

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
MESTRADO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO**

DANIELLY NATHALHA FERREIRA ALVES PONTES

**OS MECANISMOS UTILIZADOS PELOS TURISTAS ANALISADOS NA
PERSPECTIVA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
NA SELEÇÃO E RESERVA DE SUAS HOSPEDAGENS**

**RECIFE
2016**

DANIELLY NATHALHA FERREIRA ALVES PONTES

**OS MECANISMOS UTILIZADOS PELOS TURISTAS ANALISADOS NA
PERSPECTIVA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
NA SELEÇÃO E RESERVA DE SUAS HOSPEDAGENS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco no Curso de Mestrado em Ciência da Informação, como requisito final para a obtenção do título de Mestre em Ciência da Informação.

Área de concentração: Informação, Memória e Tecnologia.

Linha de Pesquisa: Comunicação e Visualização da Memória.

Orientadora: Prof.^a Dra. Nadi Helena Presser.

RECIFE
2016

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

P814m Pontes, Danielly Nathalia Alves
Os mecanismos utilizados pelos turistas analisados na perspectiva da
Ciência da Informação na seleção e reserva de suas hospedagens / Danielly
Nathalia Alves Pontes. – Recife, 2016.
88 f.: il., fig.

Orientadora: Nadi Helena Presser.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Centro de
Artes e Comunicação. Ciência da Informação, 2017.

Inclui referências e apêndices.

1. Turismo. 2. Hospitalidade. 3. Sistema Brasileiro de Classificação dos
Meios de Hospedagem. 4. Seleção e reservas online de meios de hospedagem.
5. Paradigmas da Ciência da Informação. I. Presser, Nadi Helena (Orientadora).
II. Título.

020 CDD (22. ed.) UFPE (CAC 2017-161)



Serviço Público Federal
Universidade Federal de Pernambuco
Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação - PPGCI

DANIELLY NATHALHA FERREIRA ALVES PONTES

**OS MECANISMOS UTILIZADOS PELOS TURISTAS ANALISADOS NA
PERSPECTIVA DA CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
NA SELEÇÃO E RESERVA DE SUAS HOSPEDAGENS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Ciência da Informação.

Aprovada em: 11/03/2016

BANCA EXAMINADORA

Prof^ª D^{ca} Nadi Helena Presser (Orientadora)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Raimundo Nonato Macedo dos Santos (Examinador Interno)

Universidade Federal de Pernambuco

Prof. Dr. Hélio Márcio Pajeú (Examinador Externo)

Universidade Federal de Pernambuco

Dedico esta dissertação especialmente à minha mãe, Onaiza Ferreira de Lima que, desde sempre, tem sido a minha maior inspiração me mostrando que a confiança em DEUS e a dedicação aos estudos são o caminho para alcançar a concretização dos meus sonhos, esta vitória não é apenas minha, mas é dela também.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a DEUS, que desde o princípio tem me abençoado e estado ao meu lado em todos os momentos, sem Ele nada disso teria sido possível.

Um agradecimento especial à professora e orientadora doutora Nadi Helena Presser, por ter acreditado em mim, pela paciência ao longo dessa trajetória, pela dedicação e principalmente por ter sido tão generosa comigo. É impossível expressar tamanha gratidão que lhe tenho. Sou grata pelo conhecimento compartilhado, e principalmente por ter convivido ao seu lado e ter tido a oportunidade de ver a personificação do amor e dedicação que se deve ter para exercer a docência, para se tornar uma cientista da informação. Ao longo dessa jornada tive o privilégio de conviver com uma mente brilhante, que de forma singular consegue compartilhar seu conhecimento e instigar novos pesquisadores.

Aos professores doutores Raimundo Nonato Macedo dos Santos e Hélio Márcio Pajeú, pelas valiosas contribuições que foram significativas e oportunas para o aperfeiçoamento e concretização deste trabalho, meu muito obrigada.

Aos professores do Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação da UFPE.

Aos meus familiares, minha mãe Onaiza Ferreira, meu pai Manuel Alves e ao meu paidrasto Moisés Gomes, as minhas irmãs e sobrinhos, aos meus tios Oneide Bezerra e Cleto Paulo Bezerra e aos meus avós, a eles sou grata pelo amor que sempre dedicaram a mim, pela torcida e por serem sempre um porto seguro nos momentos difíceis, amo vocês.

Aos colegas de mestrado, em especial a Rosiane, Angerlânia, Marcela, Natanael, Alejandro e William.

Ensinar é muito mais que transferir conhecimento, é um ato de generosidade, que liga duas vidas: a de quem compartilha com aquele que é modificado por tal conhecimento. Passa a existir então, uma espécie de admiração, aquele que foi modificado para com seu modificador, e aquele que modifica para com o que foi modificado, pois ambos estão ligados pelo mesmo fio do conhecimento.

RESUMO

Reconhecendo o Turismo como uma área legítima e importante para a investigação científica, este estudo de abordagem metodológica exploratória, descritiva e explicativa investigou respostas sobre os mecanismos atuais utilizados pelos turistas na busca, compartilhamento e uso de informações para orientar suas decisões sobre suas hospedagens. No Brasil, o sistema de classificação dos meios de hospedagem (SBClass) funciona como um dispositivo de serviços de sinalização padrão para guiar turistas em suas escolhas e reservas. Todavia, atualmente, a adesão dos meios de hospedagem ao sistema oficial de classificação brasileiro é inferior a 1%. Essa problemática direcionou a presente pesquisa para analisar o fenômeno da hospitalidade no processo de seleção dos meios de hospedagem pelos turistas, à luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação (CI). Para o alcance deste propósito maior, o escopo e a situação atual da classificação de meios de hospedagem foram caracterizados, as suas dimensões e requisitos adotados no Brasil foram comparados com outros países e, por fim, identificaram-se os mecanismos e recursos adotados atualmente pelos turistas na seleção dos seus meios de hospedagem. As análises apontaram uma realidade na qual o novo limiar de informação de acesso universal às comunicações trouxe a indústria do turismo a novos níveis de interatividade, dando espaço para a coleta e gerenciamento de informações sobre os turistas e os meios de hospedagem, por meio de redes sociais e plataformas gerenciadas por novos intermediários especialistas em reservas de meios de hospedagem. Trata-se de um fenômeno no qual os meios de hospedagem estão promovendo e estabelecendo interação com os usuários, por meio de comunidades virtuais. Como comunidades discursivas, as plataformas de reservas online de meios de hospedagem estabelecem um processo próprio de construção e compartilhamento colaborativo de informação e conhecimento, conformado com o paradigma social da CI. O sistema atual de classificação, por seu turno, está mais alinhado ao paradigma físico e cognitivo, uma vez que os requisitos estabelecidos e a própria comunicação por estrelas se caracterizam em informações objetivas e não atendem aos anseios dos proprietários dos meios de hospedagem e tampouco dos turistas.

Palavras-Chave: Turismo. Hospitalidade. Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem. Seleção e Reserva online de Meios de Hospedagem. Paradigmas da Ciência da Informação.

ABSTRACT

Acknowledging tourism as a legitimate and important area for scientific research, this study, with an exploratory, descriptive and explanatory methodological approach, inquired about the current mechanisms used by tourists in order to search, share and use information enabling them to take decisions about lodging. In Brazil, the classification system of lodging facilities functions as services device of standard signalization to guide tourists on their choices and reservations. However, currently, the accession of lodging facilities to the official system of Brazilian rating is less than 1%. This issue guided the research towards analyzing the hospitality phenomenon in the tourists' selection process of lodging facilities, in the light of paradigmatic assumptions of Information Science (IS). In pursuance of this goal, scope, and the current classification of lodging facilities were characterized, dimensions and lodging facilities classification's requirements adopted in Brazil were compared with those used in other countries and, finally, there were identified mechanisms and resources currently used by tourists in the selection of lodging facilities. The conducted analyses showed a reality in which the new threshold of access to information and communications technologies raised the tourism industry to advanced levels of interactivity, and opened further opportunities for the collection and management of information on tourists and lodging facilities, through the use of social networks and different platforms managed by intermediary experts on lodging facilities' reservations. It is a phenomenon in which lodging facilities are promoting and establishing interaction with users through virtual communities. As discursive communities, booking platforms of lodging facilities establish a proper process of construction and collaborative sharing of information and knowledge, outlined with the social paradigm of IS. In turn, the current Brazilian classification system is more aligned to the physical and cognitive paradigm, since the established requirements and the stars' system itself are characterized on objective information, and neither meet wishes of the owners of lodging facilities nor the tourists.

Keywords: Tourism. Hospitality. Classification system of Lodging. On line Selection and Reservation of Lodging Facilities. Paradigms of Information Science.

