

Práticas de Hospitalidade e Educação na Gastronomia: Um Estudo em São Paulo-SP, Brasil

Gastronomy: Hospitality Practices and Education. A Study in São Paulo-SP, Brazil

ALINE DE GODOY MOREIRA¹, SÉRGIO LUIZ DO AMARAL MORETTI², LUIZ GONZAGA ASSUMPÇÃO CARVALHO³

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v9i2p216>

RESUMO

A Hospitalidade fundamenta-se na interação entre pessoas, instituindo-se uma dinâmica de reciprocidade em que o acolhimento ao outro está no epicentro do encontro entre anfitrião e hóspede. Por esta abrangência, as relações de hospitalidade podem ser observadas, também, durante os processos educacionais, igualmente pautados pelo ritual de acolhimento, agora entre professor e a instituição de ensino, e os alunos. O objetivo deste artigo é compreender qual é a percepção da Hospitalidade, pelos alunos de um Curso de Tecnologia em Gastronomia. A metodologia de pesquisa é de caráter exploratório-quantitativo e baseou-se em análise da literatura sobre o tema e, posteriormente, em uma pesquisa de campo. Os resultados mostraram a relevância da gastronomia como um recurso turístico primário, com importante papel na difusão cultural, já que o setor de alimentos e bebidas - e o gastronômico, em particular - são formas muito ricas de interpretação da vida social. A partir dos resultados obtidos, verifica-se a necessidade de ampliar a percepção sobre as práticas de Hospitalidade. na instituição de ensino pesquisada.

PALAVRAS-CHAVE

Hospitalidade. Gastronomia. Educação em Alimentos e Bebidas. São Paulo-SP, Brasil.

¹ **Aline de Godoy Moreira** – Mestranda, Mestrado Profissional - Gestão em Alimentos e Bebidas, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo-SP. Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9704355960333784>. E-mail: aline.godoy@hotmail.com

² **Sérgio Luiz do Amaral Moretti** – Doutor. Professor no Mestrado Profissional - Gestão em Alimentos e Bebidas, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo-SP. Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/1686957518540720>. E-mail: sergiomoretti@uol.com.br

³ **Luiz Gonzaga Assumpção Carvalho** – Mestre. Professor no Mestrado Profissional - Gestão em Alimentos e Bebidas, Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo-SP. Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/0686651121592895>. E-mail: prof.luizcarvalho@uol.com.br



ABSTRACT

Hospitality depends on interaction and reciprocities between people. Host the other is at epicenter of the encounter between host and guest. In that way, Hospitality relationships can be observed in educational process guided students welcoming rituals, involving teachers and educational institution. This article's purpose is to understand students' Hospitality conceptions in a course of Technology in Gastronomy. The methodology was exploratory and quantitative study based on a literature review on the subject and field research. Results demonstrate the food importance as a primary touristic attractive and to cultural diffusion, as the food and beverage industry and the gastronomic in particular are very rich forms of interpretation of social life. From the results obtained in the research, there is a need to broaden the perception of Hospitality practices in the researched educational institution.

KEYWORDS

Tourism. Hospitality. Gastronomy. Education in Food and Beverage. São Paulo-SP, Brazil.

INTRODUÇÃO

Conforme apontado por Kivela e Crotts (2006, p. 355), etimologicamente a palavra gastronomia tem origem na palavra grega *gastros* [estômago] e em *gnomos* [conhecimento ou lei], representando comida, bebida e culinária [o contexto ou lugar onde é oferecida]. Ao se considerar a gastronomia como uma experiência sobre o destino buscado, por exemplo, pelo turista, há que se considerar uma série de elementos que o ajudem na aquisição de significados. Atualmente, está muito mais evidente para pesquisadores e turistas que a gastronomia é uma atividade cultural importante, já que apresenta aos visitantes alternativas para entender características de cada região. Para Gimenes-Minasse (2012) “a gastronomia e os serviços a ela relacionados não apenas constituem importantes atrativos turísticos, como também se estabelecem como elementos fundamentais para a diferenciação de destinos [repercutindo] também no universo acadêmico” (p. 280). Marques (2011) ressalta que a gastronomia é considerada pelos especialistas como recurso turístico primário, bem como verdadeiro produto turístico. O mesmo sentido é seguido por Godoy, Wada, Rebelo e Josiane (2014), para quem a gastronomia é ao mesmo tempo um fenômeno social e cultural, que alavanca a imagem dos destinos. Em outro trabalho, Gimenes-Minasse (2006) ressalta a relação íntima que se estabelece entre a alimentação e a atividade turística, seja do ponto de vista de serviço essencial para a permanência do turista em uma localidade, seja principalmente sob o ponto de vista da comida como expressão de uma cultura e fonte de experiência turística.

