

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
DEPARTAMENTO DE TURISMO
FACULDADE DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA

LUÍSA BAUNILHA DE ALMEIDA

**HOSPITALIDADE EM PARQUES TEMÁTICOS:
UMA BREVE ANÁLISE DO *HOPI HARI***

NITERÓI

2016

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

LUÍSA BAUNILHA DE ALMEIDA

**HOSPITALIDADE EM PARQUES TEMÁTICOS:
UMA BREVE ANÁLISE DO *HOPI HARI***

Trabalho de Conclusão de Curso, Apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Hotelaria da Universidade Federal Fluminense como requisito parcial à obtenção do título de Tecnóloga em Hotelaria.

Orientador: Prof. D.Sc. Ari da Silva Fonseca Filho

NITERÓI

2016

Ficha Catalográfica elaborada pela Biblioteca Central do Gragoatá

A447 Almeida, Luisa Baunilha de.
Hospitalidade em parques temáticos: uma breve análise do Hopi Hari / Luisa Baunilha de Almeida. – 2016.
33 f. ; il.
Orientador: Ari da Silva Fonseca Filho.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Hotelaria) –
Universidade Federal Fluminense, Faculdade de Turismo e Hotelaria,
2016.
Bibliografia: f. 31-33.

1. Hospitalidade. 2. Parque temático. 3. Hopi Hari (Vinhedo, SP).
I. Fonseca Filho, Ari da Silva. II. Universidade Federal Fluminense.
Faculdade de Turismo e Hotelaria. III. Título.

LUÍSA BAUNILHA DE ALMEIDA

HOSPITALIDADE EM PARQUES TEMÁTICOS:
UMA BREVE ANÁLISE DO HOPI HARI

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado na Universidade Federal
Fluminense, como requisito parcial à
obtenção do título de Tecnóloga em
Hotelaria.

Aprovada em 26 de julho de 2016.

BANCA EXAMINADORA

Orientador Prof. D.Sc. Ari da Silva Fonseca Filho
(Universidade Federal Fluminense)

Convidada Prof. M.Sc. Lúcia Oliveira da Silveira Santos
(Universidade Federal Fluminense)

Professor STT Prof. M.Sc Frederico Cascardo Alexandre e Silva
(Universidade Federal Fluminense)

NITERÓI

2016

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a todos aqueles que me permitiram chegar aqui: familiares, amigos e colegas. Cada um que teve algum tipo de influência na minha vida é um pouco responsável por esse pequeno sucesso.

Dentre essas pessoas, eu gostaria de destacar o professor Ari, meu orientador, que não desistiu de mim mesmo quando eu demorei uma eternidade para apresentar resultados e para finalmente concluir esse TCC.

Gostaria de destacar também Lohanne Muniz e Séfora Pereira, que além de me aguentarem durante dois anos e meio, ainda me deram um suporte indescritível na hora de montar e revisar esse trabalho.

E, por último, mas não menos importantes, os melhores amigos do mundo, carinhosa e ironicamente intitulados *Untitled*, por me apoiarem o tempo inteiro.

A todos aqui citados, meu mais sincero obrigado. Porque sem vocês eu certamente não estaria aqui agora.

SUMÁRIO

RESUMO	5
ABSTRACT	5
INTRODUÇÃO	5
1 HISTÓRICO DO PARQUE	7
2 PARQUES TEMÁTICOS E HOSPITALIDADE	10
2.1 CONCEITUANDO PARQUES TEMÁTICOS	10
2.2 CONCEITUANDO A HISTÓRIA DO <i>HOPI HARI</i>	12
2.3 CONCEITUANDO HOSPITALIDADE	14
3 ANÁLISE DE DADOS	16
3.1 ACESSO AO PARQUE	16
3.2 <i>HOPIBUS</i>	18
3.3 ESTACIONAMENTO	19
3.4 ATRAÇÕES E PASSAPORTES	19
3.5 ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA	21
3.6 ALIMENTAÇÃO	22
3.7 LIMPEZA	23
3.8 COLABORADORES	25
3.9 <i>SITE</i> DO PARQUE	27
CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS	31

RESUMO

O Hopi Hari é um parque temático inaugurado em 1999 na cidade de Vinhedo, estado de São Paulo. Como tal, procura encantar seus visitantes e proporcionar-lhes diversão, lucrando com isso. Em seus quase 17 anos de atividades, o Hopi Hari teve um histórico conturbado e passou por diversas provações que, até então, não extinguiram sua existência. O presente trabalho se propõe a analisar a hospitalidade efetivada pelo parque, a fim de esclarecer se ela é satisfatória ou não e como ela se aplica ao conceito principal do parque de ser uma nação, preparada para receber seus visitantes e garantir-lhes uma boa dose de diversão.

Palavras-chave: Hospitalidade. Parque temático. *Hopi Hari*.

ABSTRACT

The Hopi Hari is a theme park opened in 1999 in Vinhedo, São Paulo State. As such, it seeks to delight its visitors and provide them with fun, profiting from it. In its almost 17 years of activity, Hopi Hari had a complicated historic and has undergone several trials that, until then, did not extinguish its existence. This study aims to analyze the hospitality carried out by the park in order to clarify whether it is or it is not satisfactory and how it applies to the main concept of the park to be a nation, ready to receive visitors and guarantee them a good dose of fun.

Key words: Hospitality. Theme Park. Hopi Hari.

INTRODUÇÃO

Parques de diversões ou temáticos foram criados para divertir as pessoas. Com temas específicos, têm a capacidade de inserir seus clientes em um "universo quase paralelo", onde a diversão é o objetivo principal. Porém, assim como todo empreendimento que lida diretamente com pessoas, um parque temático também precisa de colaboradores que recebam bem o público, ou a imagem do parque se mancha e a novidade perde força. Nesse universo, a hospitalidade precisa se adequar não só ao público, mas também à proposta que o parque visa oferecer.

No *Hopi Hari*, inaugurado no ano de 1999, em Vinhedo, São Paulo, imergir seus visitantes no universo criado pelo parque é levado tão a sério que o parque se autodenomina um país, com direito a capital, idioma próprio, hino, povo e bandeira. Fazendo parte de um complexo maior, o *Vida Completa SerrAzul*, oferece não só diversão como também alimentação e alojamento e é considerado um dos maiores parques temáticos da América Latina, apesar de, atualmente, encontrar-se em uma situação financeira comprometida, ocasionada por dívidas adquiridas ao longo dos anos e que não puderam ser quitadas, mesmo apresentando significativo faturamento anual.

Apesar das dificuldades, o *Hopi Hari* continua abrindo suas portas para os visitantes, oferecendo diversão, alimento, entretenimento (CAMARGO, 2004) e uma hospitalidade específica: a hospitalidade comercial (TELFER, 2004), que relaciona o bom tratamento com um pagamento em dinheiro, modificando uma das características mais marcantes da hospitalidade que é a reciprocidade. Entender como essa hospitalidade se manifesta e se adequa a um local que se autodenomina uma nação, adequando-se também às expectativas dos visitantes e sendo percebida de uma forma natural pode ajudar a entender como se dá o processo de atração e recebimento de visitantes em um ambiente que trata a fantasia como uma realidade e por que tais métodos são efetivos.

Mas em que medida a configuração do parque *Hopi Hari* efetiva a hospitalidade de seus funcionários e infraestrutura para com os visitantes do local? Tendo em vista essa questão norteadora, esse artigo tem como objetivo geral realizar um estudo sobre o parque temático *Hopi Hari*, pela ótica da hospitalidade, esmiuçando-o em três objetivos específicos, que são: identificar na literatura existente sobre hospitalidade os conceitos que se aplicam a parques temáticos; investigar como a hospitalidade é desenvolvida no local, tendo em vista os serviços prestados e a infraestrutura; e, por fim analisar a hospitalidade do parque, com base em depoimentos e relatos de visitantes que tiveram a oportunidade de visitar o parque nos últimos cinco anos.

O estudo aqui realizado é de caráter exploratório, uma vez que busca mais informações sobre o parque temático *Hopi Hari* e a hospitalidade efetiva nele (CERVO; BERVIAN; DA SILVA, 2007).