LISTA DE QUADROS

| | | |
|-----------------|--|----|
| Quadro 1 | Tipos de cadastros no Cadastur | 35 |
| Quadro 2 | Síntese da apresentação dos resultados da pesquisa | 41 |
| Quadro 3 | Distribuição dos estabelecimentos classificados por região e categorias | 44 |
| Quadro 4 | Os 15 websites mais utilizados no Brasil segundo diferentes categorias – 2016 | 55 |

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|-----------------|---|----|
| Figura 1 | Canais de distribuição do setor turístico | 28 |
| Figura 2 | Alinhamento de serviços móveis de informação proposto para estágios de planejamento | 29 |
| Figura 3 | Principal tráfego de saída do site do TripAdvisor.com.br – 2016 | 62 |
| Figura 4 | Principal tráfego de saída do site do Trivago.com.br – 2016 | 62 |

LISTA DE TABELAS

| | | |
|-----------------|---|----|
| Tabela 1 | Principais destinos do turismo internacional 2004 – 2013 | 46 |
| Tabela 2 | Meios de hospedagem do Brasil cadastrados em diferentes sistemas – 2016 | 54 |
| Tabela 3 | Tipos e quantidade de meios de hospedagem brasileiros cadastrados no Booking.com – 2016 | 58 |
| Tabela 4 | Tipos e quantidade de meios de hospedagem brasileiros cadastrados no site TripAdvisor.com.br – 2016 | 59 |
| Tabela 5 | Tipos e quantidade de meios de hospedagem brasileiros cadastrados no site Trivago.com.br – 2016 | 60 |

LISTA DE GRÁFICOS

| | | |
|------------------|---|----|
| Gráfico 1 | Meios de hospedagem legalizados cadastrados no Cadastur por Estado – 2016 | 43 |
| Gráfico 2 | Meios de hospedagem registrados e distribuídos por Região – 2016 | 43 |

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

| | |
|-----------------|--|
| ABC <i>Spas</i> | Associação Brasileira de Clínicas e <i>Spas</i> |
| ABIH | Associação Brasileira da Indústria de Hotéis |
| BOH | Boletim de Ocupação Hoteleira |
| CI | Ciência da Informação |
| CNAE | Classificação Nacional de Atividades Econômicas |
| CTClass | Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem |
| EMBRATUR | Instituto Brasileiro de Turismo |
| FNRH | Ficha Nacional de Registro de Hóspedes |
| GDS | Sistemas de Distribuição Global |
| Inmetro | Instituto Nacional de Metrologia, normalização e Qualidade Industrial |
| LGT | Lei Geral do Turismo |
| MTUR | Ministério do Turismo |
| OMT | Organização Mundial do Turismo |
| SAGET | Sistema Automático de Gerenciamento dos Prestadores de Serviços Turísticos |
| SBClass | Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem |
| SBM | Sociedade Brasileira de Metrologia |
| SI | Sociedade da Informação |
| TIC's | Tecnologias de Informação e Comunicação |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|---|-----------|
| 1 | INTRODUÇÃO | 14 |
| 1.1 | O problema da pesquisa | 16 |
| 1.2 | Objetivos | 17 |
| 1.3 | Estrutura do trabalho | 19 |
| 2 | REFERÊNCIAL TEÓRICO | 20 |
| 2.1 | Os paradigmas da Ciência da Informação | 20 |
| 2.2 | Meios de hospedagem no cenário da hospitalidade | 24 |
| 2.3 | Turismo no cenário das tecnologias de informação e comunicação | 27 |
| 2.4 | Sistema de Classificação dos meios de hospedagem | 31 |
| 3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 37 |
| 3.1 | Abordagem metodológica da pesquisa | 37 |
| 3.2 | Procedimentos de coleta dos dados | 38 |
| 3.3 | Análise e interpretação dos dados | 40 |
| 4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO | 42 |
| 4.1 | Caracterização, escopo e a situação atual da classificação de meios de hospedagem no Brasil | 42 |
| 4.2 | Sistemas internacionais de classificação dos meios de hospedagem | 44 |
| 4.2.1 | Classificação dos meios de hospedagem na França | 47 |
| 4.2.2 | Classificação dos meios de hospedagem na Espanha | 49 |
| 4.2.3 | Classificação dos meios de hospedagem na Itália | 49 |
| 4.2.4 | Sistema de classificação dos meios de hospedagem na China | 50 |
| 4.2.5 | Sistema de classificação dos meios de hospedagem nos Estados Unidos | 51 |
| 4.3 | Comparação entre os Sistemas de Classificação dos Meios de Hospedagem – Brasil, China, Estados Unidos, Espanha, Itália e França | 52 |
| 4.4 | Como os turistas selecionam e reservam seus meios de hospedagem | 54 |
| 4.4.1 | Booking.com | 56 |
| 4.4.2 | TripAdvisor.com.br | 58 |
| 4.4.3 | Trivago.com.br | 59 |
| 4.5 | A dinâmica dos serviços de reserva <i>online</i> | 61 |
| 4.5.1 | Avaliações dos hóspedes | 63 |
| 4.5.2 | As comunidades virtuais | 63 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 4.6 | O fenômeno da hospitalidade a luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação | 65 |
| 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 69 |
| | REFERÊNCIAS | 72 |
| | APÊNDICE A - Comparação dos requisitos de infraestrutura para hotéis 5 estrelas de diferentes países | 82 |
| | APÊNDICE B - Comparação dos requisitos de serviços para hotéis 5 estrelas de diferentes países | 86 |
| | APÊNDICE C - Comparação dos requisitos de sustentabilidade para hotéis 5 estrelas de diferentes países | 88 |

1 INTRODUÇÃO

Para a área da CI, a contribuição desta pesquisa é, em primeiro lugar, abranger o estudo mencionado no campo epistemológico dessa ciência e, em segundo lugar reafirmar a sua abordagem social. Abordar o fenômeno da hospitalidade numa perspectiva paradigmática no campo da CI é reconhecer as relações mais amplas nas quais o fenômeno da hospitalidade se desenvolve.

Para ofertar serviços no turismo, “[...] o que conta não é a força muscular, ou a energia, e sim a informação.” (BELL, 1997, p. 148). Todavia, segundo Nascimento e Silva (2004), a falta de informação é um dos principais problemas que afetam o turista tanto em seu local de origem, na hora de planejar e tomar decisão sobre sua viagem, quanto no local de destino, durante a viagem. Isso, em princípio, “[...] demanda uma diversidade de informações que devem ser elaboradas e organizadas da forma mais simples e acessível possível.” (NASCIMENTO; SILVA, 2004, p. 62).

Todos os campos do conhecimento usam e reconhecem a importância da informação, mas a CI toma a informação por objeto de estudo, nos seus processos de produção, compartilhamento e uso da informação e na sua relação com a construção do conhecimento.

O objeto deste estudo são o Sistema Brasileiro de Classificação dos meios de hospedagem (SBClass) e os mecanismos informacionais para seleção e reserva de hospedagem, como instrumentos de mediação entre os turistas e os meios de hospedagem, os quais constituem parte do fenômeno da hospitalidade. Como fenômeno social, a hospitalidade vem acompanhada de um contexto dinâmico e cada vez mais complexo. Assim, refletir sobre a hospitalidade, sobre os mecanismos de seleção e reserva de alojamento e sobre os meios de hospedagem como estrutura e serviços que lhe dão suporte, implica considerar suas múltiplas interfaces socioculturais, ambientais e legais.

Na área do turismo, Grinover (2009) caracteriza o fenômeno da hospitalidade no espaço construído, significando explorar novas formas de interação com os turistas que podem ser alcançadas em tempo real. Ribeiro (2011) define os meios de hospedagem como o conjunto de empresas destinadas a prover acomodação em condições de segurança, higiene e satisfação aos turistas que buscam por esses serviços, seja por períodos curtos ou até em longas temporadas. Neste trabalho, com base na OMT (1995) apud Pakman (2014), turista é a pessoa que se encontra em viagem e estadia em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos.

O Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) é uma espécie de instrumento de comunicação entre os meios de hospedagem e os turistas, com o objetivo de orientá-los em suas escolhas de alojamento. Também largamente utilizada por países líderes no turismo, no Brasil o SBClass é de adesão e adoção voluntária. Mas para isso é necessário que o meio de hospedagem esteja com seu cadastro regular no Ministério do Turismo – no sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas - Cadastur. Executado pelo Ministério do Turismo (MTUR), em parceria com os órgãos oficiais de turismo nos Estados do Brasil e no Distrito Federal, o Cadastur permite o acesso a diferentes dados sobre os prestadores de serviços turísticos cadastrados.