Observa-se que uma das formas mais conhecidas de hospitalidade, em qualquer época e em todas as culturas, é a comensalidade, ou seja, compartilhar sua mesa com alguém (Fernandez-Armesto, 2002). Para Castelli (2003), realizando o ato de *comer junto* o homem desfruta de prazer e entretenimento. Rocha (2016) destaca que “a comensalidade é uma das formas mais



reconhecidas de hospitalidade, ela se traduz no compartilhar a mesa com significado ritual e simbólico muito superior à simples satisfação de uma necessidade alimentar” (p. 13). Dados da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes mostram que o setor gastronômico representa 2,7% do PIB nacional, sendo responsável por quase 40% das visitas no país (Abrasel, 2016). Para o Ministério do Turismo, a gastronomia nacional tem sido avaliada como boa ou muito boa por 95% dos estrangeiros que visitam o país, seguindo-se pelos turistas brasileiros que somam 89,6% nos mesmos quesitos (Brasil, 2016). Adicionalmente, são 10 mil edições de festivais regionais em todo o país, mostrando a importância da gastronomia para o turismo.

Ao considerar a relevância do mercado gastronômico para o turismo brasileiro, é importante analisar a importância da formação de profissionais para nele atuar. Neste contexto percebe-se a expansão dos cursos de formação profissional em alimentos e bebidas [A&B], bem como a implantação e desenvolvimento de cursos em Gastronomia no país. Segundo o e-MEC (Brasil, 2016), que regulamenta os cursos superiores do Brasil, entre os anos de 2014 e 2015 registrou-se um aumento de até 28% no número de alunos matriculados em cursos de tecnologia em Gastronomia no Brasil. Ainda de acordo com o portal existem cadastrados 177 cursos relacionados à área de Gastronomia no Brasil, oferecidos em mais de oitenta modalidades.

A partir dos aspectos apresentados, o presente artigo tem por objetivo geral compreender a percepção dos alunos de uma instituição de ensino brasileira que oferta o Curso de Tecnologia em Gastronomia em relação às práticas de hospitalidade ali presentes. O artigo começa por desenvolver uma abordagem teórica para explicitação de conceitos importantes e o entendimento da relação entre turismo e gastronomia, seguindo-se como uma pesquisa empírica com abordagem quantitativa, a discussão dos resultados e as considerações finais.

GASTRONOMIA E TURISMO: O EXEMPLO DA CIDADE DE SÃO PAULO-SP

A relação entre turismo e gastronomia se estabelece na medida do importante papel que esta pode desempenhar na atração do destino, como apontaram Mak, Lumbers e Eves (2012) em recente estudo. Para os autores, a apreciação da culinária local pode levar os turistas a importar alimentos e, portanto, alavancar a produção destas regiões. Para Cohen e Avieli (2004), embora esta relação seja atualmente prestigiada, nem sempre foi assim, pois há uma década era negligenciada pelos acadêmicos de Gastronomia e Turismo, em seus próprios campos de pesquisa. Os autores concluíram em seu estudo que a combinação destas duas forças é um forte indutor de visitas a determinadas regiões, o mesmo sentido que propuseram Kivela e Crofts (2005) pouco tempo depois. Cooper (2007), também concorda que os atrativos gastronômicos proporcionam aos destinos uma forte razão para o turismo de lazer. Para o autor, uma atração turística é um foco para atividades recreativas e, em parte, educativas desempenhadas tanto por excursionistas quanto por turistas. Na mesma direção, Schlüter (2003) argumenta que “a gastronomia sem dúvida, está ganhando terreno como atração tanto para residentes como para turistas. Não só nutre o corpo e o espírito, mas faz parte da cultura dos povos” (p.89).