Por meio de uma pesquisa bibliográfica, definiram-se conceitos básicos da hospitalidade, aplicáveis aos parques temáticos. Depois, a fim de obter informações

sobre o parque e explorar a forma como os visitantes percebem a hospitalidade efetuada nele, foram realizadas entrevistas estruturadas com oito pessoas que visitaram o local, nos últimos cinco anos (entre 2012 e 2016), tendo a finalidade de captar as percepções referentes à hospitalidade do parque. E, ainda, foram consideradas 530 avaliações feitas sobre o parque pelo site *TripAdvisor*, no mesmo período definido para os entrevistados, buscando identificar o nível de hospitalidade efetivado em cada uma das seguintes categorias: acesso ao parque, estacionamento, atrações e passaportes, limpeza, alimentação, acessibilidade para pessoas com deficiência, colaboradores e o site do parque. Essas avaliações foram divididas dentre categorias supracitadas e organizadas de acordo com a relevância e seu teor (crítica, sugestão ou elogio).

Ao fim da etapa de pesquisa, os dados obtidos na pesquisa de campo e na pesquisa bibliográfica foram reunidos e analisados por esta pesquisadora, que tirou suas conclusões e as apresenta aqui em forma de artigo.

1 HISTÓRICO DO PARQUE

Desde antes de sua inauguração em 1999, o parque temático *Hopi Hari* teve um histórico conturbado. Em 1997, as obras foram embargadas pelo Ministério Público sob suspeita de ter um impacto ambiental negativo¹, já que a área em que o parque ficaria situado faz parte de uma reserva da Mata Atlântica. Boatos de que o parque destruiria parte da floresta surgiram, mas após uma consultoria feita por uma empresa especializada, as obras puderam prosseguir.

O investimento, projetado e construído pela *International Theme Park Services Inc*, com sede nos EUA, era controlado pelo Grupo *Playcenter* e foi vendido ainda durante sua construção para a GP Investimentos², que mudou seu nome original, *Playcenter Great Adventures* para *Hopi Hari*.

Com um faturamento anual de 70 milhões de reais, quando o esperado orbitava um mínimo de 200 (milhões de reais) e dívidas acumuladas com o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e com fornecedores, o parque começou a dar prejuízo ao invés de lucro e chegou a custar um equivalente

¹ Promessa verde. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/710/noticias/promessa-verde-m0053359>> Acesso em: 2 jul. 2016.

² Todas as faces da GP. Disponível em: <http://www.mixxer.com.br/exame/080102_Todas_as_faces_da_GP.htm> Acesso em: 2 jul. 2016.

a 1 centavo³ no mercado de ações, o que levou seus donos a doá-lo em 2009 para a Íntegra, uma empresa de consultoria especializada em recuperar empreendimentos próximos da falência⁴.

A fim de trazer novas atrações ao parque e atrair mais visitantes, a nova proprietária investiu mais de 100 milhões de reais no espaço ao firmar um acordo com a *Warner Bros.*⁵, que trouxe personagens já conhecidos do público para a temática do parque tais quais os *Looney Tunes* e os heróis da Liga da Justiça. Nem a parceria foi suficiente para quitar as dívidas do parque e a situação do mesmo foi apenas piorando.

Em 2012, um acidente fatal na atração *La Tour Eiffel*⁶, quando uma adolescente de 14 caiu do brinquedo por causa de uma trava de segurança que não funcionava corretamente, apenas contribuiu mais para a instabilidade financeira, diminuindo o número de visitantes. Um ano depois, boatos de que o parque seria comprado pela *Walt Disney Company* animaram diversos frequentadores e criaram expectativas positivas⁷, mas a compra ou uma possível parceria nunca foram efetuadas.

Dois arrastões⁸ e um roubo⁹ ajudaram a manchar mais ainda a imagem do parque, que foi acusado de ser inseguro e aumentou o receio por parte dos visitantes e dos próprios colaboradores, que também foram prejudicados com a onda de crimes.

³ Onde o *Hopi Hari* vai Parar? Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20160115/onde-hopi-hari-vai-parar/334427>> Acesso em: 27 jun. 2016.

⁴ GP Investimentos fecha acordo para venda do *Hopi Hari*. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,gp-investimentos-fecha-acordo-para-venda-do-hopi-hari,323844>> Acesso em: 2 jul. 2016.

⁵ *Hopi Hari* e Warner Bros. fecham acordo de licenciamento. Disponível em: <<http://www.dci.com.br/comercio/hopi-hari-e-warner-bros--fecham-acordo-de-licenciamento-id250635.html>> Acesso em: 2 jul. 2016.

⁶ Adolescente morre após acidente em parque de diversões no interior de SP. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2012/02/adolescente-morre-apos-acidente-em-parque-de-diversoes-no-interior-de-sp.html>> Acesso em: 2 jul. 2016.

⁷ O *Hopi Hari* vai virar Disney? Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-hopi-hari-vai-virar-disney/68549/>> Acesso em: 2 jul. 2016.

⁸ Sem armas, bandidos fazem segundo arrastão no *Hopi Hari* em um mês. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/10/1536872-ladroses-se-passam-por-visitantes-e-fazem-2-arrastao-no-hopi-hari.shtml>> Acesso em: 2 jul. 2016.

⁹ Bandido leva R\$ 70 mil de funcionários do *Hopi Hari*. Disponível em: <http://portal.tododia.uol.com.br/_conteudo/2014/08/cidades/38578-bandido-leva-r-70-mil-de-funcionarios-do-hopi-hari.php> Acesso em 2 jul. 2016.

Com a falta de dinheiro para investir em novas atrações, os escândalos e as dívidas, o parque começou a ter seu funcionamento prejudicado, com atrações fechando sem data para reabrir¹⁰ e ocasionando na diminuição dos clientes, que desistem de voltar ao parque por causa desse quadro. Algumas até reabriram, mas repletas de ressalvas, como é o caso do Rio Bravo¹¹, uma das mais adoradas atrações do parque, que agora só funciona durante um horário restrito e é pago à parte.

Em 2016, o clima de instabilidade financeira chegou a seu ápice, quando no primeiro mês do ano, um de seus credores pediu a falência do empreendimento¹², que foi contestada na Justiça¹³ e passa atualmente pelos trâmites legais.

Na tentativa de aumentar seu faturamento, principalmente nas épocas de baixa temporada, o parque investe em eventos especiais. O mais famoso deles é a Hora do Horror, completa 15 anos de existência no ano vigente, evento inspirado nas Noites do Terror, do extinto parque *Playcenter*¹⁴.

Atualmente, o *Hopi Hari* planeja uma edição desse evento, contando com uma parceria feita com o próprio Grupo *PlayCenter*¹⁵. O evento em questão ocorre anualmente nos meses de agosto e setembro, desde 2002 e demonstrado uma aderência muito grande por parte do grande público.

Diante dos fatos supracitados, há um clima de incerteza a respeito da possível extinção do parque. Resta saber se o empreendimento sobreviverá ao ano de 2016 ou fará deste o último ano de existência do "país mais divertido do mundo". Na próxima página, uma foto panorâmica do parque.

¹⁰ Mesmo nas férias, *Hopi Hari* fecha 1 de cada 3 atrações. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,mesmo-nas-ferias-hopi-hari-fecha-1-de-cada-3-atracoes,1621327>> Acesso em: 1 jul. 2016.

¹¹ Rio Bravo reabre em operação temporariamente exclusiva. Disponível em: <<http://www.hopiharimania.com/2016/01/rio-bravo-reabrir-em-operacao.html>> Acesso em: 2 jul. 2016.

¹² Credor pede falência do *Hopi Hari*. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4388996/credor-pede-falencia-do-hopi-hari>> Acesso em: 2 jul. 2016.

¹³ Empresário cobra R\$ 5,9 milhões do *Hopi Hari* e pede falência na Justiça. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2016/01/empresario-cobra-r-59-milhoes-do-hopi-hari-e-pede-falencia-na-justica.html>> Acesso em: 2 jul. 2016.

¹⁴ Playcenter promove última edição das Noites do Terror. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/playcenter-ultima-edicao-noites-do-terror>> Acesso em: 01 jul 2016

¹⁵ Hora do Horror 2016 + Noites do Terror no *Hopi Hari*, nova parceria entre o parque e o Grupo Playcenter. Disponível em: <<http://itatibanews.com/hora-do-horror-2016-noites-do-terror-no-hopi-hari-nova-parceria-entre-o-parque-e-o-grupo-playcenter/>> Acesso em: 27 jun 2016

Figura 1 – imagem panorâmica do *Hopi Hari*.



Fonte: Site oficial do *Hopi Hari*

2 PARQUES TEMÁTICOS E HOSPITALIDADE

2.1 CONCEITUANDO PARQUES TEMÁTICOS

Em português, os termos "parque temático" e "parque de diversões" não possuem nenhuma definição direta, portanto, é preciso recorrer ao termo original, em inglês (*amusement park*), que significa "[...] um lugar que possui diversos jogos e brinquedos (como montanhas-russas e carrosséis) para o entretenimento" (tradução livre)¹⁶, de acordo com o dicionário *Merriam-Webster*.