Segundo o Ministério do Turismo (2010), o SBClass classifica os meios de hospedagem entre 1 a 5 estrelas, embora em alguns tipos, em virtude das suas especificidades, somente estão contempladas algumas categorias. Os requisitos são divididos em mandatórios (de cumprimento obrigatório pelo meio de hospedagem) e eletivos (de livre escolha do meio de hospedagem, tendo como base uma lista pré-definida). O meio de hospedagem para ser classificado na categoria pretendida deve demonstrar o atendimento a 100% dos requisitos mandatórios e a 30% dos requisitos eletivos, para cada conjunto de requisitos. Os requisitos estão divididos em três conjuntos: infraestrutura que se refere às instalações e os equipamentos, serviços, e sustentabilidade relacionados aos aspectos do meio ambiente, sociedade e satisfação do hóspede.

Vale salientar que cada tipo de meio de hospedagem reflete diferentes práticas de mercado e expectativas distintas dos turistas, deste modo se faz importante uma avaliação de cada seguimento de hospedagem (um Hotel 5 estrelas é diferente de uma Pousada 5 estrelas, por exemplo), por isso o Sistema Brasileiro de Classificação estabeleceu categorias específicas para cada tipo:

- i. Hotel – 1 a 5 estrelas
- ii. Hotel Fazenda – 1 a 5 estrelas
- iii. Cama & Café – 1 a 4 estrelas
- iv. Resort – 4 e 5 estrelas
- v. Hotel Histórico – 3 a 5 estrelas
- vi. Pousada – 1 a 5 estrelas
- vii. Flat/Apart-Hotel – 3 a 5 estrelas.

A classificação do SBClass possui validade de 36 meses, a contar da data de sua concessão, e em torno de 18 meses após a concessão inicial, é realizada uma nova avaliação de verificação e manutenção do atendimento aos requisitos da matriz de classificação. Todo o processo de avaliação e verificação é feito por um representante legal do Instituto Nacional de Metrologia, Normalização e Qualidade Industrial (Inmetro). Cabe ao MTUR a responsabilidade de destituir a classificação dos estabelecimentos que estiverem em desacordo com o previsto nos regulamentos preestabelecidos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

O SBClass tem o propósito de funcionar como um elemento sinalizador do padrão de qualidade dos meios de hospedagem, objetivando também que a classificação fornecida a um meio de hospedagem sirva, a priori, como orientação aos turistas na seleção desses serviços. Aos proprietários e aos gestores dos empreendimentos, o SBClass orienta sobre os requisitos que estes estabelecimentos devem possuir para alcançar, segundo eles, determinados padrões, ou seja, segundo essa visão, a classificação oficial seria capaz de proporcionar uma melhor posição competitiva para o meio de hospedagem em comparação aos seus concorrentes. Todavia, um primeiro levantamento exploratório realizado em 10 de abril de 2015 no sistema Cadastur, constatou-se que no Brasil havia 7.663 prestadores de serviços de hospedagem legalizados pelo Ministério do Turismo, destes, a adesão ao SBClass era de apenas 59 estabelecimentos, representando menos de 1%. Posteriormente, ao longo deste estudo, um novo levantamento foi realizado em janeiro de 2016, onde se identificou uma queda no número de estabelecimentos cadastrados pelo MTur, que agora apresentava um total de 7.097 meios de hospedagem cadastrados no Cadastur, porém, vale salientar que em relação aos estabelecimentos que aderiram ao Sistema Brasileiro de Classificação não houve variação, continuavam os mesmos 59 estabelecimentos classificados no SBClass.

1.1 O problema da pesquisa

Considerando que o sistema brasileiro de classificação oficial dos meios de hospedagem sofreu diversas reformulações ao longo de sua trajetória e, contando atualmente com categorias que, a priori, atendem a uma grande parcela dos tipos de meios de hospedagem ofertados no país, por que a adesão ao sistema é baixa? As dimensões de estrutura, de serviço e de sustentabilidade do SBClass não se constituem de requisitos suficientes para fornecer subsídios de gestão e/ou controle aos gestores dos meios de

hospedagem? A representação por estrelas não se constitui de fonte de informação para orientar os turistas na seleção dos seus meios de hospedagem na etapa de pré-viagem?

Essas perguntas suscitaram o problema desta pesquisa: *Como os turistas operam no processo de busca, compartilhamento e uso de informações para orientar suas decisões sobre as reservas de suas hospedagens?*

Essas observações direcionaram a presente pesquisa para a análise do fenômeno da hospitalidade, à luz do arcabouço teórico da Ciência da Informação (CI), um campo científico que, tanto nos seus fundamentos quanto no seu processo de institucionalização legitima-se na pluralidade que lhe é cabida, como campo científico de natureza interdisciplinar.

Le Coadic (2004) caracteriza a CI como uma ciência interdisciplinar, devido ao fato de tratar de problemas, os quais demandam a colaboração de várias disciplinas. Na mesma linha, retomando com Saracevic (1996), a informação tem um papel ampliado, gerando necessidade de estudos e pesquisas voltados ao fenômeno informacional, o qual não pode ser compreendido ou estudado no âmbito de um único campo do conhecimento.

Os problemas básicos de se compreender a informação e a comunicação, suas manifestações, o comportamento informativo humano e os problemas aplicados ligados ao "*tornar mais acessível um acervo crescente de conhecimento*", incluindo as tentativas de ajustes tecnológicos, não podem ser resolvidos no âmbito de uma única disciplina. [...] Problemas complexos demandam enfoques interdisciplinares e soluções multidisciplinares. (SARACEVIC, 1996, p. 48).

Ao longo de sua institucionalização a CI busca solucionar questões advindas do fluxo informacional e, como explicitou Le Coadic (2004), busca assentar o fluxo informacional nos processos de construção, comunicação e uso da informação. Do ponto de vista dessa ciência, o fenômeno informação comporta um elemento de sentido (LE COADIC, 2004) e, portanto, só tem validade se é usado na perspectiva da construção do conhecimento humano, por meio de um processo social. Saracevic (1996) retoma Wersig & Nevelling (1975), os quais reconheciam que o verdadeiro fundamento da CI está na responsabilidade social da transmissão do conhecimento para quem a necessita. Assim, esse autor sustenta que esse campo científico se volta aos problemas humanos relativos à efetiva comunicação do conhecimento em um contexto social.

1.2 Objetivos

Com base no exposto, o problema proposto delineou os objetivos desta pesquisa para a investigação de respostas ao problema suscitado, como se segue.

Analisar o fenômeno da hospitalidade a luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação, na busca, compartilhamento e uso de informação na seleção dos meios de hospedagem pelos turistas.

Para o alcance deste propósito maior, foram elaborados os objetivos específicos desta pesquisa:

- a) Estabelecer um percurso histórico dos sistemas de classificação de meios de hospedagem;
- b) Comparar as dimensões e os requisitos de classificação de meios de hospedagem adotados no Brasil com outros países;
- c) Identificar os mecanismos e recursos adotados pelos turistas na seleção e reserva de suas hospedagens.

Desde as perspectivas de Kuhn se assume que a ciência se reforma em períodos de tempo revolucionários, os quais trazem consigo a instauração de um novo paradigma. A CI não está alheia dessas crises epistemológicas e, portanto, seu desenvolvimento também se constitui de novas concepções e modos de apreender a realidade informacional, aqui compreendidos como paradigmas. Com base no termo grego *paradeigma*, Capurro (2003, p. 4) define paradigma como “[...] um modelo que nos permite ver uma coisa em analogia a outra”. E segundo esse autor, a CI, como campo científico, desenvolveu-se caracterizada por três paradigmas epistemológicos distintos, embora inter-relacionados: físico, cognitivo e social.

Capurro (2003) postula que a CI nasceu de estudos perfilados ao paradigma físico, mais focado na informação enquanto objeto físico, dissociado de outros fatores relevantes. Tal visão unidirecional, segundo esse filósofo, foi posteriormente questionada pelos defensores de um enfoque cognitivo idealista e individualista, cujo conceito central é a pessoa que busca e interpreta a informação. Esse paradigma, por sua vez, segundo Capurro (2003), é substituído por um paradigma pragmático e social que reconhece condicionamentos sociais e materiais do existir humano. Capurro (2003) todavia adverte que esse delineamento entre paradigma físico, cognitivo e social não pode ser interpretado como um caminho linear, mas na verdade as teorias que beneficiam de cada paradigma se cruzam ao longo do tempo com diferentes intensidades. Não obstante, para Capurro (2003), o paradigma social já se encontrava latente e em parte explícito, se bem que não como paradigma da ciência da informação, mas sim de seus predecessores, em particular a biblioteconomia e a documentação.

1.3 Estrutura do trabalho

Esta pesquisa está estruturada em quatro capítulos. Inicialmente, na introdução são apresentados o problema e os objetivos do estudo. No capítulo 2, a revisão teórica aborda temáticas relacionadas à CI e à hospitalidade, com ênfase ao sistema de classificação dos meios de hospedagem e ao turismo no cenário das tecnologias de informação e comunicação. No capítulo 3 estão explicitados os procedimentos metodológicos. No capítulo 4 são apresentados os resultados da pesquisa, delineados de acordo com os objetivos propostos, estruturados em quatro subseções. Por fim, as considerações finais apontam as principais conclusões em relação ao tema estudado. As referências estão arroladas na última parte do trabalho.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

A revisão teórica expressa o conhecimento produzido sobre a temática deste estudo e descreve de forma mais sistemática o desenvolvimento dos assuntos abordados nas áreas em questão.