Para Santos e Henriques (2012), a gastronomia como um produto, ou mesmo um atrativo de determinada localidade, é importante do ponto de vista turístico, pois apresenta novas possibilidades culturais de entretenimento. Para os autores, ao longo das duas últimas décadas, desenhou-se uma fina película sobre o conceito de Turismo, no qual se pode fundir a gastronomia e a cultura. Logo, o tripé formado pela gastronomia, cultura e turismo surge no momento em que se ultrapassam os circuitos econômicos financeiros, de forma a adquirir um significado mais profundo a ser apreendido enquanto prática intercultural. Tal contexto é corroborado por Oliveira, Butuhy, Butuhy e Inojosa (2013) ressaltam ser a gastronomia uma motivação humana, um fenômeno que “apresenta características diferentes no caso de indivíduos e no caso de grupos sociais. Isso porque se trata não apenas de uma ação ou reação ao indivíduo, mas também de um jogo de interpretação e sensibilidade por parte de quem se propõe a tal ato” (p. 82). E, também por Peccini (2013), para quem “desenvolver o Turismo Gastronômico é avançar nas discussões de valorização e salvaguarda do patrimônio alimentar brasileiro, valorizando a diversidade de cada região e, portanto, transformando a comida do lugar num atrativo turístico” (p.216).

O melhor exemplo do que foi discutido até o momento é a cidade de São Paulo-SP. Trata-se de uma cidade turística com intenso trânsito de pessoas que a visitam por negócios ou lazer. A gastronomia em São Paulo é considerada um forte atrativo turístico e cultural da cidade. Este diferencial é mantido por meio de milhares de restaurantes que servem comidas regionais de todo país e de diversos países do mundo, somando-se mais de 50 tipos de cozinhas. São Paulo é a segunda maior cidade em número de restaurantes, tida como a capital da boa mesa na América Latina. Conforme dados da São Paulo Convention & Visitors Bureau (SPCVB, 2016), a cidade conta com aproximadamente 15 mil restaurantes, 500 churrascarias, 250 restaurantes japoneses, 20 mil bares, 3.200 padarias, 5.000 pizzarias e 2.000 opções de delivery. O mercado de A&B movimenta uma cadeia que envolve diversos setores com forte apelo multiculturalista, já que representa a culinária de 52 países. A cidade ainda conta com diversos eventos gastronômicos.

GASTRONOMIA E COMENSALIDADE: UM CASO DE HOSPITALIDADE?

Brillat-Savarin (1999) define Gastronomia como o “conhecimento fundamentado em tudo que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta” (p. 7). Posteriormente, o autor ressalta que o prazer da mesa é a sensação refletida que nasce das diversas circunstâncias, de fatos, lugares, coisas e personagens que acompanham a refeição. Considerando estes aspectos, pode-se dizer, conforme apontado por Boutaud (2011), que uma das formas mais conhecidas de hospitalidade em qualquer época e em todas as culturas, é a comensalidade, ou seja, o ato de compartilhar sua mesa, ou então sua refeição com alguém. Neste mesmo sentido, Oliveira et al (2013) ressaltam que a Gastronomia se torna uma disciplina, um saber que se organiza para compreender as normas que regem a alimentação na habilitação dos seus prestadores de serviços, na compreensão dos desejos e disposições dos comensais, na adequação do que constitui o ambiente propício para a alimentação em uma relação social. O tema, por sua interdisciplinaridade, relaciona diversas áreas do conhecimento das ciências



sociais. Dessa forma, justifica-se sua inserção nas Diretrizes Curriculares Nacionais, na área de Hospitalidade e Lazer. Igualmente, Dencker (2004 p. 19), dirige seu olhar para o fato de que a Gastronomia deve seguir uma diretriz para que realmente promova o fenômeno da hospitalidade, a saber: a submissão ao mercado afasta o setor de questões básicas da hospitalidade. A ideia de acolhimento, de receber o outro, que está na origem da hospitalidade, assume dimensões que apontam para uma nova ética, uma política voltada para o acolhimento, o bem-estar.