O verbete "entretenimento" nos remete à classificação de Camargo (2004) a respeito da hospitalidade. De acordo com ele, ela pode ser dividida em quatro diferentes atos – receber, hospedar, alimentar e entreter – que podem ocorrer em quatro diferentes contextos – doméstico, público, comercial e virtual. Para ele, ser hospitaleiro não é apenas uma recepção calorosa, mas todos os atos envolvidos no processo durante o qual uma pessoa está deslocada de seu hábitat natural. Para ser considerado hospitaleiro, deve-se suprir todas as necessidades daquele deslocado, sejam elas referentes à alimentação, entretenimento, segurança ou simplesmente um encontro amistoso.

O domínio doméstico é aquele que se refere às residências, quando uma pessoa recebe familiares, vizinhos, amigos ou outros grupos e indivíduos. O domínio público remete ao Estado e refere-se aos espaços públicos de cidades e a vida

¹⁶ *Amusement Park*: "[...] a place that has many games and rides (such as roller coasters and merry-go-rounds) for entertainment". Disponível em: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/amusement%20park>> Acesso em: 2 jul. 2016.

urbana no geral. O domínio comercial é caracterizado pelos empreendimentos comerciais, tais como empresas, hotéis, restaurantes, parques temáticos, entre outros. E, por fim, o domínio virtual remete à internet.

Receber é basicamente o ato de recepcionar e acolher alguém. Hospedar pode ser o ato de proporcionar abrigo a alguém, mas também dedicar tempo e calor humano a alguém, ofertando afeto ou segurança, mesmo que por um curto período de tempo. Alimentar representa a oferta de alimento ao hóspede ou convidado. E entreter é garantir que essa pessoa tenha momentos agradáveis enquanto estiver em sua companhia, sob seu teto ou sob sua responsabilidade.

Em um parque temático, o entreter talvez seja o ato mais importante, uma vez que esse é o propósito principal de sua existência: proporcionar bons momentos de descontração e lazer aos seus visitantes.

Lazer que é classificado pelo próprio Camargo (2008) como algo que acontece apenas durante o tempo livre e não pode ser passivo, ocorrendo através de diversas e distintas atividades que, ainda de acordo com sua definição podem se dividir em vários tipos: físicas, manuais, artísticas, intelectuais, associativas e turísticas.

Em um parque temático, destacam-se as atividades associativas, que são aquelas onde existe um grande nível de sociabilidade, seja com amigos, parentes ou outros conhecidos. Já visitar um parque temático como o *Hopi Hari*, que se posiciona como um país, a atividade turística se destaca.

Camargo (2008, p. 26) afirma que "O interesse cultural central dos indivíduos que buscam este gênero de atividades é a mudança de paisagem, ritmo e estilo de vida". Essa passagem conceitua o propósito de se realizar turismo e acaba por explicitar também o propósito de um parque temático, que é entreter seus visitantes em uma realidade diferente da deles. Camargo (2008, p. 27) argumenta que:

Conhecer novos lugares, novas formas de vida e, além de tudo, poder num curto período alterar a rotina cotidiana, utilizando o tempo nobre de férias e fins de semana, tudo isso supõe um conjunto de atitudes que normalmente deveria merecer menos descaso por parte da sociedade.

Levando-se o pensamento dele em consideração, conclui-se que um parque temático é o lugar ideal para realizar esse tipo de atividade de lazer, visto que é um

local criado especialmente para que o visitante possa sair de sua realidade e se inserir em um mundo completamente diferente do que está acostumado.

No caso específico do *Hopi Hari*, o parque é uma diferente nação onde, além de se divertir nos brinquedos e atrações, o visitante ainda pode conhecer os habitantes daquele local – os colaboradores que participam de shows no parque –, que se caracterizam de acordo com a região da qual fazem parte. Suas vestimentas, maquiagens e maneiras deixam transparecer a cultural local, reforçando a ideia de que a cultura *hópia* é diferente da cultura dos visitantes, justamente por ser de um país diferente, que, de acordo com sua história fictícia, teve influência de diversas nações e povos (franceses, alemães, italianos, holandeses e portugueses) e foi moldando-se através dos anos para se tornar o que é apresentado aos visitantes atualmente.

2.2 CONCEITUANDO A HISTÓRIA DO HOPI HARI

Essa mistura de diferentes nacionalidades de forma harmônica acaba por construir uma identidade para o parque, conceito abordado por Grinover (2006) como diretamente ligado à hospitalidade. Para que a noção de identidade seja construída em uma nação é preciso despertar uma noção de pertencimento, que começa com uma história, um passado. O *Hopi Hari* construiu essa história de forma criativa, para explicar cada uma de suas regiões e por que elas são como são.

Várias origens são dadas ao país fictício, dentre elas a hipótese de que o *Hopi Hari* nasceu como um presente dos deuses ou nada mais é do que uma colônia de férias extraterrestre¹⁷, mas a mais verossímil é a de que o *Hopi Hari* é apenas um lugar destinado aos viajantes, para que esses descansem e divirtam-se em meio a suas viagens. Um lugar que nasceu da união de imigrantes de vários países, numa verdadeira miscigenação cultural. Esses imigrantes teriam vindo de seus países de origem e se estabelecido na nova nação, sem uma expectativa de retornar.

Essas pessoas têm fortes vínculos com suas terras de origem e suas tradições, mas sem a ilusão de um retorno ao passado. Elas são obrigadas a negociar com as novas culturas em que agora vivem, sem perder completamente sua identidade. Elas carregam os traços das culturas, das tradições, das linguagens e das histórias particulares (GRINOVER, 2006, p. 45).

¹⁷ História do *Hopi Hari*. Disponível em: <<http://www.hopihari.com.br/historia/>> Acesso em: 01 jul. 2016.

Esse trecho corrobora a ideia que o *Hopi Hari* tenta passar através de uma de suas possíveis origens e ajuda a entender como surgiu o país *hópiu*, a começar por sua primeira região, *Kaminda Mundi*, que no *hopês*, idioma local fictício, significa "Caminho do Mundo". Este recebeu esse nome em homenagem aos primeiros habitantes de *Hopi Hari*, vindos de países diversos (como explicado anteriormente). A arquitetura dessa área do parque é inspirada em alguns países europeus, tais quais: França, Alemanha, Itália, Portugal e Holanda.

A história de *Hopi Hari* conta que os primeiros moradores do país eram dessas nações e por isso construíram suas novas casas nos moldes de suas culturas originais, como uma forma de se lembrar de onde vieram. Essa mistura de culturas ajuda a criar uma noção de identidade única, pois no momento em que o visitante deixa uma construção tipicamente alemã ele visualiza uma construção italiana. É uma arquitetura conhecida, mas misturada, criando uma nova identidade local.

Ao longo dos anos, *Hopi Hari* começou a apresentar uma grande e crescente taxa de natalidade, o que incentivou os *hópius* e *hópias* (como são chamados os habitantes do local) a criar uma região destinada aos seus filhos. Nasceu assim, *Infantasia*, uma região destinada aos infantes, fundada quando os primeiros habitantes de *Hopi Hari* começaram a apresentar uma crescente taxa de natalidade. A presença de personagens dos *Looney Tunes* (que substituíram os da Vila Sésamo após a parceria firmada com a *Warner Bros.*) cria uma atmosfera infantil, agradável, que ajuda a corroborar a história do local.

Conforme *Hopi Hari* começou a crescer, sentiu-se a necessidade de possuir uma capital oficial. Para isso, obras começaram a ser feitas a fim de construir a desejada capital. Porém, no meio do processo, escavações realizadas para preparar o terreno para as construções acabaram se deparando com um enorme sítio arqueológico repleto de mistérios, que revelou incontáveis fósseis, pirâmides, entre outros. A região então foi descartada como futura capital e batizada de *Mistieri*, por ainda estar envolta em tanto mistério.

Para estabelecer uma capital, os *hópius* e *hópias* avançaram para uma região mais a nordeste, até então inabitada. Assim criou-se *Aribabiba*, a capital de *Hopi Hari*, considerada um local agradável e com energias positivas onde os habitantes

afirmam que é possível ficar mais alegre apenas por estar ali. Por isso, o local tem esse nome que, em *hopês* significa "Viva a vida com alegria".

A expansão de *Hopi Hari* pararia aí, se não fosse por um *hópiu* que, durante sua pescaria no Rio Bravo, pescou uma enorme pepita de ouro. Ao descobrir que aquela região estava recheada de pedras preciosas, vários habitantes e imigrantes do velho oeste norte-americano se estabeleceram ali em busca de ouro. Surgiu assim, *Wild West*, um novo velho oeste.