2.1 Os paradigmas da Ciência da Informação

A ciência tem como razão primeira buscar respostas às interrogações que emanam da realidade e se reforma a cada vez que seus pressupostos não encontram respostas para novas perguntas que surgem. Um dos marcos para sintetizar o progresso do conhecimento científico é a proposta teórica de Thomas Kuhn. Kuhn (2006) estudou o desenvolvimento da ciência e cunhou o termo paradigma científico como as realizações científicas universalmente reconhecidas que, durante algum tempo, fornecem soluções modelares aos problemas que se apresentam a uma comunidade de praticantes de uma ciência. Essas realizações científicas, segundo esse autor, se configuram em intervalos grandes de tempo e tanto o comportamento, quanto o desenvolvimento da ciência orientam-se segundo as diretrizes do paradigma vigente.

Na CI, diversas interpretações sobre o conceito de informação deram origem a diferentes abordagens epistemológicas, as quais, como mostrou Capurro (2003), estão representadas em três paradigmas: físico, cognitivo e social.

Em essência, segundo Capurro (2003), o paradigma físico postula que há algo, um objeto físico, que um emissor transmite a um receptor. Esse paradigma Capurro (2003) advoga intimamente relacionado com a chamada teoria da informação de Shannon e Weaver e com a cibernética.

Meadow e Yuan (1997) afirmam que no modelo básico de Shannon e Weaver (1959), alguma pessoa cria uma mensagem (ou um sinal que significa uma mensagem) que é enviada através de um transmissor e um canal para um receptor como apenas uma representação simplificada. Intencionalmente, o modelo não considera o significado ou as consequências da recepção de uma mensagem. Devido ao fato de o modelo ter se concentrado somente no nível técnico da comunicação, o foco foi a transmissão ou transmitir os símbolos de um ponto para outro.

Em analogia no que se refere ao objeto de estudo deste trabalho, cabe observar que no indicador da qualidade de um meio de hospedagem, as estrelas se referem à veiculação de um símbolo ou à transmissão de uma mensagem, embora os aspectos semânticos e pragmáticos

intimamente relacionados ao seu uso possam não ser suficientemente compreendidos pelos turistas.

Buckland (1991) propôs conceber a informação como fenômeno objetivo (informação como coisa). Coisa significa algo tangível como documentos e livros, ou, mais genericamente, como qualquer tipo de objeto que tenha valor informativo, o qual pode ser em princípio, o símbolo das estrelas na classificação dos meios de hospedagem. Entretanto, como salienta Capurro (2003), o valor informativo a que alude Buckland não é uma coisa em si nem a propriedade de uma coisa, mas um predicado que o usuário confere a algo, num processo interpretativo demarcado por limites sociais de pré-compreensão que o sustentam. (CAPURRO, 2003).

Neste debate, evidencia-se o que Meadow e Yuan (1997) argumentam sobre a diferença entre dados e informação, ressaltando que os dados são informações potenciais. Mas, segundo esses autores, embora uma mensagem ou um conjunto de dados podem potencialmente ser informação, esse potencial nem sempre é realizado. Se os símbolos são compreensíveis, novos ou significativos para o destinatário, eles são chamados informação.

As visões de que há diferença entre dados e informações e que a diferença depende do receptor evidenciam a posição favorável dos adeptos do paradigma cognitivo, no que se refere ao processo interpretativo do sujeito cognoscente. Nessa concepção, segundo Meadow e Yuan (1997), o significado ou efeito da mensagem pode variar de acordo com o destinatário individual, portanto, se é dado ou informação não é fixo, mas uma questão individual. Mas para Capurro (2003), torna-se evidente que, no campo da CI, o que esse paradigma exclui é o papel ativo do sujeito cognoscente no processo informativo e comunicativo em geral.

Segundo Capurro (2003), Brookes (1981) subjetiva esse modelo no qual os conteúdos intelectuais formam uma espécie de rede que existe somente em espaços cognitivos ou mentais, e chama tais conteúdos de “informação objetiva”. Assim para Capurro (2003), nos processos informativos, o paradigma cognitivo concebe o usuário, em primeiro lugar como sujeito cognoscente, possuidor de “modelos mentais” do “mundo exterior” que são transformados durante o processo informacional.

Belkin (1980) parte da premissa de que a busca de informação tem sua origem na necessidade que surge quando existe o mencionado estado cognitivo anômalo, no qual o conhecimento ao alcance do usuário, para resolver o problema, não é suficiente. Essa teoria supõe que a dificuldade inicial do usuário de reconhecer e explicitar seu problema - devido a um déficit no seu conhecimento prévio sobre determinado assunto - é que vai impedi-lo de especificar sua necessidade de informação.

Na mesma linha, Vakkari (1999) fundamenta a teoria da complexidade da tarefa, condição que pressupõe que as necessidades de informação estão relacionadas à estrutura de um problema em questão. Vakkari (1999) conclui que a complexidade da tarefa, como percebida pelo usuário de informação, é uma determinante das necessidades e fontes de informação. Para Capurro (2003), a teoria de Vakkari, é uma posição intermediária entre o paradigma cognitivo mentalista de Brookes e o paradigma social.

Há de se considerar (assim como também o faz Capurro (2003)) as críticas de Frohman (1992). Esse autor argumenta que o discurso do paradigma cognitivo é guiado por meio de um apelo aos pressupostos da teoria das ciências naturais, pois caracteriza “[...] a aquisição de conhecimento de processos de informação apenas quando “usuários” e “geradores” de 'imagens' são constituídos como entidades naturais dadas objetivamente, e ignora o conhecimento como produto de práticas sociais.” (FROHMAN, 1992, p. 365, tradução nossa).

Fazendo referência a Foucault (1980), Frohman (1992) argumenta que a prática da CI está intimamente ligada com uma ampla gama de instituições situadas em conflitantes agendas econômicas e políticas. Ou seja, a análise das relações entre conhecimento e poder não são devidamente consideradas no paradigma cognitivo. Frohman (1992) argumenta que o ponto de vista cognitivo, consolida em território acadêmico as relações de poder do mercado, pois caracteriza a informação como uma mercadoria, e acredita que as pessoas podem ser examinadas como consumidores de informação dentro das condições da economia de mercado.

Segundo Frohman (1980, p. 373, tradução nossa), se trata de:

Uma redução discursiva na qual a “imagem” do usuário, concebida como uma representação mental individual de conhecimento, e o “depósito de conhecimento”, concebido como um depósito de representações de conhecimento agregado — exclui discursos nos quais os aspectos conflitantes e contraditórios da produção, transmissão, transformação, manipulação, recepção, distribuição, troca e manutenção de tudo que é coletado sob a rubrica de “informação” pode ser articulada.

É sabido que todo sistema social e econômico regulam o comportamento das pessoas e interferem na intencionalidade das mesmas, enquanto agem e tomam decisões. Portanto, seguindo Frohman (1980) e outros adeptos do paradigma social, refletir e debater sobre as possibilidades de escolhas das pessoas e sobre a construção do conhecimento humano, coloca em questão as relações socioculturais, políticas, econômicas e ideológicas, entre outras estabelecidas dentro de uma comunidade social.

A epistemologia social de Fallis (2006) também se constitui em um arcabouço teórico para apoiar o entendimento de como se dá o comportamento informacional do turista no acesso e uso da informação sobre os meios de hospedagem. Em defesa do paradigma social, Fallis (2006) parte do pressuposto de que o conhecimento é socialmente construído e a epistemologia social é um ramo da epistemologia que estuda o papel que os fatores e instituições sociais desempenham na aquisição do conhecimento. O principal objetivo dos serviços de informação, na opinião de Fallis (2006), é a construção do conhecimento. Dessa forma, fornecer as condições para um engenheiro aprender a construir uma ponte tem pouco sentido se não se sabe se ele realmente a construiu.

Na sua abordagem do construcionismo social, Tuominen e Savolainen (1996) desenvolveram uma estrutura para o estudo do uso da informação como uma forma de ação discursiva. Seguindo a *postulação* de Rorty (1979), para esses autores a mente não pode ser o espelho do mundo e a linguagem não é concebida como uma janela através da qual o mundo se mostra e nem como um espelho que reflete diretamente as nossas observações, mas como um artefato de intercâmbio social. Na concepção do construcionismo social de Tuominen e Savolainen (1996), o homem constrói suas teorias a respeito do funcionamento do mundo ativamente por intermédio da interação social.