No que se refere à Hospitalidade, considerando os processos organizacionais e operacionais da área de ensino em A&B, tendo em vista os aspectos comerciais e mercadológicos, pode-se destacar a concepção desenvolvida por Wada (2004), que se refere à administração da hospitalidade, processo pelo qual se aplicam técnicas de administração para prover Hospitalidade; a autora postula que a hospitalidade deve ser observada em todos os momentos e sujeitos de uma organização, pois não se pode acolher o cliente sen que se acolha os colaboradores. Os conceitos de Hospitalidade apresentados por Lashley e Morrison (2004) são cruciais para o entendimento do argumento deste artigo; os autores analisam a hospitalidade nos domínios social, privado e comercial.

O domínio social considera os cenários sociais nos quais a hospitalidade se insere, e nos impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação. O domínio privado refere-se à questão de relacionamento do lar, levando em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede. O domínio comercial diz respeito às relações de hospitalidade quanto à atividade econômica nos setores privado e público. Finalmente, para Lashley e Morrison (2004), a Hospitalidade pode ser concebida como um conjunto de comportamentos originários da base da sociedade envolvendo sentimentos de altruísmo e benevolência, reciprocidade e mutualidade. Moretti (2015) observou que, além da gastronomia, o ato de hospitalidade deve se pautar pelo relacionamento entre as pessoas, notadamente o anfitrião e o hóspede. Trata-se, justamente, do ato de se relacionar que se soma ao ato de desfrutar uma refeição, tornando-a uma experiência inesquecível. O autor lembra que Lashley et al (2005) já haviam estudado esta correlação em seu trabalho sobre os momentos inesquecíveis de um jantar investigado por eles. Da mesma forma, Lugosi (2008) comentou a construção de ambientes hospitaleiros como uma combinação de elementos do ambiente, a postura das pessoas, alimentação e bebida.

METODOLOGIA DA PESQUISA

Trata-se de uma pesquisa exploratória com abordagem quantitativa (Malhotra, 2012). Quanto aos procedimentos, os pesquisadores utilizaram os métodos de análise bibliográfica e de campo; para esta última foi desenvolvido um questionário com escala tipo Likert com cinco pontos, sendo [1] Concordo Plenamente e [5] Discordo Plenamente, para aplicação aos alunos do curso de Tecnologia em Gastronomia. O objeto empírico da pesquisa foi o curso superior de Tecnologia em Gastronomia na Universidade Anhembi Morumbi, localizada na cidade de São Paulo, Brasil, e os sujeitos, seus alunos. O instrumento de pesquisa foi desenvolvido com base na literatura de Hospitalidade (Lashley et al., 2004; Camargo, 2004; Godoy et al, 2014; Moretti, 2015) e, na experiência dos autores com pesquisas de satisfação em instituições de ensino. O



questionário final continha dez questões objetivas divididas em três blocos de questões (1) identificação das dimensões de Hospitalidade relevantes no processo de acolhimento do mesmo; (2) avaliação da prestação de serviços em educação, normalmente ligadas ao currículo e atividades do curso; (3) autoidentificação do aluno com os objetivos, procedimentos e atividades do curso [V. Quadro 1].

Quadro 1 – Questões do instrumento de pesquisa

1	Ao ingressar no curso de Tecnologia em Gastronomia fui acolhido pelos docentes e pela equipe da coordenação do curso.
2	O método de ensino das aulas práticas proporciona a interação e integração dos estudantes.
3	A receptividade dos docentes contribui no processo dinâmico de ensino e aprendizagem.
4	A Coordenação do Curso de Gastronomia se faz presente e aberta para nos ouvir e auxiliar em nossas necessidades.
5	O Centro de Gastronomia proporciona infraestrutura e insumos de qualidade para o desenvolvimento das disciplinas práticas.
6	O acesso ao planejamento de aulas práticas no início do semestre, contendo todas as produções a serem realizadas contribui para minha organização pessoal como estudantes do curso.
7	A organização da grade curricular do curso foi desenvolvida para atender as minhas necessidades de formação e para potencializar a minha inserção no mercado de trabalho.
8	O conteúdo ministrado durante as aulas práticas foi projetado para potencializar o conhecimento dos estudantes.
9	O curso de Gastronomia influencia positivamente no encaminhamento de meu futuro, e contribui na melhoria constante do curso a partir de instrumentos como: Avaliação Institucional e reuniões com representantes de curso.
10	As atividades extracurriculares proporcionadas pela coordenação do curso de gastronomia (visitas técnicas, concursos, palestras e demais atividades) visam ampliar o conhecimento e visão mercadológica dos estudantes.