Todas essas regiões fazem parte de uma mesma nação, que possui bandeira, idioma e hino próprios, mas são bem delineadas. Fica relativamente fácil transitar entre elas seguindo as diversas placas existentes ou utilizando um mapa do local, reproduzido abaixo.

Figura 2 – Mapa das atrações do parque.



Fonte: Google Imagens

2.3 CONCEITUANDO HOSPITALIDADE

Por mais que a história da nação *Hopi Hari* seja consistente, ele ainda é um parque temático e, como tal, objetiva entreter seus visitantes e lucrar com isso. Enquanto a atmosfera do local e o bom humor dos habitantes – os colaboradores – visam demonstrar uma hospitalidade genuína, ela na verdade é puramente comercial (TELFER, 2004).

Telfer (2004) explica bem as diferenças entre a hospitalidade genuína e a comercial, salientando que ambas têm como premissa o bem-estar do hóspede ou visitante, mas são movidas por objetivos finais diferentes.

Enquanto a hospitalidade tradicional se pauta no bem receber e na ideia de fazer com que o hóspede ou visitante se sinta bem, a hospitalidade comercial visa lucros. Ambas as formas de hospitalidade esperam que o visitante se sinta bem, mas a segunda vai além desse conceito e vê o bem estar como um caminho para atingir seu real objetivo.

Entende-se, portanto, que a hospitalidade comercial também se utiliza do conceito básico de bem receber, mas não como produto final e sim como meio de atingi-lo. O que motiva essa forma de hospitalidade não é a recompensa psicológica (alegria e bem-estar), mas a econômica (TELFER, 2004), tendo em vista que empreendimentos procuram deixar seus clientes satisfeitos uma vez que essa satisfação traz uma recompensa monetária.

Seria o parque então hospitaleiro? Ou apenas um bom hospedeiro? Telfer (2004) traz os dois conceitos traçando um comparativo entre receber bem pelo simples ato de receber e receber bem para ser recompensado de alguma forma, o que nos leva de volta ao conceito inicial do *Hopi Hari*: o país mais divertido do mundo.

Além de habitantes, os *hópius* e *hópias* são também colaboradores, que tentam passar a ideia de hospitalidade genuína enquanto recebem salários por isso no final do mês. Para que esse sentimento de hospitalidade genuíno se faça presente, é preciso observar as influências ao comportamento dos colaboradores (MULLINS, 2004).

De acordo com Mullins (2004), além do próprio indivíduo, devem-se considerar também o grupo, a organização e o ambiente para isso. Fazem-se necessários, portanto, uma boa equipe, que saiba conviver; um bom ambiente de trabalho, onde os colaboradores se sintam seguros e livres; e uma organização que os permita realizar seus trabalhos, dando segurança e estabilidade financeira, treinamento e funções claras para cada cargo.

3 ANÁLISE DE DADOS

Nesse trabalho, a hospitalidade do parque temático *Hopi Hari* é analisada sob a ótica dos quatro atos classificados por Camargo (2004) – receber, hospedar, alimentar e entreter –, no contexto de dois domínios: o comercial e o virtual. Também são analisadas sua acessibilidade, sua legibilidade e sua identidade através dos conceitos de Grinover (2006). Como suporte para os conceitos anteriores, a visão de Telfer (2004) a respeito da hospitalidade.

A fim de realizar essa análise da melhor maneira possível, o *Hopi Hari* foi dividido em categorias, de acordo com as áreas do parque e os serviços prestados: acesso ao parque, estacionamento, atrações e passaportes, limpeza, alimentação, acessibilidade para pessoas com deficiência, colaboradores e, por fim, o site do parque. Durante a pesquisa, entrevistas estruturadas foram realizadas com oito pessoas conhecidas da autora deste artigo, que visitaram o parque nos últimos cinco anos, período compreendido entre os anos de 2012 e 2016. Essas pessoas informantes serão chamadas de Entrevistados, de 1 a 8, a fim de preservar suas identidades.

Além disso, para que a pesquisa fosse mais ampla e compreendesse melhor o período escolhido, também foram reunidas aleatoriamente e analisadas 530 opiniões do site *TripAdvisor*, dadas por pessoas que também visitaram o parque nesse mesmo intervalo de tempo.

As opiniões e entrevistas foram cruzadas e analisadas, a fim de obter um quadro mais amplo e verossímil da hospitalidade do parque nesse período de cinco anos.

3.1 ACESSO AO PARQUE

Situado em Vinhedo, São Paulo, no km 72 da Rodovia dos Bandeirantes, o parque fica localizado a 35 minutos da capital e a 15 minutos de Campinas. É possível chegar até ele por meio de automóvel próprio ou alugado, ônibus ou vans fretados (como os de excursões), linhas comuns de ônibus que passam pela rodovia ou do *HopiBus*, o ônibus do *Hopi Hari*, que sai das cidades próximas (Campinas, Diadema, Guarulhos, Osasco, Santo André) e da Grande São Paulo, passando por pontos estratégicos, tais como: metrô (Barra Funda, Tatuapé, Tietê, Ana Rosa, Paraíso, Santa Cruz), shopping centers (Eldorado, Central Plaza, Metrôpole e

Morumbi), terminais rodoviários (Campinas – Terminal Metropolitano) ou pontos importantes (Avenida Paulista).

O trajeto é simples, basta seguir a rodovia. Pelo fato do parque poder ser avistado de longe, os visitantes já podem se localizar melhor após vê-lo, mas ainda assim há críticas a respeito da segurança por ali. A Entrevistada 1, visitou o parque no ano de 2015, contou que foi assaltada dentro de um ônibus comum na ida ao parque e se sentiu um pouco intimidada no percurso que fez do momento em que desceu na rodovia e encaminhou-se à entrada do parque. O assalto talvez não pudesse ser impedido com mais policiamento, mas a sensação de insegurança no percurso a pé, sim.

Sendo um parque fixo de grande porte e também o único do tipo na região atualmente, poderia haver algum tipo de acordo com o governo, a fim de aumentar o policiamento na região e melhorar a segurança tanto para os clientes, quanto para possíveis transeuntes.

Após adentrar o parque, os visitantes precisam passar por uma revista de mochilas e detectores de metais, para garantir que não estão portando quaisquer objetos proibidos, tais como: isopores, guarda-chuvas, paus de selfies, bandeiras, fogos de artifício, bebidas alcoólicas, entre outros¹⁸.

Por um lado, essa revista é bastante importante e compreensível, pois os objetos proibidos de adentrar o local tem suas razões para isso. Alguns podem ferir outras pessoas mesmo que sem querer (como os guarda-chuvas) ou provocar acidentes (como os fogos de artifício), além de alterar seus comportamentos (bebidas alcoólicas em excesso, puras ou misturadas). Os alimentos perecíveis, por exemplo, podem estragar ao longo do dia e, se forem consumidos nesse estado, fazer com que o visitante passe mal. Se for consumido juntamente com os alimentos comercializados no parque, pode ocasionar a mesma situação e o parque terminar sendo acusado injustamente de comercializar alimentos estragados. Por essas razões a revista se faz importante, mas é preciso cautela na hora de realizá-la.

A Entrevistada 2 afirmou não ter se sentido acolhida no momento da revista das mochilas, por considerar a ação invasiva e mal explicada. Já o Entrevistado 7 afirmou que achou aquele ato importante, justamente para evitar os problemas já mencionados acima. A Entrevistada 4, por sua vez, corroborou com o pensamento

¹⁸ Perguntas frequentes (FAQ). Disponível em: <<http://www.hopiharionline.com.br/Duvidas/>> Acesso em 1 jul. 2016.

do 7 e complementou dizendo que era bastante oportuno que essa revista fosse realizada ainda no estacionamento, uma vez que se tornava mais prático guardar objetos eventualmente proibidos no carro sem precisar sair do parque para isso.

3.2 HOPIBUS

A lista de lugares contemplados pelo *HopiBus* é até grande, mas seus horários são fixos e todos de manhã bem cedo. Mesmo que o parque normalmente só abra às 11h30 (às vezes 10h30) o ônibus começa a passar nos lugares mais distantes entre as 6h e às 7h da manhã, a fim de pegar as pessoas a tempo de deixá-las no parque no momento em que ele abre.

Os horários de saída dos pontos de encontro e do parque são fixos e há apenas uma viagem de ida e uma de volta do *HopiBus* por dia, ambas inclusas em um pacote fechado de 50 reais. Talvez mais pessoas se interessariam pelo serviço se ele fosse um pouco mais barato, como apontou a Entrevistada 1 ou se ele tivesse outros horários de volta, como sugeriu o Entrevistado 7, visto que o único disponível é 15 minutos após o fechamento do parque (o que ocorrer às 18h45 ou às 20h45, dependendo do dia).