Também adeptos do paradigma social, Hjørland e Albrechtsen (1995) desenvolveram um arcabouço teórico sobre a análise dos domínios de conhecimento relacionados às comunidades discursivas. E com base na perspectiva apresentada por estes autores as comunidades discursivas

[...] representam um conjunto de indivíduos que atuam comunicativamente a partir de uma temática de referência, mediante propósitos compartilhados em uma linguagem comum, estruturada para uma determinada atividade. O valor da informação é, segundo essa perspectiva, sempre relativo a certos mecanismos, assuntos ou critérios coletivos de uma comunidade. (PRESSER; AZEVEDO; MELO, 2013)

No contexto do presente estudo, as questões relativas à interatividade estão intrinsecamente ligadas a produção coletiva e ao compartilhamento de informações por parte dos turistas que assumem tanto o papel de usuários (quando buscam informações produzidas por outros usuários), quanto de produtores (quando compartilham suas experiências e/ou divulgam suas avaliações) nas comunidades discursivas que tratam de assuntos relacionados aos serviços ofertados pelos meios de hospedagem. Numa análise extrínseca, a tecnologia que antes servia apenas para armazenar dados (no paradigma físico), agora serve como meio de comunicação e

disseminação da informação de modo ampliado (paradigma social). Por isso, é preciso discutir e entender o papel social da informação, tendo esta como um produto social, uma vez que é possível obter e fornecer informações sobre os meios de hospedagem em tempo real.

Deste modo, a presente pesquisa procurou olhar para o processo de produção e uso de informação dos meios de hospedagem e sua interatividade com os sujeitos sob o ponto de vista social como pensa a Ciência da Informação, no que diz respeito à hospitalidade.

2.2 Meios de hospedagem no cenário da hospitalidade

Para muitos pesquisadores, o turismo se configura como uma área de estudos multidisciplinar, pela sua dimensão econômica, social, cultural, política e ambiental. (JAFARI, 2005; SOUZA, FILHO e FARIA, 2008; PIMENTEL, PIMENTEL e CARRIERI, 2014). Tratando da sociologia aplicada ao turismo, Castro (2002) apresenta os estudos das relações socioculturais e econômicas como os que predominam nesse campo. Para este autor, o turismo é interação social e cultural.

Gosson *et al* (2014) alertam que quando um consumidor decide por um destino turístico, aspectos tecnológicos e o próprio dinamismo do setor influenciam na sua decisão de compra. Logo, a forma como é realizada a distribuição dos serviços turísticos configura-se como aspecto decisivo que deve ser pensado e gerenciado por aqueles que os ofertam. Devido suas características de intangibilidade, percibibilidade, complexidade, interdependência e sua fixação geográfica, os produtos e serviços turísticos não podem ser apreciados ou experimentados antecipadamente, como ocorre com os produtos manufaturados, e isso os torna “[...] dependente de representações e descrições para ajudar os consumidores a tomar uma decisão de compra.” (GO e PINE 1995, *apud* O’CONNOR, 2001, p. 14).

Para apreender a extensão do processo de hospitalidade, Camargo (2015, p. 47) concebe a hospitalidade como “uma relação humana em que acontece uma troca entre alguém que recebe e alguém que é recebido”. E, segundo o autor, tanto a hospitalidade exercida em meios comerciais quanto a que acontece em meios domésticos enfrentam os mesmos desafios, como a necessidade de criar ambientes comunicativos ou promover a alegria, entre outros.

Cooper *et al* (2001) salientam que só existe hospitalidade onde há combinação de benefícios tangíveis e intangíveis, os quais proporcionam a interação entre serviço e prestador e entre consumidor e hóspede. Na visão de Grinover (2002, p. 26), é na hospitalidade que “realizam-se trocas de bens e serviços materiais ou simbólicos entre receptor e acolhedor, anfitrião e hóspede”. Logo, é fundamental que esses espaços sejam legitimados não só pelos

hóspedes como também pela comunidade local, que de certa forma compõe o contexto de interação. Assim, o processo de hospitalidade caracteriza a interação entre quem oferta e aquele que recebe a hospitalidade (LOCKWOOD; JONES, 2001).

Para Gray (1996), o que garante o sucesso das operações desenvolvidas pela hospitalidade não é apenas o custo ou a qualidade dos serviços que são prestados pelos meios de hospedagem, e sim, a percepção do cliente em relação a esses serviços. Essa consideração torna ainda mais importante o gerenciamento dos produtos turísticos ofertados pelos meios de hospedagem. Em contrapartida, esse entendimento reafirma a necessidade de garantir aos turistas as informações completas e confiáveis daquilo que será disponibilizado pelo meio de hospedagem. Assim, o turista poderá escolher e, assim, espera-se que as expectativas fomentadas e a percepção obtida no momento em que o serviço é prestado convirjam para a satisfação.

A Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) agrupa as atividades dos meios de hospedagem sob o manto das atividades terciárias do comércio, serviços e turismo. Como uma indústria internacional e como o maior gerador de empregos no planeta, o turismo possui uma maior gama de agentes heterogêneos do que muitas outras indústrias (BUHALIS; LAW, 2008). Assim, caracterizando a informação como um dos seus principais insumos, os meios de hospedagem se traduzem num campo de estudo frutífero.

Atualmente, a Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH), registro obrigatório do hóspede no momento de sua chegada ao estabelecimento, se configura num grande estoque informacional. Essa situação remete a Barreto (1994, p. 372):

A produção da informação é operacionalizada através de práticas bem definidas e se apoia em um processo de transformação orientado por uma racionalidade técnica que lhe é específica; representa atividades relacionadas à reunião, seleção, codificação, redução, classificação e armazenamento de informação. Todas essas atividades estão orientadas para a organização e controle de estoques de informação, de uso imediato ou futuro. Este repositório de informação representa um estoque potencial de conhecimento e é imprescindível que exista, para que se realize a transferência de informação. Contudo, por ser estático, o estoque não produz, por si só, qualquer conhecimento.

O regulamento dos meios de hospedagem estabelece que os mesmos devam fornecer mensalmente, ao órgão estadual de turismo competente, da Unidade da Federação em que se localizarem, informações referentes ao perfil e ao quantitativo de hóspedes, com taxas de ocupação e permanência médias e número de hóspedes por unidade habitacional, cujas informações serão postas à disposição da sociedade, sem identificação individualizada dos estabelecimentos.

Há diversos tipos de meios de hospedagem, os quais buscam atrair e satisfazer uma clientela variada, por vezes oferecendo alimentação, entretenimento e outras atividades relacionadas com o bem-estar dos hóspedes. Essa hospedagem, segundo Ribeiro (2011), pode ser manifesta por meio de um luxuoso hotel, um albergue ou até mesmo por uma área para camping, entre várias outras opções.

A Lei nº 11.771/2008 no seu artigo 23, denomina meios de hospedagens:

Os empreendimentos ou estabelecimentos, independente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominado de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária.

O Ministério do Turismo (2010) caracteriza os meios de hospedagem em sete tipos de negócios: hotel, resort, hotel fazenda, hotel histórico, cama e café, pousada e flat/apart hotel. Apenas estes podem solicitar à adesão ao SBClass.

Um fator diferenciador dos diversos meios de hospedagem diz respeito à diversificação e à qualidade dos serviços oferecidos aos hóspedes. Loureiro (2005), por exemplo, entende que é a infraestrutura que diferencia um cama e café de uma pousada ou de um hotel. Em outros autores se lê que é a forma de ocupação de hóspedes, os preços e tarifas (CLARK, 2000) ou, ainda, a localização.

Afora a questão do padrão do empreendimento e de seus serviços, os meios de hospedagem podem concorrer de acordo com o perfil de demanda que visam a atender: demanda por turismo de lazer, busca por bem-estar, demanda de negócios, eventos e afins. Entre os hotéis de lazer mais representativos estão os hotéis fazenda, ecológicos e resorts, os quais se constituem em destinações turísticas, justificando por si só a viagem (GOMES, 2004).

Por um lado, estão os albergues, pensões e pousadas, oferecendo acomodações modestas com pouca variedade de serviços. Os albergues normalmente atendem ao público específico de jovens, geralmente estudantes e, por isso, são mais atrativos para pequenas e médias empresas as quais, por sinal, suportam 90% do turismo no mundo inteiro (HONEY, 2003; apud SPERB, 2006). De outro lado, *resorts* e hotéis de luxo atendem um público de maior poder aquisitivo. Os *flats*, por sua vez, deveriam atender à necessidade de acomodação de caráter mais prolongado, porém se tornam concorrentes dos hotéis de categoria intermediária e superior, principalmente no que se refere ao turismo de negócios.

2.3 Turismo no cenário das tecnologias de informação e comunicação

O'Connor (2001) observa que os produtos e serviços turísticos são voláteis, por isso, a informação deve fluir de forma rápida e precisa entre o cliente, os intermediários e cada um dos envolvidos no setor do turismo. A inovação tecnológica de produtos, processos e materiais, a legislação e as normas internacionais de qualidade, entre outros, traduzem o nível de desenvolvimento tecnológico do turismo e dos meios de hospedagem. A Internet, por exemplo, permite que os consumidores se envolvam diretamente com os fornecedores e que contestem o papel dos intermediários.