Fonte: Elaborado pelos Autores

Antes da coleta final foi aplicado um pré-teste com onze alunos, escolhidos por conveniência para adequação do vocabulário do questionário. Após a adequação do instrumento de pesquisa, ele foi hospedado na plataforma Survey Monkey e enviado aos 1.235 alunos regularmente matriculados no curso presencial, por e-mail. A pesquisa foi respondida por 175 alunos. Considerando o cálculo amostral, os resultados apresentaram um nível de confiança de 95% com erro amostral de 7%. Em seguida, os dados foram analisados.

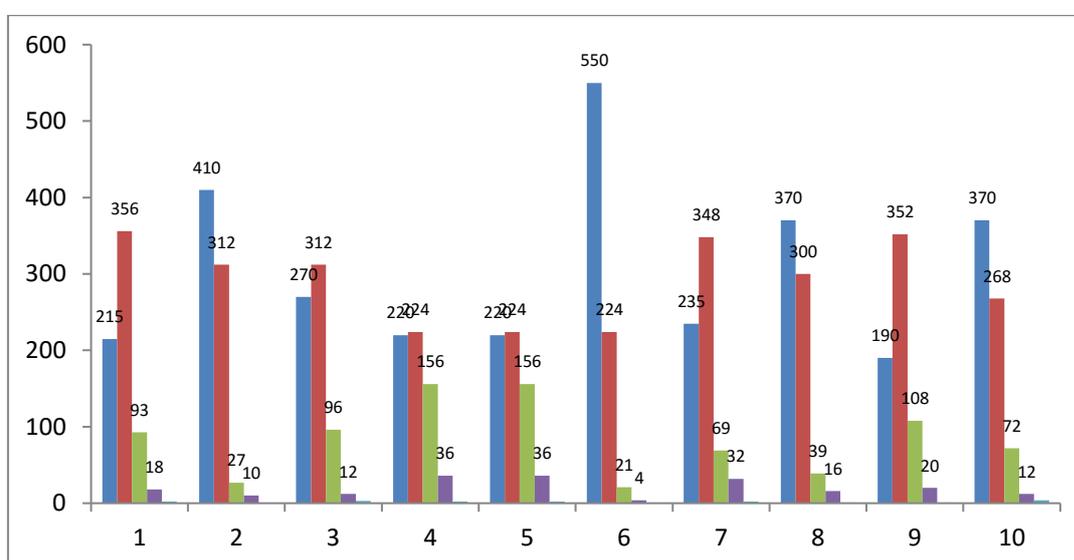
APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados podem ser apreciados pelas questões apresentadas aos alunos por meio das questões distribuídas pelos três blocos mencionados anteriormente, conforme apresentadas no Quadro 1. A resposta 1 se refere à alternativa ‘Concordo Plenamente’, a alternativa 2 à ‘Concordo’, a alternativa 3 à ‘Não concordo nem discordo’, a alternativa 4 à ‘Discordo’ e a alternativa 5 à ‘Discordo Plenamente’.

- O primeiro bloco de questões tinha a finalidade de identificar as práticas de hospitalidade mantidas entre os alunos, colaboradores e docentes e era formado pelas questões 1, 2 e 3 nos gráficos.
- O segundo bloco, procurou avaliar a prestação de serviços de educação entre os alunos, e é formado pelas questões 4, 5 e 6 nos gráficos.
- As quatro questões do terceiro bloco, buscaram analisar a autopercepção dos alunos sobre sua própria influência no curso de gastronomia e, se referem às questões 7, 8, 9 e 10 nos gráficos.

O Gráfico 1 mostra a distribuição das respostas pelas cinco alternativas da escala tipo Lickert utilizada no instrumento.

