho é retratar, no contexto do sistema de serviços voltados para a hospitalidade, como a sua presença influencia o cotidiano dos moradores do bairro do Tatuapé (São Paulo, Brasil), bem como se esse conjunto de serviços é capaz de criar fronteiras imaginárias entre os habitantes da região, pois a tendência verificada é a do não deslocamento desses moradores em busca de serviços noutros locais da cidade. Tomando como base a hospitalidade na sua vertente comercial, procura-se identificar de que forma o setor dos serviços se insere nesse sistema de sentimento de pertença do morador local e como conduz à criação de ambientes favoráveis de convivialidade.

Metodologia | Nesta etapa, a pesquisa exploratória, de caráter qualitativo, está fundamentada num referencial bibliográfico e documental, que ampara e direciona o trabalho para análises futuras. Desta forma, a metodologia também se baseia em entrevistas semiestruturadas, realizadas posteriormente com moradores da região, visando examinar os aspetos da hospitalidade em maior profundidade, e a sua manifestação, nos setores de serviços da região.

Principais resultados e contributos | O fenômeno da hospitalidade pode ser entendido de diversas maneiras, como a referente à chamada 'indústria da hospitalidade', com os seus serviços e produtos, ou a relacionada com a interação entre pessoas, ou seja, a criação de laços sociais entre aqueles que habitam a cidade e a usufruem. Segundo Camargo (2004), os gestos de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas mostram que a hospitalidade faz, atualmente, parte de um complexo multidisciplinar que envolve aspectos sociais e culturais da interação entre aqueles que habitam um determinado território e os que usufruem de serviços e produtos desse mesmo local. Nesse sentido, os polos de serviços têm um papel fundamental na criação desse fenômeno. Assim, o consumidor, em busca da satisfação das suas necessidades e desejos, passa a ter um grande poder de escolha diante da grande variedade de produtos e serviços à sua disposição. Os serviços, segundo Kotler (2000), são bens intangíveis, ou seja, não constituem um bem material. Portanto, o contato humano é a ferramenta que possibilita que a essência do serviço se concretize e, neste aspeto, a percepção das manifes-

* **Mestranda em Hospitalidade** na Universidade Anhembi Morumbi (UAM-SP).

** **Doutor em História Social** pela Universidade de São Paulo (USP). **Professor pesquisador** do Mestrado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi (UAM-SP).

tações de hospitalidade podem constituir a diferenciação dos negócios. Assim, neste caso, a hospitalidade passa a ser fundamental. Ela está intrinsecamente relacionada com a prestação do serviço, pois a sua natureza é baseada nas relações humanas. Por mais que essa relação seja comercializada, podendo provocar um certo impacto na conduta hoteleira, é implícito o fator do acolhimento de alguma maneira.

Para Fitzsimmons e Fitzsimmons (2005), os serviços são transformados em experiências por meio de relações estabelecidas entre as partes. O conceito de 'experiência' é o fato de algo trazer referências. Para Grinover (2009), um restaurante, uma padaria, a banca do jornal, um café, a praça da cidade, para além de lugares são, para muitos indivíduos, espaços importantes dado o vínculo criado com estes. Logo, o que se vende são as experiências e não somente o lugar propriamente dito. As relações de hospitalidade estão relacionadas com a prestação desses serviços em espaços de vivência e, para que essa seja positiva, é fundamental a troca entre as pessoas que neles interagem. Talvez associada a essa troca se fundamentem também as formas de convivência, moldadas à medida que novos polos de serviços surgem para atender as novas exigências proporcionadas pelo crescimento urbano e pela própria transformação dos espaços públicos. Tal acarreta um maior número de pessoas circulando pelas adjacências, tornando necessária a presença de uma rede de conveniências para atender a ampla demanda gerada, uma vez que esses moradores passam a buscar padrões mais complexos de atendimento e de opções, disponíveis nos grandes centros urbanos. Para Grinover (2009), ao escolherem-se os lugares, imagens e estilos, personaliza-se a hospitalidade implícita em todos esses elementos de experiências urbanas, criando assim um mosaico. O que se pode observar preliminarmente, considerando os depoimentos obtidos por meio de fontes secundárias, é que os moradores se identificam com o meio envolvente. São mencionadas, quase sempre, características relacionadas com a rede de serviços do bairro e com as facilidades propiciadas por essa diversidade. Muitos afirmam que não sairiam da região para trabalhar caso houvesse uma estrutura de centros empresariais, algo que vem sendo uma tendência na região, com um grande volume de construções comerciais em andamento. Nessa socialização as relações de hospitalidade são uma parcela importante pois, ao serem incorporadas nos espaços de serviços, podem moldar o comportamento das pessoas que ali convivem. O diferencial de tais serviços resulta, em grande parte, da interferência da convivialidade. Analisando as afirmações, a questão da socialização é permeada em todos os depoimentos. A convivência com vizinhos e o bom relacionamento com as pessoas são características bastante expressivas, mesmo dentro da cadeia de serviços. Dentro do conceito de 'centralidade' abordado por Frugoli (2000) – que consiste na fragmentação da cidade em espaços especializados – pode verificar-se que o bairro do Tatuapé passou de chácaras e indústrias a polo de serviços, sendo que os habitantes e visitantes da região identificam-se com as facilidades e conveniências propiciadas por tais transformações. Nesse contexto, a mobilidade dá-se predominantemente nas áreas adjacentes, não ocorrendo o deslocamento para bairros distantes, como mencionado nos depoimentos, criando fronteiras imperceptíveis, condensadas no perímetro do bairro.

Limitações | Esta pesquisa encontra-se numa fase inicial e necessita ser desenvolvida por meio de entrevistas semiestruturadas com os moradores, visando compreender os elementos da hospitalidade e as suas percepções em relação às transformações do bairro. De momento somente suportada num referencial teórico, com ainda poucos depoimentos obtidos, verifica-se a necessidade de ampliar o número destes últimos, de forma a recolher informação que venha a corroborar, ou não, as hipóteses inicialmente propostas.

Conclusões | Como conclusões preliminares, observa-se que o conjunto composto pela hospitalidade e serviços exerce influência no dia a dia dos moradores, que procuram satisfazer as suas necessidades sem deixar de lado a convivência, relacionada com a experiência de um serviço e com o estabelecimento de laços sociais entre as partes integrantes desse sistema. No bairro do Tatuapé verifica-se que, mesmo com as mudanças que a região tem vindo a sofrer, a identificação dos moradores com o bairro é bastante intensa. O sentimento de pertença é um fator que o insere no contexto da vivência.

Referências

- Camargo, L. O. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. (2005). *Administração de serviços: Operações, estratégia e tecnologia da informação*. Porto Alegre: Bookman.
- Frugoli, H. J. (2000). *Centralidade em São Paulo*. São Paulo: USP.
- Grinover, L. (2009). A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. *Revista Hospitalidade*, 6(1), 4-16.
- Kotler, P. (2000). *Administração de marketing*. Prentice Hall.