A evolução dos motores de busca, a capacidade de carga das tecnologias de informação e comunicação (TICs) e a velocidade das redes, influenciam os hóspedes de todo o mundo que usam informação para o planejamento de suas viagens. As TICs mudaram a forma como os hóspedes fazem suas reservas, impactando diretamente nos negócios das agências de viagens e dos operadores turísticos. Essas mudanças, por seu turno, diversificam os atores no contexto dos meios de hospedagem, ampliam a participação de mercado e balançam o equilíbrio de poder, além de promover o reconhecimento da importância do turismo para um número cada vez maior de economias regionais e nacionais.

Isso altera a estrutura de toda a indústria e desenvolve todo um conjunto de oportunidades e ameaças para todas as partes interessadas. Note-se que as TICs se constituem como recursos para facilitar e melhorar o relacionamento, inclusive pós-experiência dos clientes. Além disso, atualmente os clientes têm à disposição uma variada oferta de serviços virtuais que os permite fazer reservas on-line por conta própria, em vez de depender de agências de viagens tradicionais. Igualmente, muitos dos meios de hospedagem têm adotado tecnologias de Internet como parte de suas estratégias de marketing e comunicação como o fazem as companhias aéreas e agências de viagens.

Morrison et al. (2001), apud Buhalis e Law (2008) constataram que viajantes potenciais têm acesso direto a uma maior variedade de informações fornecidas pelos próprios meios de hospedagem e, cada vez mais, procuram por informações sobre determinado empreendimento por meio de outros hóspedes. É por intermédio das TICs que cada vez mais os viajantes acessam informações confiáveis e precisas, realizam reservas num período de tempo menor, sem o custo e outras inconveniências exigidos por métodos convencionais. (O'CONNOR, 1999 apud BUHALIS e LAW, 2008).

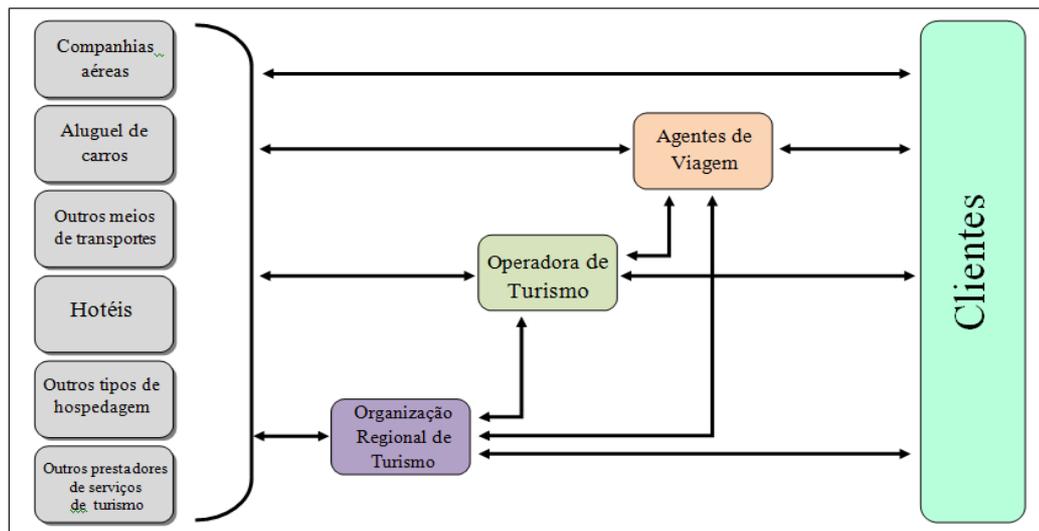
Os Global Distribution System (GDS), ou Sistemas de Distribuição Global, caracterizam-se como recursos tecnológicos, cuja função é a intermediação eletrônica, como

meio de comunicação entre as agências de viagens e as companhias aéreas, hotéis, locadoras de veículos e operadoras. A Amadeus, a Sabre Holdings e a TravelSpan atuam como uma rede global, conectando fornecedores e agências de turismo por meio da distribuição de produtos e serviços de viagens.

Por volta do início do século XX, o setor turístico no mundo todo já ofertava seus produtos e serviços por meio da distribuição eletrônica, e como mostra a Figura 1, os canais utilizados eram intermediários entre os prestadores dos serviços e os clientes.

O'Connor (2001) apresenta os principais intermediadores que forneciam informações aos clientes, mas é categórico quando mostra as limitações desses canais de distribuições, pois segundo o autor, a maioria fluía através dos Sistemas de Distribuição Global (GDS), o que acarretava em aumento dos custos operacionais, limitava a abrangência de público (pois só os agentes, as agências e os demais prestadores diretamente envolvidos podiam acessar), e restringia o conteúdo informado, pois precisavam limitar os dados que seriam distribuídos.

Figura 1 - Canais de distribuição do setor turístico.



Fonte: Adaptado de O'Connor (2001).

Muitos desses prestadores de serviços turísticos preferiam utilizar a distribuição eletrônica para vender diretamente aos clientes, mas uma grande parte dos agentes de viagens simplesmente ignoravam o que já parecia um caminho certo, a “desintermediação” (O’CONNOR, 2001, p. 15; 99).

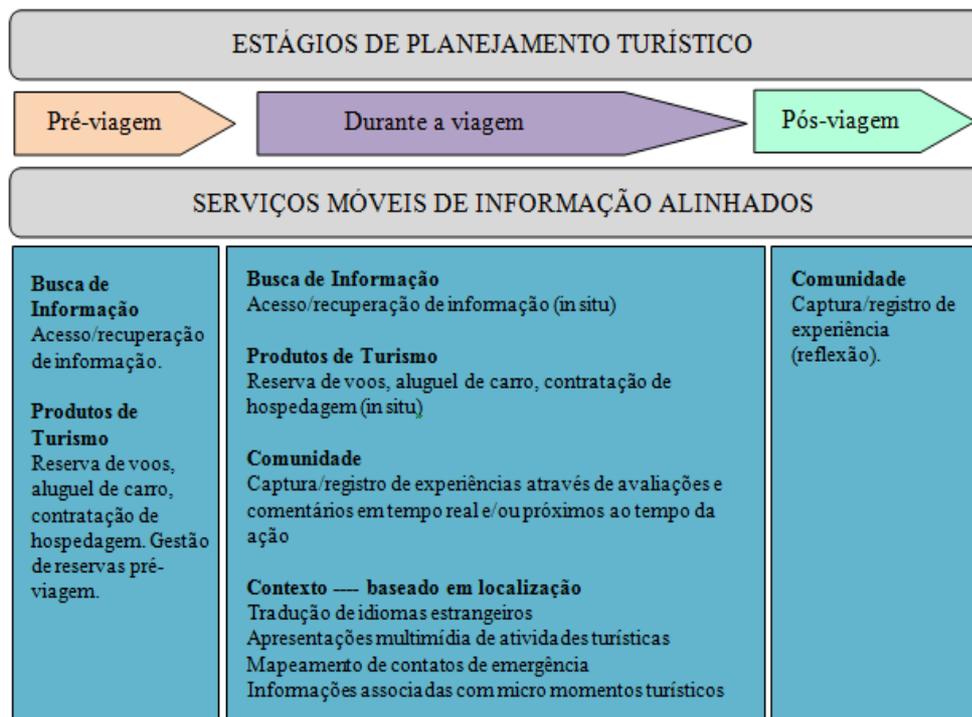
Estudos, a exemplo de Buhalis & Law (2008) mostram que, com a ampliação do uso de dispositivos móveis, como *smartphones* e *tablets* sem fio, os turistas podem acessar informações sobre viagens a qualquer momento desde que estejam conectados à rede, e o

número de estabelecimentos públicos e privados que disponibilizam de forma gratuita este tipo de conectividade, vem crescendo de forma exponencial, inclusive, tornando-se um diferencial aos estabelecimentos comerciais que os ofertam (entre eles, os meios de hospedagem).

Assim, o advento da era da informação ubíqua tem levado muitas pessoas a acreditarem que os Centros de Informações Turísticas (CITs), como unidades que divulgam promoções turísticas tradicionais, estão perdendo sua função. Essa crença pode ser atribuída à transformação do comportamento do usuário, estimulada pela difusão de dispositivos móveis (WANG et al., 2012). Em resposta a esse progresso no ambiente informacional sobre viagens, organizações de turismo já começam a desenvolver uma infinidade de aplicações para que os usuários de dispositivos móveis possam obter informações sobre viagens e até finalizar a compra através dos celulares e *tablets*.