Gráfico 1 – Distribuição das respostas pelas alternativas do questionário



Fonte: Elaborado pelos Autores

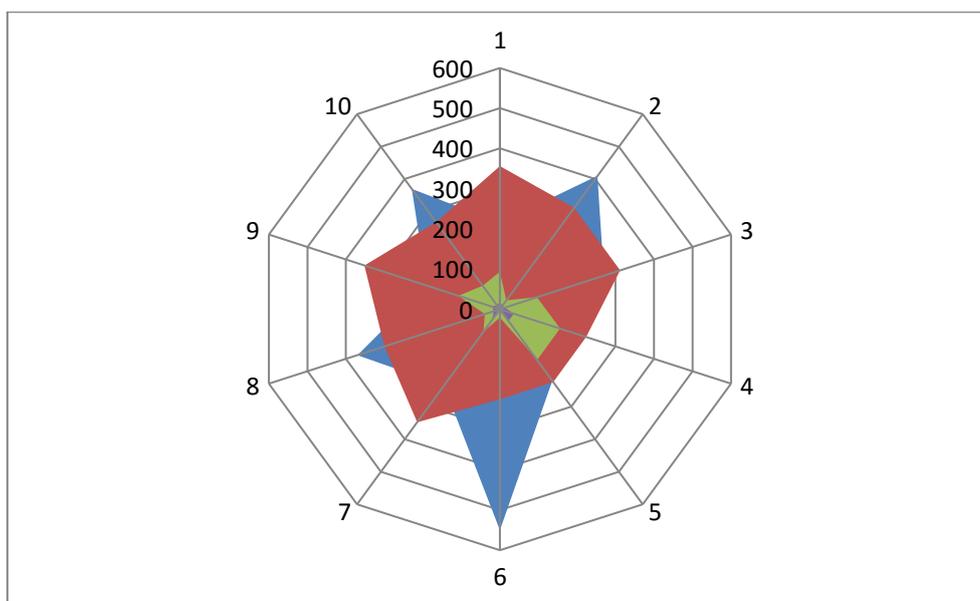
Como se pode perceber há uma predominância de respostas para as alternativas 1 e 2 em todas as questões. O resultado indica uma concordância com as proposições, embora se possa destacar que as questões 1, 3, 7 e 9 tiveram maior incidência sobre 'Concordo' ao invés de 'Concordo Plenamente'. Deve-se comentar as questões fora da média. Da mesma forma deve-se apontar que os resultados são muito positivos e que a análise a seguir buscou ser mais rigorosa no que concerne aos detalhes dos resultados em busca de melhoras para o curso.

A questão 1 [Ao ingressar no curso de Tecnologia em Gastronomia fui acolhido pelos docentes e pela equipe da coordenação do curso] obteve a média de 24,71% para a alternativa 1, enquanto a da alternativa 2 recebeu 51,15%, mais do que o dobro. Já a questão 3 [A receptividade dos docentes contribui no processo dinâmico de ensino e aprendizagem], a alternativa 1 recebeu 31,21% e a alternativa 2, 45,09%. Visto pelo prisma da hospitalidade, pode-se considerar que pelas respostas das questões 1 e 3, a recepção é, apenas, cumpridora,

não causando um impacto que exceda as expectativas. Indiscutivelmente estes resultados indicam a necessidade de melhorar a recepção aos alunos.

A questão 7 se refere às atividades curriculares e extracurriculares e propunha que ‘A organização da grade curricular do curso foi desenvolvida para atender as minhas necessidades de formação e para potencializar a minha inserção no mercado de trabalho’. A média de respostas para a alternativa 1 foi de 26,86% e para a alternativa 2 de 49,71%. Da mesma forma que nas questões anteriores, a diferença parece excessiva. Mais uma vez os resultados parecem indicar uma necessidade de adequar o currículo às necessidades percebidas pelos alunos no que tange ao seu futuro. Veremos que esta questão tem forte sintonia com a questão 9, analisada a seguir. A questão 9 propunha que ‘O curso de Gastronomia influencia positivamente no encaminhamento de meu futuro, e contribui na melhoria constante do curso a partir de instrumentos como: Avaliação Institucional e reuniões com representantes de curso’. Os respondentes deram a média de 21,9% para a alternativa 1 e 50,87% para a alternativa 2. Os alunos não perceberam a contribuição que os instrumentos de avaliação têm para sua competitividade no mercado.

Gráfico 2 – Proporção entre as alternativas 1 e 2



Fonte: Elaborado pelos Autores

Tudo parece indicar que se trata de uma questão de melhorar o tratamento e as informações já que a questão que obteve o melhor desempenho foi a 6, que propunha: ‘O acesso ao planejamento de aulas práticas no início do semestre, contendo todas as produções a serem realizadas contribui para minha organização pessoal como estudantes do curso’. Os alunos fortemente concordaram com o processo de disponibilização dos Planos de Aula e de Ensino, reconhecendo sua eficácia.