Além disso, o veículo é um modelo de viagem comum, com uma escada na porta ao lado do motorista. Por causa disso, o ônibus não é acessível a cadeirantes, que exigiriam um piso rebaixado ou um elevador para acessá-lo. Abaixo, uma foto do ônibus, visto por fora.

Figura 3 – imagem do *Hopi Bus*.



Fonte: Google Imagens

3.3 ESTACIONAMENTO

O estacionamento do *Hopi Hari* é grande, mas não hospitaleiro. A começar pelo preço, que nos cinco anos aqui compreendidos variou de 40 a 55 reais pela estadia completa. O preço é alto, principalmente quando se considera o valor já pago pelo passaporte, que variou de 80 a 129 reais nesses cinco anos.

As vagas não são numeradas, portanto, o visitante precisa guardar a posição de sua vaga para evitar a perda do veículo, uma vez que os colaboradores não fazem um controle e, portanto, não saberão indicar onde os veículos se encontram.

Além desse pequeno desconforto, os colaboradores do estacionamento também não mantêm um controle de vagas disponíveis e ocupadas, o que pode ocasionar em superlotação e visitantes rondando o local em busca de uma vaga.

3.4 ATRAÇÕES E PASSAPORTES

O visitante de um parque temático busca essencialmente sair da rotina e se divertir, confiando ao parque a chance de lhe entreter (CAMARGO, 2004). Por isso, é dever de um parque temático garantir que seus visitantes se divirtam enquanto ali estiverem.

Para atender a esse propósito principal, o parque possui um total de 48 atrações sendo 30 incluídas no ingresso e as demais pagas à parte. Dentre elas há tanto atrações voltadas às crianças, quanto voltadas aos mais velhos e ainda atrações mistas, onde tanto crianças quanto adultos são permitidos. Essa diversidade é importante, uma vez que o público que frequenta um parque de diversões é bastante variado. Não apenas em relação às faixas etárias, mas também ao tipo de visitante: pessoas sozinhas, grupos de amigos, excursões, famílias ou casais.

Pensando nessas diferenças de público, o *Hopi Hari* disponibiliza tipos diferentes de passaporte. Além dos descontos recebidos ao comprá-los pela internet (o passaporte de 129 reais sai por 99 reais), ainda é possível adquirir mais descontos com os Passaportes-Família (que pode incluir 4, 6 ou 8 acessos), o *Passaporti Fun* (que serve para sexta e sábado ou sábado e domingo) ou os passaportes específicos para eventos.

Para estudantes ou excursões de escolas, o parque disponibiliza o *Passaporti Estudante*, que custa 49,90 reais. Este, porém, não dá direito às atrações normais

do parque, apenas às educativas ou pedagógicas. Por isso, o próprio parque recomenda em seu site que esses mesmos estudantes comprem o passaporte comum, que dá direito tanto a essas atrações, quanto às demais (exceto as pagas à parte).

Há também o *Passaporti Anuali*, que custa 198 reais pelo site e dá direito a quantas visitas o visitante quiser em um período de 365 dias. Isso é um ponto positivo, pois ajuda a atrair grupos de clientes para o parque e dá desconto às pessoas que pretendem frequentar mais vezes, mostrando alguns princípios da fidelidade aos clientes do parque.

Já dentro do parque, a ideia principal é usufruir dos brinquedos e assistir aos eventuais espetáculos. Uma forte crítica feita por ao menos 50% das opiniões consideradas no site *TripAdvisor* é de que os brinquedos do parque abrem e fecham em horários diferentes, não necessariamente junto com o parque. Muitos visitantes não gostam dessas especificações e acham confuso ter que aguardar metade do dia para usufruir de determinadas atrações.

Outra forte crítica, relacionada tanto às atrações quanto aos passaportes são as atrações pagas à parte. Dos 8 entrevistados, 5 reclamaram de ter que pagar além do valor do passaporte para usufruir de algumas atrações e aproximadamente 23% das críticas consideradas do *TripAdvisor* corroboram essa visão.

Além de reclamar do preço do passaporte e das atrações pagas à parte, foram raras as críticas que se mostravam satisfeitas em relação à quantidade de atrações fechadas. Uma explicação frequente, escrita nas placas e falada pelos colaboradores era de que os brinquedos estavam em manutenção, mas alguns já estão parados há anos, sem previsão de retorno, como é o caso do *La Tour Eiffel*, palco de um acidente que ocorreu no ano de 2012 e provocou a morte de uma pessoa¹⁹.

Por causa da quantidade de brinquedos fechados, em sua maioria para economizar energia quando o parque não está tão cheio, as filas naqueles que estão abertos tornam-se enormes e ajudam a aumentar a insatisfação de alguns visitantes. Sob a ótica da hospitalidade, filas muito longas podem ser um fator negativo. Elas são comuns para a organização de parques temáticos, mas quando o tempo de

¹⁹ Adolescente morre após acidente em parque de diversões no interior de SP. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2012/02/adolescente-morre-apos-acidente-em-parque-de-diversoes-no-interior-de-sp.html>> Acesso em: 01 jul. 2016.

espera em tais filas extrapola, torna-se uma forma de hostilidade. A Entrevistada 1 alega que ficou durante 3 horas na fila da montanha-russa de madeira, *Montezum*, principal atração do parque, debaixo de um sol escaldante. Já a Entrevistada 4, que já visitou o parque mais de uma vez, salienta que sente falta das esquetes circenses próximos às filas, que ajudavam a distrair os visitantes enquanto aguardavam e não serem tão afetados pelo tempo de espera.

Uma atitude tomada pelo parque para aproveitar essa demora e aumentar o faturamento também pode ser entendida como hostilidade: é o *Vip Pass*. Ao pagar o passaporte, os visitantes têm direito a usufruir da maioria das atrações do parque (exceto algumas pagas à parte), mas isso não os isenta de pegar filas durante o processo. O *Vip Pass* é um tipo de passaporte que pode ser comprado por aqueles que já pagaram o passaporte comum, mas desejam eliminar as filas da equação. Ele permite que aqueles que o obtêm não precisem ficar nas filas das atrações, garantindo, assim, que eles passem a frente dos demais visitantes para usufruir de determinado brinquedo.

Esse passaporte especial varia de 70 a 100 reais, dependendo da quantidade de atrações inclusas, e pode ser visto como uma afronta pelos clientes que não possuem poder aquisitivo para adquiri-lo ou simplesmente se recusam a pagar além do valor do passaporte comum (que já custa 129 reais ou 99 na promoção) para usufruir das mesmas atrações às quais esse último já dá direito.

3.5 ACESSIBILIDADE PARA PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

O parque conta com um programa chamado Código Azul, que é destinado às pessoas que possuem deficiências ou necessidades especiais. No site do parque há um *link* específico²⁰ para esses visitantes, onde é explicado que ao adentrar o parque, eles devem procurar a equipe de atendimento, localizada ao lado das catracas, para que essa equipe monte um mapa exclusivo, levando em consideração suas necessidades, a fim de informá-lo quais atrações se adaptam às suas necessidades para que ele aproveite ao máximo o potencial do parque.

Nesse programa, há assentos reservados em teatros e espetáculos para os visitantes com necessidades especiais e os colaboradores são treinados para

²⁰ Necessidades especiais. Disponível em: <<http://www.hopihari.com.br/home/necessidades-especiais.aspx>> Acesso em: 1 jul. 2016.

recebê-los. Além disso, o parque possui rampas que facilitam o acesso de cadeirantes e pessoas com dificuldade de locomoção.

Dentre as necessidades descritas na lista estão cadeirantes, idosos, gestantes, pessoas recentemente operadas e pessoas fraturadas (com um braço quebrado, por exemplo), mas não há menção a pessoas com deficiências auditivas, visuais, ou intelectuais, o que leva à conclusão de que o parque não está preparado para atender pessoas nessas condições. Isso significa falta de placas ou mapas em braile, ausência de pisos táteis, sinais sonoros ou luminosos (de emergência, por exemplo) e provavelmente nenhum colaborador apto a se comunicar em Libras, o que se mostra como uma falha na questão da acessibilidade e prejudica a hospitalidade oferecida em relação àqueles que necessitam de tais itens.

No site, é afirmado que os colaboradores recebem treinamento para lidar com essas pessoas que possuem necessidades especiais, de forma a atendê-las bem, porém, não é possível afirmar como ou com que frequência esse treinamento ocorre, uma vez que a pesquisadora tentou entrar em contato com a gestão do parque por e-mail e telefone algumas vezes, mas não foi respondida em nenhuma delas.

