



XVIII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA
E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

22 a 24 de setembro de 2021 | Ambiente virtual
"Resiliência e enfrentamento de crises no turismo"

ANAIAS ANPTUR | ISSN 23596805

PROVAR, FOTOGRAFAR E POSTAR: ESTUDO SOBRE O *SERVICESCAPE* NO "BELO" RESTAURANTE VILLA MORRETES (PARANÁ – BRASIL)

Isabele de Souza Carvalho¹
Marcelo Chemin²

Resumo

As organizações têm sua estética, que pode ser interpretada mediante a sensibilidade do ser humano e sua visão na observação de elementos contidos nos ambientes (Strati, 1996). Nos restaurantes as fotografias estão sendo tiradas e postadas de forma a demonstrar como foi a experiência do turista no espaço em que ocorreu o serviço. A intangibilidade do setor permite que os estudos do *servicescape* abordem as questões de como o espaço físico das organizações influencia a experiência, e assim compreender como essa relação ambiental e sua avaliação reverbera na demanda e no desempenho comercial. A presente pesquisa questionou-se a respeito da percepção do *servicescape* do restaurante Villa Morretes, no litoral do Paraná, empresa com o maior número de menções estéticas (n=394) em comentários do TripAdvisor, segundo estudo realizado em 2020. Sendo assim, objetivou compreender quais elementos definem o *servicescape* do restaurante Vila Morretes, segundo as imagens publicadas no TripAdvisor. O destino Morretes ocupa a 5ª posição no ranking nacional, considerando o número de estabelecimentos de alimentação em relação ao total de estabelecimentos na economia (IPEA, 2020). De abordagem qualitativa, a pesquisa articulou-se a partir da operacionalização de categorias definidas por dois estudos (Hetzl, 2004; Lee, Wang e Cai, 2015). Foram analisadas e codificadas 425 fotografias disponíveis da plataforma Tripadvisor, processo realizado no software ATLAS.TI. A análise de conteúdo (Bardin, 1977 e 2010) permitiu observar a articulação e desempenho de 10 categorias do *Servicescape* e a prospecção de duas novas categorias: Entorno Intervisível e Apelo histórico identitário. As imagens permitiram entender a predileção dos elementos fotografados e postados na plataforma, sobressaindo-se registros para a condição de intervisibilidade interior e paisagem do entorno representado pelo Rio Nhundiaquara, elemento natural que corta a cidade, enquadrado como responsável por uma vista amena, acolhedora e exótica nos retratos dos turistas. Além disso o design e decoração de madeira, com característica de tecido floral, a criação de um ambiente natural e com elementos de apelo histórico identitário foram a segunda categoria mais registrada. Outro destaque foram as fotografias dos pratos do restaurante, enfatizando o tradicional barreado, prato típico da região. O conjunto dos resultados reforçam a expressiva relevância da dimensão estética da organização como componente não só inseparável do produto como protagonista na experiência e na comunicação virtual, segundo a percepção e postagens dos turistas que frequentaram o restaurante estudado.

Palavras-chave: Gastronomia; Restaurantes; Servicescape; TripAdvisor; Morretes - Paraná.

¹ Tecnóloga em Gestão de Turismo. Mestranda em Turismo pelo PPGTUR UFPR. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/6802204236483480>. E-mail: souzabele28@gmail.com.

² Bacharel em Turismo. Mestre em Turismo e Hotelaria. Doutor em Geografia. Docente do Setor Litoral e PPGTUR UFPR. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3630047341785353>. E-mail: marcelochemin@uol.com.br.