A segunda questão melhor avaliada é a 2, com a afirmação 'O método de ensino das aulas práticas proporciona a interação e integração dos estudantes'. Pode-se alinhar esta questão com a 6 e pensar que do ponto de vista dos métodos e dos processos o curso é muito bem avaliado. O que falta, então? Justamente o toque de hospitalidade na recepção e no acolhimento parecem ser os fatores que podem ser incrementados. Assim como a adequação do currículo às necessidades do mercado, na percepção dos alunos. O Gráfico 2 mostra visualmente a proporção entre as respostas às alternativas 1 e 2, confirmando o que já foi analisado.

A partir dos dados apresentados, considera-se satisfatória a prestação de serviços desenvolvida pelos envolvidos diretamente com os alunos na área de alimentos e bebidas da instituição pesquisada.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo teve por objetivo avaliar a percepção dos alunos de uma instituição de ensino brasileira que possui o curso de tecnologia em gastronomia em relação às suas práticas de hospitalidade. Considerando que a Hospitalidade, enquanto modelo de prática cultural, envolve o recepcionar e o acolher, pode-se argumentar que uma escola que possui um curso com este foco deve se esforçar por aplicá-la durante os processos de acolhimento aos alunos. Por este fim foram analisadas as relações entre professores e alunos, que assumiram os papéis de anfitrião e hóspede, respectivamente. Do ponto de vista de operacionalização do curso, a instituição pesquisada pode ser considerada, também como anfitriã, já que os processos e serviços não são imputados diretamente aos professores e coordenadores. Dessa maneira, considerou-se o desenvolvimento dos procedimentos organizacionais com vistas ao receber o estudante uma forma de hospitalidade.

Conforme mencionado anteriormente, o hábito de se alimentar representa uma atração tanto no contexto turístico quanto no contexto cultural. A partir dos aspectos aqui apresentados, observa-se a relevância do mercado de alimentos e bebidas, que são responsáveis por parte da movimentação turística mundial e podem vir a contribuir para o crescimento econômico e o desenvolvimento de uma região, bem como para o fortalecimento da identidade cultural de uma comunidade e reforço de uma tradição. A Gastronomia é considerada por especialistas um recurso turístico primário, bem como um verdadeiro produto turístico, e assim sua relevância é ressaltada no que concerne à difusão do turismo cultural, já que pode ser considerada como uma das formas de interpretação da vida social.

A partir dos dados apresentados, observou-se que o índice de satisfação dos alunos é considerado alto, verificando-se a prática de hospitalidade no que se refere às relações entre alunos/docentes e alunos/colaboradores. Embora, como mencionado, pode melhorar no sentido de inverter a incidência de respostas da alternativa 2 para 1. Observou-se, também a aplicabilidade das práticas de hospitalidade durante o contato docente/aluno e coordenação/aluno e, a perceptível qualidade na prestação de serviços aos alunos, principalmente tendo em vista a disponibilidade de infraestrutura, produtos e planejamento organizacional das disciplinas. Os pontos fortes da pesquisa são a sua contribuição para a

ampliação do debate sobre o tema da gastronomia no campo acadêmico, o preparo dos profissionais, por meio dos cursos especializados e sua importância para o turismo. Pelo fato da amostra se concentrar, apenas em um curso, pode-se considerar um ponto fraco a impossibilidade de se universalizar os resultados.