3.6 ALIMENTAÇÃO

Camargo (2004) afirma que a hospitalidade compreende não só o bem receber, mas também a alimentação oferecida pelo anfitrião. Portanto, é obrigação daquele que deseja ser considerado hospitaleiro ofertar uma alimentação variada, saborosa e que agrade o paladar de seus convidados que, no caso do parque, são os visitantes.

Quando se visita um parque temático, espera-se passar grande parte do dia nele, portanto, muitos visitantes pensam em diminuir os custos ao longo do dia levando alguns alimentos, tais como frutas, sanduíches, salgadinhos sortidos e bebidas. No *Hopi Hari*, tal prática não é permitida, uma vez que o parque deseja que os clientes consumam mais enquanto estiverem lá dentro. O lucro é importante para um empreendimento essencialmente comercial, mas proibir a entrada de alimentos trazidos pelos visitantes apenas aumenta a responsabilidade do parque em relação a essa forma de hospitalidade.

O *Hopi Hari* possui uma praça de alimentação, quatro restaurantes, oito lanchonetes e cinco quiosques espalhados por todo o território. Os alimentos

comercializados variam de acordo com a especialidade do estabelecimento, podendo ir desde lanches simples, tais como combos de sanduíches, batatas e refrigerantes, até refeições completas de massas ou pratos reforçados com arroz e feijão, passando por simples cachorros quentes ou sorvetes. O parque não oferece cardápios vegetarianos ou com outras especificidades (livre de glúten para pessoas que possuem a doença celíaca, por exemplo).

E se por um lado pode parecer até mesmo honroso que o parque se comprometa a servir todos os alimentos que o visitante precisará durante o dia, proibi-lo de levar seus alimentos pode ser visto como hostil. Uma alimentação hospitalar deve atender ao gosto dos visitantes e, além disso, ter um preço acessível (CAMARGO, 2004). Todos os respondentes da entrevista estruturada criticaram os valores cobrados por tais alimentos, alegando que a comida não é muito saborosa e seus preços são muito mais altos do que deveriam.

3.7 LIMPEZA

Foram poucas as críticas negativas referentes à limpeza do parque (cerca de 7% das opiniões consideradas do *TripAdvisor*). Tais críticos afirmaram que havia lixo pelo chão quando visitaram o parque, o que pode ter sido ocasionado por visitantes irresponsáveis ou falta de percepção dos colaboradores responsáveis pela limpeza. Corroborando com esse pensamento, os Entrevistados 4 e 7 afirmaram que a limpeza do parque é muito boa e tais lixos espalhados podem ser encontrados em pouca quantidade quando o parque está muito cheio, porém, sempre há colaboradores efetuando a limpeza das áreas.

Em compensação, as demais críticas acerca da limpeza do parque demonstraram que o local é bastante limpo, com diversas lixeiras de coleta seletiva espalhadas por todo o território. A Entrevistada 3 ainda diz que o parque possui placas que fortalecem os pensamentos sustentáveis, "para um mundo melhor", como no exemplo na próxima página.

Figura 4 – sinalização referente à reciclagem de lixo.



Fonte: Google Imagens.

Os banheiros foram particularmente elogiados pelo Entrevistado 7, que afirmou ter sido surpreendido, pois não esperava que o banheiro de um parque lotado estivesse tão bem cuidado e limpo. É importante frisar que, além de haver uma preocupação em manter a limpeza do parque, a gestão dele também se preocupa em fazê-la de forma sustentável, não só incentivando os visitantes a terem responsabilidade ambiental, mas também mostrando que está empenhado em fazê-lo, como demonstra a placa abaixo, próxima a um dos banheiros do local.

Figura 5 – sinalização referente à reutilização da água.



Fonte: Google Imagens

Esses tópicos analisados demonstram o esforço por parte das equipes de limpeza de manter o parque limpo e bem conservado para os visitantes, além de despertar neles a responsabilidade ambiental. Isso é muito importante, pois dessa forma os visitantes percebem seu valor, uma vez que os espaços são bem conservados para que eles possam usufruir melhor dos mesmos.

3.8 COLABORADORES

Os colaboradores são importantes para qualquer organização, visto que é através deles que os serviços são prestados. Em um parque temático os colaboradores estão presentes em todos os processos do parque e, por isso, precisam ser treinados e valorizados para que exerçam bem o seu trabalho.

Se um visitante encontra dificuldades para encontrar uma atração específica ou localizar um banheiro, cabe aos colaboradores indicar a eles. Sendo uma parte tão indispensável do parque, é preciso que eles atendam bem esses visitantes, exercendo uma hospitalidade que pareça genuína e que satisfaça as necessidades dos visitantes, suprimindo seus desejos. No *Hopi Hari* isso já ocorreu, mas nos últimos cinco anos, o nível de hospitalidade dos colaboradores tem decaído.

No geral, os visitantes entrevistados consideram que os colaboradores do parque são um pouco despreparados. Segundo os Entrevistados 2, 4, 5 e 7 os colaboradores não estão mais exercendo suas funções como deveriam. A Entrevistada 4 salienta que alguns colaboradores gritam para dar determinadas informações, num sinal claro de despreparo.

De acordo com a Entrevistada 4, ao longo desses cinco anos, o capital humano no parque decaiu e o nível de hospitalidade demonstrado por eles oscilou consideravelmente. Corroborando esse pensamento, aproximadamente 126 opiniões consideradas na internet criticaram principalmente o mau atendimento por parte dos colaboradores e também a falta de segurança na área do parque, desde o momento da revista das mochilas (para garantir que alimentos de fora não estavam entrando no território) até nas diversas regiões do local.

Em compensação, apesar de certa falta de tato em determinados momentos, de acordo com a Entrevistada 1, uma de suas amigas passou mal durante a visita ao parque e foi prontamente atendida pelos colaboradores.

Não é possível dizer se o treinamento está ocorrendo de forma correta, visto que todas as tentativas de contato com o parque por parte da autora deste artigo foram esgotadas e mal sucedidas, tanto por telefone quanto por e-mail. Porém, de acordo com a Entrevistada 4, os colaboradores parecem bem menos treinados do que no período anterior aos cinco anos aqui analisados.

Porém, tais atitudes podem não ser atribuídas apenas aos colaboradores em si. Com a instabilidade financeira do parque, os administradores passaram a tomar algumas medidas drásticas e nada razoáveis em relação aos seus colaboradores. Em 2013, uma decisão da Justiça obrigou o parque a pagar 500 mil reais em indenizações por danos morais e constrangimento, ocasionados por revistas íntimas²¹ (que supostamente tinham sido abolidas no ano de 2011)²². Esse tipo de atitude demonstra uma total desconfiança da administração em relação aos seus colaboradores, que eram revistados sob alegações de que alguém poderia estar roubando algo que pertencia ao parque. Se os empregadores não confiam nos colaboradores, por que esses deveriam se sentir confiantes e felizes com seus trabalhos?

Ainda por conta da instabilidade financeira, mais recentemente (em 2016) houve um quadro de atraso nos pagamentos e corte de convênios médicos²³. Tais atitudes reduzem mais um pouco a confiança que os colaboradores têm em relação aos seus empregadores. Convênios médicos, assim como outros benefícios trabalhistas, são uma parte importante dos contratos de trabalho e, portanto, removê-los – bem como remover outros benefícios – pode ocasionar insatisfação. Da mesma forma que um atraso de salário prejudica os colaboradores e tira parte de seu incentivo para continuar trabalhando, como de fato aconteceu no parque, quando grande parte dos colaboradores se recusou a exercer suas funções durante um dia, em protesto à falta de pagamento (informação também relatada na reportagem a respeito dos atrasos de pagamento e do corte de convênios médicos).

Conclui-se, portanto, que o treinamento dos colaboradores não tem um foco tão grande quanto costumava ter no início e a administração tem utilizado métodos e

²¹ O ato de revistar os funcionários de forma invasiva, checando bolsos e bagagens, a fim de descobrir se houve furto por parte dos mesmos em relação ao patrimônio do empregador.

²² Hopi Hari pagará R\$ 500 mil por fazer revista íntima. Disponível em: <<http://direitotrabalhistasalvador.blogspot.com.br/2013/02/hopi-hari-pagara-r-500-mil-por-fazer.html>> Acesso em: 2 jul. 2016.