Estudos de Karanasios et al (2015) (ver Figura 2) alegam que os serviços móveis de informação podem ser mapeados em três etapas no planejamento de uma viagem. Os benefícios na busca de informações, o acesso a produtos turísticos e a capacidade de capturar e registrar experiências (julgadas pela comunidade), ampliam a fase que ocorre durante a viagem devido à influência da Internet.

Figura 2 - Alinhamento de serviços móveis de informação proposto para estágios de planejamento.



Fonte: Adaptado de Karanasios; Sellitto; Burgess (2015).

Em linhas gerais, no estágio da pré-viagem, os serviços acessados em dispositivos móveis permitem que os turistas realizem as tradicionais atividades de busca de informações, bem como a aquisição e/ou gerenciamento de produtos turísticos. Nesta fase, os dispositivos móveis também permitem que o turista se concentre em produtos turísticos refletidos em compra de passagens, contratação de hospedagem ou aluguel de automóveis e na gestão do itinerário de viagem.

No estágio durante a viagem (ver Figura 2), os serviços tendem a ser semelhante àqueles observados na fase de pré-viagem, porém, refletem a capacidade do dispositivo móvel para capturar, em tempo real, as experiências pessoais e intuitivas de uma pessoa, permitindo-lhes compartilhar essas informações com outros turistas, enquanto eles ainda estão de férias ou até mesmo fisicamente na rota entre destinos. Serviços de contexto seriam dependentes de localização geográfica e de sistemas de recomendação refletindo proximidade de pontos de interesse, como restaurantes, parques temáticos, passeios e assim por diante.

No estágio pós-viagem, as atividades incidem sobre a avaliação das atividades turísticas. Nesse sentido, os usuários têm a oportunidade de publicar comentários em tempo real, enquanto em férias e na fase da pós-viagem, para compartilhamento de experiências. Essas informações se constituem de consultas e avaliações de decisão de compra para outros viajantes. Com isso, é possível constatar a produção de conhecimento colaborativo, a interatividade e a legitimidade da informação nesse processo, onde o usuário por meio do uso das tecnologias de informação e comunicação passa a desempenhar inúmeros papéis, se no início do processo de planejamento da viagem ele pode ser o usuário que busca informação, no decorrer da própria experiência de viagem ele pode assumir um novo papel, o de validador, aquele que constata, por vezes em tempo real, se a informação obtida inicialmente condiz com a realidade vivenciada por ele no momento em que este chega ao local escolhido ou à medida que obtém a experiência, e ainda o mesmo usuário pode assumir o papel de produtor de informação mesmo quando sua viagem já terminou, ao produzir informação a respeito de sua experiência como um todo, e essas informações são disponibilizadas para novos usuários.

É importante destacar que diante desse contexto a informação tem uma relevância social, e nesse sentido, nota-se que tanto a apropriação como a própria interação da informação disponibilizada aos usuários, não está mais sob a exclusividade dos antigos intermediadores, ou mesmo dos fornecedores dos serviços de hospedagem. Percebe-se que o usuário assumiu um papel mais ativo nesse processo, não aceita apenas receber a informação como algo estático, o usuário valoriza e dá legitimidade as informações produzidas e compartilhadas por outros usuários, com isso, o processo de busca, compartilhamento e uso

de informação nesse contexto conta não só com os fornecedores dos serviços de hospedagens e as entidades reguladoras, mas principalmente com o próprio usuário.

Este cenário pressupõe novas formas para projetar tecnologias que visam à interação com os usuários por meio de sistemas, aplicativos, artefatos de softwares em geral. Todavia, cabe ao usuário validá-las, pois como evidencia Barreto (1999, p. 372), “[...] as informações armazenadas em bases de dados, arquivos, possuem a competência para produzir conhecimento, que só se efetiva a partir de uma ação de comunicação mutuamente consentida entre a fonte (os estoques) e o receptor”.

2.4 Sistema de Classificação dos meios de hospedagem

Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT) (2015), propor um sistema de classificação para os meios de hospedagem é uma tarefa complexa devido a fatores como diversidade dos tipos de alojamento, aspectos culturais e ambientais, além do contexto econômico que cada região e/ou país possui e que influencia diretamente na sua legitimidade. Mas, a OMT reconhece que a existência de um sistema de classificação para esse segmento turístico pode servir como plataforma de marketing para os meios de hospedagem e os destinos que desejam promover a qualidade de suas ofertas.

Existe uma infinidade de tipos de sistemas oficiais de classificação de hospedagem no mundo todo, o que varia são os termos de critérios, a gestão e o monitoramento, mas em sua essência, todos objetivam prestar informações sobre os serviços ofertados. Logo, a padronização ou a unificação dos tipos de classificação hoteleira ofertados num determinado país ou região, tem como objetivo favorecer a comunicação entre os que fornecem e aqueles que consomem os serviços prestados nos meios de hospedagem.

Segundo a OMT (2015), a classificação dos meios de hospedagem é uma espécie de ranking que denota os padrões das instalações e que geralmente usa a simbologia *estrelas* ou *diamantes* para distinguir os tipos ofertados. O objetivo é informar os hóspedes com antecedência sobre o que vão encontrar.

Falar sobre o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem requer que se construa um conhecimento a partir do estudo da história dessa classificação, que inclui também o conhecimento sobre seu início, bem como a definição e os objetivos desse sistema, além das informações que monitora, expressas em dimensões e requisitos.

No Brasil, os sistemas de classificação hoteleira surgiram no fim da década de 70, e desde sua origem eram destinados 70% dos requisitos estabelecidos aos aspectos construtivos,

equipamentos e instalações e apenas 30% aos serviços. Essa metodologia teve reflexos diretos nos serviços prestados na época, e ainda se reflete nas gestões atuais. (CASTELLI, 2003; MENEZES e SILVA, 2013).

Miguel (2001) aponta que a primeira classificação oficial no Brasil foi implantada no ano de 1977, por meio da Lei nº 6.505/1977, regida pelo Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR). Para obter a classificação, os estabelecimentos necessitavam cumprir aos requisitos que eram propostos na planilha de avaliação, que abrangiam os aspectos construtivos, instalações e equipamentos e serviços. O sistema classificava os hotéis de 1 à 5 estrelas, e embora fosse bastante divulgado entre o público, tinha baixa credibilidade (MIGUEL, 2001).

Em abril de 1998, a EMBRATUR revogou esse sistema de classificação por meio da Deliberação Normativa nº 387/98 (MENEZES e SILVA, 2013). Para Miguel (2001), a principal crítica era que o sistema não abrangia os serviços nem o atendimento, focando apenas nos aspectos estruturais e de construção, como área do apartamento, existência de serviços adicionais como restaurantes e estacionamento.

A Deliberação Normativa nº 387/98 cancelou o sistema que já estava em vigor e regulamentou o novo sistema de classificação que foi adotado e regulamentado pela EMBRATUR, por meio do Sistema Automático de Gerenciamento dos Prestadores de Serviços Turísticos (SAGET). No novo sistema, os tipos de meios de hospedagem eram quatro: Hotel, Hotel Histórico, Hotel de Lazer e Pousada e só foram estabelecidas categorias para classificar os hotéis, que podiam se enquadrar em: Luxo Superior (5 *estrelas*); Luxo (4 *estrelas*), Standart Superior (3 *estrelas*); Standart (2 *estrelas*) e Simples (1 *estrelas*). A EMBRATUR realizava a verificação da adequação e da conformidade dos itens existentes no estabelecimento comparando aos padrões já definidos nas matrizes de classificação.

Simultaneamente a este sistema oficial de classificação outro sistema era ofertado, realizado por entidades privadas que eram representadas pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH). Nessa classificação, o próprio meio de hospedagem realizava a verificação da conformidade do seu estabelecimento comparando com os padrões preestabelecidos (FREITAS, 2007).

Embora se observe certo avanço em termos de criar categorias específicas para um mesmo tipo de meio de hospedagem (como é o caso do hotel), em ambos os sistemas oficiais de classificação é possível notar que o escopo de avaliação deixava a desejar em muitos aspectos. Considere-se que quando se trata de avaliar infraestrutura, notadamente os principais beneficiados são as grandes redes de hotéis e empresas de hospedagem de médio e

grande porte, prejudicando os prestadores de serviços de pequeno porte, como as pousadas e albergues, pois era nitidamente mais oneroso para estes estabelecimentos investir em seus estabelecimentos.

Diante desse cenário de insatisfação, a EMBRATUR e a ABIH se uniram e firmaram compromisso em julho de 2001 para instituir um novo sistema de classificação. Assim, modificaram os critérios que haviam sido estabelecidos na Deliberação Normativa nº 387 da Embratur, de 28 de janeiro de 1998 e as respectivas mudanças foram efetivadas por meio da Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002 (BRASIL, 2007).