REFERÊNCIAS

- Abrasel - Associação Brasileira de Bares e Restaurantes. [Um horizonte positivo para o foodservice.](#)
- Brillat-Savarin, J-A. (1999). *Fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Boutaud, J.J. (2011). Compartilhar a mesa. p 1213-1230 In Montandon, A. *O livro da hospitalidade - Acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac.
- Brasil. (2016). América do Sul enviou 56,7% de todos os turistas estrangeiros que vieram ao Brasil em 2016. Ministério do Turismo, 03 ABR 2017.
- Brasil. (2013). *Parecer CNE/SE nº 436/2001*. Conselho Nacional de Educação
- Brasil. (2013). *Resolução CNE/CP nº 3*. Conselho Nacional de Educação.
- Brasil. (2013). *Resolução CNE/CES nº 1/1999, de 27 de janeiro de 1999 que dispõe sobre os cursos sequenciais de educação superior*. Conselho Nacional de Educação
- Brasil - Ministério da Educação. (2016). E-Mec.
- Camargo, L. O. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Castelli, G. (2003). *Administração hoteleira*. Caxias do Sul: Educus.
- Cohen, E. & Avieli, N. (2004). Food in tourism: Attraction and impediment. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 755-778.
- Cooper, C. (2007). *Turismo: princípios e práticas*. Porto Alegre: Bookman.
- Dencker, A. (2004). *Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Fernandez-Armesto, F. (2002). *Near a thousand tables. A history of food*. New York: The Free Press.
- Gimenes-Minasse, M.H.S. (2006). Patrimônio Gastronômico, Patrimônio Turístico: uma reflexão introdutória sobre a valorização das comidas tradicionais pelo IPHAN e a atividade turística no Brasil. *Anais... IV Seminário de Pesquisa em Turismo Mercosul*, Caxias do Sul, RS.



- Gimenes-Minasse, M.H.S. (2012). Estudos sobre a Gastronomia no Brasil: um estudo exploratório-descritivo sobre Dissertações de Mestrado concluídas entre 2007-2011. *Rosa dos Ventos*, 4(3), 279-299.
- Godoy, A., Wada, E.K.W., Rebelo, F.M.R.F., & Josiane, J.M.D.F.T. (2014, Agosto). Percepção dos estudantes da área ensino em alimentos e bebidas em relação aos serviços e práticas de hospitalidade: um estudo em uma instituição particular brasileira. In *TMS ALGARVE 2014 – Management Studies International Conference*.
- Kivela, J. & Crofts, J.C. (2005). Gastronomy tourism: A meaningful travel market segment. *Journal of Culinary Science & Technology*, 4(2-3), 39-55.
- Kivela, J. & Crofts, J.C. (2006). Tourism and gastronomy: Gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 30(3), 354-377.
- Lashley, C. & Morrison, A. (2004). *Em busca da hospitalidade - perspectiva para um mundo globalizado*. Barueri: Manole.
- Lugosi, P. (2008). Hospitality Spaces, Hospitable Moments: Consumer Encounters and Affective Experiences in Commercial Settings. *Journal of Foodservice*, 19 (2), 139-49.
- Mak, A.; Lumbers, M. & Eves, A. (2012). Globalization and food consumption in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 171-196.
- Malhotra, N.K. (2012). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. Porto Alegre: Bookman.
- Marques, J.A.T.M. (2011). Daniel Constant em 'o primeiro de janeiro' - Um quarto de século de turismo e gastronomia. *International Conference On Tourism & Management Studies*, 22, 1169-1172.
- Moretti, S.L.A. (2015). Encontros de hospitalidade, experiência de consumo e relacionamento com clientes: proposta preliminar para sua integração. *Anais... Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, Natal-RN, Brasil.
- Oliveira, C.R., Butuhy, C.R.R.S., Butuhy, J.C. & Inojosa, P.C. (2013). Hospitalidade: Um local de encontro da gastronomia com a bioética. *Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, 1, 77-86.
- Peccini, R. (2013). A Gastronomia e o Turismo. *Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 5(2), 206-217.
- Rocha, K. A. (2016). [A evolução do curso de gastronomia no Brasil](#). *Contextos da Alimentação – Revista de Comportamento, Cultura e Sociedade*, 4(2), 11-27.
- Santos, J.M.F. & Henriques, C.H.N. (2012). [Trilhos Turísticos na Gastronomia](#). *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 17-18, 1245-1256.
- SPCVB - São Paulo Convention & Visitors Bureau (2016). [visitesãopaulo](#).

Schlüter, R.G. (2003). *Gastronomia e turismo*. São Paulo: Aleph.

Wada, E. K. (2004) *Hospitalidade na gestão em meios de hospedagem: Uma realidade ou falácia*. Planejamento e gestão de hospitalidade e turismo: Formulação de uma proposta. São Paulo: Pioneira Thomson.

Recebido: 6 OUT 2016

Avaliado: OUT - NOV

Aceito: 11 MAR 2017