²³ Hopi Hari atrasa pagamento e corta convênios médicos, dizem funcionários. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1731742-hopi-hari-atrasa-pagamento-e-corta-convenio-medico-dizem-funcionarios.shtml>> Acesso em: 2 jul. 2016.

medidas que prejudicam os colaboradores. Esses por sua vez, sentem-se desmotivados para realizar seus trabalhos e acabam manchando um pouco da imagem do parque, demonstrando menos hospitalidade do que se espera e um serviço não tão eficaz quanto poderia e deveria ser.

3.9 SITE DO PARQUE

O *site* do *Hopi Hari* é colorido e dinâmico, acompanhando a ideia de um parque temático e sua atmosfera alegre. Ele é de domínio próprio e relativamente simples de navegar, além de possuir diversas seções onde o visitante pode conhecer mais sobre a história do "país mais divertido do mundo", aprender como chegar lá e checar o que o parque tem a oferecer: shows, eventos, atrações, alimentos e serviços em geral.

Já na página inicial é possível ver um vídeo de divulgação do parque, com imagens panorâmicas do local e pessoas se divertindo, o que passa uma sensação alegre, como se valesse muito a pena visitá-lo. Ao lado dele, uma promoção de passaporte e a possibilidade de cadastrar uma excursão, para pessoas que desejam ter atendimento diferenciado ao chegar à parte com um grande grupo, já incentivando mais uma vez que os visitantes do *site* tornem-se visitantes do parque em si.

Também na página inicial, um botão "Conheça o parque", que direciona o visitante a uma página onde o vídeo de divulgação aparece novamente, ao lado de *links* para algumas regiões do parque (*Kaminda Mundi*, *Mistieri* e *Wild West*) e personagens com os quais o parque tem parceria, os *Looney Tunes* e a *Liga da Justiça*. Ao clicar nesses *links*, as atrações referentes a tais regiões e parceiros aparecem discriminadas, para que o visitante saiba um pouco mais sobre elas. Essa atitude pode ser entendida como hospitaleira, uma vez que ela mostra os espaços do parque em uma forma de convite para que o visitante vá conhecê-lo.

Se comparado à hospitalidade doméstica (TELFER, 2004), esse ato é equivalente ao de mostrar a casa aos convidados, para que assim eles possam conhecê-la e ficar mais à vontade dentro dela.

Abaixo do *link* que direciona o visitante para a página das regiões, há um botão de direcionamento para a programação das atrações do parque, o que é muito importante, visto que algumas não abrem em determinados dias ou estão

supostamente em manutenção há bastante tempo. Isso demonstra que, apesar de não estar operando a plena capacidade, o parque ainda se preocupa com os visitantes, alertando-os de que algumas atrações podem não estar funcionando para que eles não cheguem ao parque cheios de expectativas de andar em determinado brinquedo e o encontrem fechado.

Ao lado da programação discriminada, aparecem *links* para obter mais informações acerca do parque: informações sobre passaportes, onde comprá-los, como chegar ao parque, onde se hospedar próximo ao parque, pacotes de viagem para visitar o local, os serviços oferecidos e uma página específica destinada ao *HopiBus*, o ônibus do *Hopi Hari*, que passa em pontos estratégicos das cidades mais próximas do parque a fim de recolher os visitantes que fizeram agendamento prévio.

Há também um *link* destinado a pessoas com necessidades especiais. Nele, a explicação de como prosseguir ao chegar ao parque, para que suas necessidades sejam supridas e não atrapalhem seu aproveitamento do dia no parque.

O *site* do parque apresenta ainda um calendário com os eventos mais próximos para que o visitante se programe para participar de algum específico. No calendário constam eventos ligados aos infantes (Férias do Patolino), eventos voltados para o público jovem (*Summer Beats 2016*) e também para públicos de idades variadas (*Hopi Hari Run to Fun 2ª edição* e *Hora do Horror 2016*).

Nota-se que o evento infantil é planejado para o mês de julho, coincidindo com a época de férias escolares, enquanto os demais eventos ocorrem em épocas de baixa temporada, para atrair públicos diversos durante todo o ano.

Na parte superior do *site*, uma barra com outras páginas aparece. Nela há *links* para seções já contempladas pela página inicial e dois adicionais: uma loja virtual e uma página para entrar em contato direto com o parque. Na loja é possível comprar os diferentes tipos de passaporte e na página "Fale Conosco" é possível fazer um cadastro do *site*, tirar dúvidas e acompanhar o andamento de seus pedidos de compra.

Além disso, um ícone na página de Dúvidas deixa claro que é seguro fazer transações diretamente pelo *site*, uma vez que suas informações são criptografadas e, portanto, difíceis de serem *hackeadas*.

Por conta desses fatores, o *site* do *Hopi Hari* pode ser considerado hospitaleiro, uma vez que as informações relevantes para alguém que deseja visitar o parque ou entrar em contato com ele estão acessíveis e dispostas de forma

simples. O *site* é receptivo e transmite segurança e certa alegria aos visitantes, mostrando um pouco mais da nação *Hopi Hari* a cada clique.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Contudo, após analisar as categorias de hospitalidade supracitadas, volta-se à questão norteadora desse trabalho: em que medida a configuração do parque *Hopi Hari* efetiva a hospitalidade de seus funcionários e infraestrutura para com os visitantes do local?

Na segunda seção desse trabalho, foram identificados conceitos referentes à hospitalidade e também aos parques temáticos, mostrando em que aspectos eles se relacionam e explicando brevemente como tais conceitos se aplicam especificamente ao *Hopi Hari*.

Também foi possível perceber que a infraestrutura e os serviços do parque estão diretamente ligados à sua temática de país, pois o objetivo do *Hopi Hari* não é somente oferecer uma opção de lazer para seus visitantes, mas imergi-los em uma realidade diferente, como se estivessem visitando outra nação. Nesse ponto, percebe-se a importância da caracterização de cada uma das regiões do parque e dos colaboradores, que ajudam a criar uma identidade própria para o local, explicitando os conceitos de Grinover (2006).

A sinalização, elogiada por alguns dos entrevistados, também é um ponto que corrobora essa identidade e que auxilia na legibilidade do local, pois enquanto os mapas colaboram para que o visitante se guie dentro do parque, as placas auxiliam nesse processo e também despertam a consciência ambiental, conceito que tornou-se bastante importante nos últimos anos.

Dito isso, é importante frisar alguns pontos que influenciam diretamente na hospitalidade do parque e, principalmente na percepção que os visitantes e os próprios colaboradores têm do local.

Os visitantes em sua maioria se sentiram hostilizados pelos preços altos cobrados no parque. O empreendimento é comercial, o que justifica vendas em seu espaço, tais como passaportes, souvenirs e alimentos. Porém, os preços abusivos podem ser interpretados como uma forma de hostilidade, pois os visitantes sentem-se desconfortáveis e até mesmo lesados ao desembolsar valores muito altos por um serviço ou produto.

Telfer (2004) afirma que um hospedeiro comercial que presta bem os seus serviços e cobra um preço razoável pelos mesmos pode ser considerado hospitaleiro. Por essa ótica, nos últimos cinco anos o *Hopi Hari* não tem sido um anfitrião exemplar, uma vez que seus preços são altos e não têm correspondido ao nível dos serviços em algumas categorias analisadas.

Não há nenhum tipo de desconto no estacionamento para quem compra o passaporte com antecedência, então o valor é fixo para qualquer um que estacionar seu carro lá. Fica, portanto, a sugestão de que o parque ofereça algum tipo de desconto para esses compradores, assim eles se sentirão um pouco mais valorizados e bem recebidos, uma vez que o parque lhe oferecerá um benefício.

A organização desses estacionamentos também não é hospitaleira, visto que seus visitantes frequentemente perdem tempo dando voltas no local em busca de uma vaga, que não é indicada pelos colaboradores, já que esses não mantêm um controle apropriado do espaço.

A questão do *Vip Pass* poderia ser reavaliada, pois apesar de bastante útil para aqueles que pagam pelo serviço, os que não podem pagar ou escolhem não fazê-lo podem se sentir lesados ou hostilizados. Filas não são agradáveis, mas sendo algo natural em um parque temático, deveriam ser respeitadas por todos os visitantes.

Os alimentos comercializados dividiram opiniões a respeito de sua variedade, seu sabor e sua qualidade, porém, um fator que foi unânime durante a análise foram os preços: todas as críticas consideradas do site *TripAdvisor* que citavam os preços dos alimentos, assim como os oito entrevistados, relataram que o preço era alto e não correspondia ao nível, tanto do serviço que os acompanhava, quanto da comida em si. Portanto, uma reavaliação dos preços dos alimentos comercializados no parque se faz necessária, uma vez que estes geram tamanha insatisfação por parte dos visitantes.

