

HOSPITALIDADE E COMUNICAÇÃO COM TURISTAS VOLUNTÁRIOS - UMA ANÁLISE DE CONTEÚDO DE WEBSITES DE QUATRO PROGRAMAS DE TURISMO VOLUNTÁRIO NO BRASIL

Diego Ribeiro Santos, Cicera Carla Bezerra da Silva, Cintia Goldenberg

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. Professor na Escola de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: drsjob@gmail.com
Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. Diretora do Centro Universitário Senac de Águas de São Pedro - São Paulo. E-mail: cicerac@hotmail.com
Doutoranda do Programa de Pós-graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. Diretora de Marketing e Vendas do Grupo Rubaiyat. E-mail: cintiagoldenberg@hotmail.com

O objetivo geral desse artigo foi identificar de que forma a comunicação facilita a relação de hospitalidade entre os turistas voluntários e programas com conseqüente fomento do Brasil como um destino nacional e internacional para a prática do turismo voluntário. Para isso, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: analisar, por meio do website dos programas de turismo voluntário realizados no Brasil, os componentes da comunicação que ocorre entre programas e turistas voluntários e; verificar de que maneira a composição de cada website contribui para a experiência na prestação de serviços para os turistas voluntários. A metodologia adotada foi de uma investigação empírica, de caráter exploratório, desenvolvido por meio de estudo de casos múltiplos em acordo com o protocolo proposto por Yin (2005) e análise de conteúdo com categorização prévia (Bardin, 2011) dos websites dos programas estudados: Associação Iko Poran, Project Favela Rio de Janeiro Brazil, do Instituto de Pesquisas da Biodiversidade (IPBio) e da organização ETIV do Brasil. Este artigo surgiu no decorrer do Doutorado em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi, face à necessidade de aprofundar os conhecimentos sobre hospitalidade, os conceitos acerca da experiência de voluntariado e como estas temáticas permeiam o turismo voluntário. Sem ter a pretensão de esgotar o assunto, busca-se a compreensão dos aspectos de comunicação que fundamentam as práticas do turismo voluntário. Assim, a partir dessa problemática e relevância do estudo, definiram-se as seguintes proposições dessa pesquisa: (P1) - A composição do website de um programa de voluntariado internacional contribui para a experiência na prestação de serviços para os turistas voluntários, e (P2) - Uma comunicação adequada aos perfis dos turistas voluntários por meio dos websites analisados contribui para o estabelecimento de uma relação de hospitalidade entre voluntários e programas.

Palavras-chave: Hospitalidade. Turismo Voluntário. Programas de Turismo Voluntário. Serviços. Análise de Conteúdo.

Referências: Andereck, K. et al. (2011). Experience expectations of prospective volunteer tourists. *Journal of Travel Research*, v. XX, n. X, p. 1-12. Bardin, L. (2011). Análise de conteúdo. Lisboa: Edições 70. Callanan, M., & Thomas, S. (2005). Volunteer tourism. *Niche tourism*, 183-200. Camargo, L. O. D. L. (2004). Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 22004. Gotman, A. (2001). Le sens de l'hospitalité: Essai sur les fondements sociaux de l'accueil de l'autre. Paris: PUF. Grinover, L. (2002). Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. Hospitalidade: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 25-36. Guttentag, D. A. (2009). The possible negative impacts of volunteer tourism. *International Journal of Tourism Research*, 11(6), 537-551. Knutson, B. J., & Beck, J. A. (2003). Identifying the dimensions of the experience construct: development of the model. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 4(3-4), 23-35. Knutson, B. J., Beck, J. A., Kim, S., & Cha, J. (2009). Identifying the dimensions of the guest's hotel experience. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(1), 44-55. Krug, S. (2006). Não me faça pensar!: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. F. Silveira (Ed.). Alta Books. Lapointe, L. (2011). "Who Cares ... Why Care?". In: PINTO, H. (org.), *Revista Migrações - Número Temático Migrantes e Voluntariado*, Outubro 2011, nº 9, Lisboa: ACIDI, pp. 37-68. Lashley, C. (2004). Escaping the tyranny of relevance: Some reflections on hospitality management education. *CAUTHE 2004: Creating Tourism Knowledge*, 414. Lupoli, C. A., Morse, W. C., Bailey, C., & Schelhas, J. (2014). Assessing the impacts of international volunteer tourism in host communities: a new approach to organizing and prioritizing indicators. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 898-921. McGehee, N. G. (2014). Volunteer tourism: evolution, issues and futures. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(6), 847-854. McIntosh, A. J., & Zahra, A. (2007). A cultural encounter through volunteer tourism: Towards the ideals of sustainable tourism? *Journal of sustainable tourism*, 15(5), 541-556. O'Connor, D. (2005). Towards a new interpretation of "hospitality". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(3), 267-271. Padovani, S., & Spinillo, C. G. (2009). Desenvolvimento e aplicação de modelo descritivo-normativo para análise de websites. *Production Journal*, 19(3), 514-528. Palacios, C. M. (2010). Volunteer tourism, development and education in a postcolonial world: Conceiving global connections beyond aid. *Journal of sustainable tourism*, 18(7), 861-878. Quadros, A. H. (2011). A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço. *Revista Hospitalidade*, 8(1), 43-57. Selwyn, T. (2004). Uma antropologia da hospitalidade. Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, São Paulo: Manole. Wearing, S. (2001). Volunteer tourism: Experiences that make a difference. Cabi. Wearing, S., & McGehee, N. G. (Eds.). (2013). *International volunteer tourism: Integrating travellers and communities*. Cabi. Yin, R. K. (2005). Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. (2ª Ed). Porto Alegre: Editora Bookman. Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2010). Service design for experience-centric services. *Journal of Service Research*, 13(1), 67-82.