Um dos principais conceitos de Grinover (2006) é o da acessibilidade. Levando-o em consideração é possível constatar que o programa Código Azul é uma boa iniciativa, mas poderia ser ampliado de forma a contemplar também pessoas com deficiências auditiva ou visual. Assim, o parque se tornaria mais acessível a diferentes públicos, que atualmente até podem frequentá-lo, mas apenas acompanhados ou tendo seus movimentos limitados dentro do parque.

Na entrada do parque, os colaboradores responsáveis por realizar a revista e a checagem de metais devem ser sempre bem treinados, de forma que os preceitos da hospitalidade sejam reforçados, para que se evite a ocorrência de constrangimento ou violência, onde tanto o visitante quanto o colaborador podem ser prejudicados.

O ato da revista dos visitantes se faz necessário para evitar que objetos proibidos adentrem o parque e provoquem acidentes lá dentro, mas em contrapartida, a atitude dos empregadores de revistar intimamente seus colaboradores é hostil.

Os conceitos de Mullins (2004) explicam que o ambiente e a organização são importantes para criar uma boa atmosfera no trabalho e fazer com que os colaboradores se sintam bem. Apenas através de uma hospitalidade direcionada a eles por parte da organização, eles estarão aptos a exercer essa mesma hospitalidade em relação aos visitantes. Portanto, uma revisão nas políticas da empresa pode se fazer necessária, uma vez que a política atual parece intimidadora e sem consideração pelo seu capital humano.

Por último, é preciso dizer que o site do parque é muito bem estruturado e consegue sanar todas as principais e mais frequentes dúvidas dos visitantes. Ele é acolhedor e eficiente, correspondendo, portanto, à hospitalidade no domínio virtual, conceituada por Camargo (2004).

Diante das considerações supracitadas e baseando-se nos conceitos anteriormente descritos, conclui-se que o parque temático *Hopi Hari*, autointitulado "o país mais divertido do mundo", efetiva apenas parcialmente a hospitalidade, esforçando-se para receber bem seus visitantes e para garantir que eles se divirtam em um ambiente alegre, limpo e agradável, porém falhando em alguns aspectos, que a longo prazo podem afetar mais o movimento do parque e a percepção que os visitantes têm do mesmo.

REFERÊNCIAS

ADOLESCENTE morre após acidente em parque de diversões no interior de SP. **G1**. Campinas e Região. 24/02/2012. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2012/02/adolescente-morre-apos-acidente-em-parque-de-diversoes-no-interior-de-sp.html>> Acesso em: 2 jul 2016

ALBERTONI, Felipe. Empresário cobra R\$ 5,9 milhões do *Hopi Hari* e pede falência na Justiça. 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/noticia/2016/01/empresario-cobra-r-59-milhoes-do-hopi-hari-e-pede-falencia-na-justica.html>> Acesso em: 2 jul 2016

CAMARGO, Luiz Octávio Lima. **Hospitalidade**. 1 ed. São Paulo, SP. Editora Aleph, 2004. (Coleção ABC do Turismo). 96 p.

CAMARGO, Luiz Octávio Lima. **O que é Lazer?** 4ª reimpressão da 3 ed. De 1992. São Paulo, SP. Editora Brasiliense, 2008. (Coleção Primeiros Passos; 172).

CANÇADO, Patrícia. GP Investimentos fecha acordo para venda do *Hopi Hari*. 2009. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,gp-investimentos-fecha-acordo-para-venda-do-hopi-hari,323844>> Acesso em: 2 jul 2016

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CORREA, Cristiane. Todas as faces da GP. 2002. Disponível em: <http://www.mixxer.com.br/exame/080102_Todas_as_faces_da_GP.htm> Acesso em: 2 jul 2016

FELIX, Paula. Mesmo nas férias, *Hopi Hari* fecha 1 de cada 3 atrações. 2015. Disponível em: <<http://sao-paulo.estadao.com.br/noticias/geral,mesmo-nas-ferias-hopi-hari-fecha-1-de-cada-3-atracoes,1621327>> Acesso em: 1 jul 2016

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade**. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, ano III, nº 2, p. 29-50. 2006.

GUIMARÃES, Henrique. *Hopi Hari* pagará R\$ 500 mil por fazer revista íntima. 2013. Disponível em: <<http://direitotrabalhistasalvador.blogspot.com.br/2013/02/hopi-hari-pagara-r-500-mil-por-fazer.html>> Acesso em: 2 jul 2016

HILLER, Marcus. *O Hopi Hari vai virar Disney?* 2013. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/o-hopi-hari-vai-virar-disney/68549/>> Acesso em: 2 jul 2016

HISTÓRIA. **Hopi Hari**. Ano desconhecido. Disponível em: <<http://www.hopihari.com.br/historia/>>. Acesso em: 02/03/2016.

LASHLEY, Conrad. MORRISON, Alison. **Em Busca da Hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. 1 ed. Barueri, SP. Manole, 2004. 450 p.

MATTOS, Adriana. Credor pede falência do *Hopi Hari*. 2016. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4388996/credor-pede-falencia-do-hopi-hari>> Acesso em: 02/03/2016.

MERRIAN-WEBSTER, Dicionário. *Amusement Park*. Disponível em: <<http://www.merriam-webster.com/dictionary/amusement%20park>> Acesso em 2 jul 2016

MULLINS, Laurie J. **Gestão da hospitalidade e comportamento organizacional**. 4.ed. Porto Alegre, RS. Bookman, 2004. 390 p.

NECESSIDADES especiais. **Hopi Hari**. Ano desconhecido. Disponível em: <<http://www.hopihari.com.br/home/necessidades-especiais.aspx>> Acesso em: 1 jul 2016

OLIVEIRA, Eulina. *Hopi Hari* atrasa pagamento e corta convênios médicos, dizem funcionários. 2016. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/01/1731742-hopi-hari-atrasa-pagamento-e-corta-convenio-medico-dizem-funcionarios.shtml>> Acesso em: 2 jul 2016

PANORAMABRASIL. *Hopi Hari* e Warner Bros. fecham acordo de licenciamento. 2011. Disponível em: <<http://www.dci.com.br/comercio/hopi-hari-e-warner-bros--fecham-acordo-de-licenciamento-id250635.html>> Acesso em: 2 jul 2016

PERGUNTAS frequentes (FAQ). **Hopi Hari**. Ano desconhecido. Disponível em: <<http://www.hopiharionline.com.br/Duvidas/>> Acesso em 1 jul 2016

QUINTINO, Cleber. Hora do Horror 2016 + Noites do Terror no *Hopi Hari*, nova parceria entre o parque e o Grupo *Playcenter*. 2016. Disponível em: <<http://itatibanews.com/hora-do-horror-2016-noites-do-terror-no-hopi-hari-nova-parceria-entre-o-parque-e-o-grupo-playcenter/>> Acesso em: 27 jun 2016

RIO Bravo reabre em operação temporariamente exclusiva. **Hopi Hari Mania**. 08/01/2016. Disponível em: <<http://www.hopiharimania.com/2016/01/rio-bravo-reabriria-em-operacao.html>> Acesso em: 2 jul 2016

ROSENBERG, Cynthia. Promessa verde. 2000. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/revista-exame/edicoes/710/noticias/promessa-verde-m0053359>> Acesso em: 2 jul 2016

SABINO, Amanda. VINHEDO, Folhapress. Bandido leva R\$ 70 mil de funcionários do *Hopi Hari*. 2014. Disponível em: <http://portal.tododia.uol.com.br/_conteudo/2014/08/cidades/38578-bandido-leva-r-70-mil-de-funcionarios-do-hopi-hari.php> Acesso em 2 jul 2016

SAMPAIO, Lucas. Sem armas, bandidos fazem segundo arrastão no *Hopi Hari* em um mês. 2014. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/10/1536872-ladroses-se-passam-por-visitantes-e-fazem-2-arrastao-no-hopi-hari.shtml>> Acesso em: 2 jul 2016

TELFER, Elizabeth. **A filosofia da "hospitalidade"**. In LASHLEY, C. MORRISON, A. Em *Busca da Hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri, SP: Manole, 2004. p. 53-78.

TOBIAS, Simone. *Playcenter* promove última edição das Noites do Terror. 2012. Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/playcenter-ultima-edicao-noites-do-terror>> Acesso em: 01 jul 2016

VALIM, Carlos Eduardo. Onde o *Hopi Hari* vai parar? 2016. Disponível em: <<http://www.istoedinheiro.com.br/noticias/negocios/20160115/onde-hopi-hari-vai-parar/334427>> Acesso em: 27 jun 2016