Entre os principais aspectos que foram alterados destacam-se as modificações realizadas no Regulamento do Sistema Oficial de Classificação dos Meios de Hospedagem, no Manual de Avaliação e na Matriz de Classificação dos Meios de Hospedagem, além da incorporação da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes (FNRH) e do Boletim de Ocupação Hoteleira (BOH).

Diferente dos primeiros sistemas, neste, os estabelecimentos só podiam se classificar em seis categorias: Super Luxo (5 *estrelas SL*); Luxo (5 *estrelas*); Superior (4 *estrelas*); Turístico (3 *estrelas*); Econômico (2 *estrelas*) e Simples (1 *estrelas*). Independente do porte, os meios de hospedagem eram classificados em categorias que foram propostas para verificar os sistemas de gestão adotados, as condições de conforto por meio das instalações e equipamentos e a comodidade disponíveis, os serviços e o atendimento que eram oferecidos.

Assim, como nos primeiros sistemas oficiais, a classificação de 2002 não conseguiu abranger todas as tipologias de meios de hospedagem. Como observa Menezes e Silva (2013), o novo sistema de classificação apresentava somente uma matriz que continha os requisitos que deviam atender a todos os tipos de meios de hospedagem, o que trazia desvantagens para alguns tipos de estabelecimentos, resultando numa baixa adesão.

Ademais, no formato vigente em 2002, o sistema de classificação dos meios de hospedagem funcionava de maneira aproximadamente auto regulamentada, porquanto a entidade de classe – ABIH - que representa a maioria dos empreendimentos hoteleiros do país era responsável por grande parte do processo (BRASIL, 2007). Nesse sentido, Eller e Amorim (2014) sinalizam que a certificação de produtos, serviços, sistemas de gestão e de pessoas deve ser realizada por uma terceira parte, querendo com isso dizer que o processo deve ser conduzido por uma organização independente e acreditada para executar essa modalidade de avaliação da conformidade e conforme pressupõe o Inmetro (2014).

Dados publicados pela ABIH apontam que em 2006 existiam apenas 32 hotéis classificados por este sistema no Brasil (13 no Nordeste, oito no Sudeste, sete no Sul, três na

região Norte e um na região Centro-Oeste). Todavia, o cenário brasileiro dos meios de hospedagem contava com cerca de seis mil estabelecimentos cadastrados no MTUR, revelando a baixa aceitação do sistema entre os prestadores de serviços de hospedagem daquela época, o que só reafirma a fragilidade que o sistema apresentava. (Ministério do Turismo, 2010).

Em consequência da baixa adesão e das muitas críticas que recebeu, este sistema foi revogado em 2008 para a elaboração de uma nova proposta mais acessível e eficiente. Já em 2010, a Portaria nº 17, de 12 de fevereiro, tornou sem efeito o regulamento do Sistema Oficial de Classificação de Meios de Hospedagem aprovado pela Deliberação Normativa da EMBRATUR nº 429, de 23 de abril de 2002 (MENEZES e SILVA, 2013).

Nesse período, o setor ficou sem sistema oficial de classificação, mas esforços foram aplicados para que um novo sistema fosse criado, e que, diferente dos outros sistemas que entraram em colapso, pudesse contemplar todos os tipos e categorias dos meios de hospedagem que compõe o cenário brasileiro.

Essa proposta foi materializada com a divulgação em 2008 do novo Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem, conhecido também como SBClass, nomenclatura simplificada pelo governo. Tratava-se de um sistema criado com o propósito de ofertar ao setor normas de classificação para os meios de hospedagem, e além de contemplar as múltiplas dimensões nacionais incorporava padrões da hotelaria internacional.

Para entender todo o processo de estabelecimento do SBClass, é preciso analisar a Política Nacional de Turismo, que teve suas normas e diretrizes estabelecidas pela Lei Nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, também conhecida como a Lei Geral do Turismo (LGT). Dentre muitos benefícios ao setor do turismo, a LGT trata dos principais aspectos de cadastro, classificação e fiscalização dos prestadores de serviços turísticos, antes da aprovação da lei, muitas normas relativas ao setor do turismo encontravam-se dispersas na legislação brasileira, o que permitia margens a diversas interpretações, a aprovação proporcionou a instituição do Sistema Nacional de Turismo, a obrigatoriedade do Cadastur e a criação de normas sobre a Política Nacional do Turismo.

Embora a LGT date de 17 de setembro de 2008, ela só foi regulamentada em 2 de dezembro de 2010, pelo Decreto nº 7.381, que veio para suprir as lacunas que existiam na LGT, tornando-a eficaz. De acordo com o Art. 4º da LGT, a Política Nacional de Turismo é regida pelo conjunto de leis e normas direcionadas ao planejamento e ordenamento do setor, e por diretrizes, metas e programas definidos no Plano Nacional do Turismo.

O Art. 21 caracteriza os meios de hospedagem como prestadores de serviços turísticos que exercem atividades econômicas dentro da cadeia produtiva do turismo, e como preconiza o Art. 22, estão obrigados a se cadastrarem no MTUR. (Lei Nº 11.771, 2008). Esse cadastro é feito pelo Cadastur, sistema online de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo. O cadastro é gratuito e o órgão responsável pela execução desse sistema é o MTUR em parceria com outros órgãos oficiais de turismo que atuam nos 26 Estados do Brasil e no Distrito Federal. O Quadro 1 apresenta os perfis dos prestadores de serviços turísticos que se cadastram no Cadastur.

Quadro 1 – Tipos de cadastros no Cadastur.

| Tipo de cadastro | Prestadores de serviços turísticos |
|----------------------|---|
| Cadastro Obrigatório | Meios de Hospedagem (albergue, condo-hotel, flat, hotel urbano, hotel de selva, hotel fazenda, hotel histórico, pousada, resort e cama & café); Agências de Turismo; Transportadoras Turísticas; Organizadoras de Eventos; Parques Temáticos; Acampamentos Turísticos; Guias de Turismo. |
| Cadastro Facultativo | Restaurantes, Cafeterias e Bares; Centros de Convenções; Parques Aquáticos; Estruturas de Apoio ao Turismo Náutico; Casas de Espetáculo; Prestadoras de Serviços de Infraestrutura para Eventos; Locadoras de Veículos para Turistas; Prestadoras Especializadas em Segmentos Turísticos |

Fonte: elaborado pela autora, adaptado do Site Cadastur (2015).

O objetivo principal do cadastramento é promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro de empresas e profissionais do setor, em busca de uma prestação de serviço confiável. É fundamental esclarecer que o Cadastur não é um selo de qualidade, pois não atesta quanto à qualidade dos serviços prestados, somente quanto à legalidade do empreendimento ou profissional cadastrado para o exercício da atividade. Depois de homologado o cadastro do prestador de serviços turísticos pelo Órgão Delegado de Turismo, o MTUR emite o certificado de regularidade, que tem validade de dois anos. (BRASIL, 2010).

Somente os Meios de Hospedagem já cadastrados no Cadastur podem solicitar a classificação do seu estabelecimento no SBClass. A solicitação da classificação é voluntária, e envolve custos que devem ser arcados pelo estabelecimento que se candidata. De acordo com o Parágrafo único do Art. 31-A do Decreto nº 7.381, “para identificação da classificação oficial hoteleira será utilizado o símbolo estrela, de uso e concessão de caráter estrito e

exclusivo do Ministério do Turismo”, tendo também exclusividade na sua distribuição (BRASIL, 2010).

Os responsáveis pela mensuração dos serviços ofertados pelos prestadores mencionados no Quadro 1 são o MTUR e o Inmetro. Essa parceria é fruto de um acordo de cooperação técnica celebrado em 2009 entre a União (por intermédio do MTUR), o Inmetro e a Sociedade Brasileira de Metrologia (SBM), que juntos programaram os procedimentos necessários para tornar realidade o projeto de qualificação dos serviços e equipamentos turísticos com base na LGT (INMETRO, 2011).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Segundo Martins e Theóphilo (2009), o conhecimento científico resulta da investigação metódica e sistemática da realidade, é produzido pela investigação científica, por meio dos seus métodos. Portanto, a proposta desta etapa é apresentar os procedimentos adotados para desenvolver a pesquisa, visando à compreensão de sua natureza e do seu universo de análise. Segundo Scartezini (2010, p.32) para conferir veracidade ao projeto científico “[...] é necessário analisar o objeto relacionando-o sempre com aquilo o que há ao seu redor, com as condições objetivas de sua existência, pois ele nada é fora de sua interação com o todo”.

3.1 Abordagem metodológica da pesquisa

Em sua forma mais ampla, o objeto da investigação se constitui do fenômeno da hospitalidade. Em sua forma mais específica o objeto de estudo se constitui nos mecanismos de seleção e reserva dos meios de hospedagem.

Quanto a sua natureza, a pesquisa gerou conhecimentos dirigidos à solução de problemas específicos do mundo real e envolveu interesses locais. Destaca-se a complexidade do objeto a ser conhecido, determinando o nível de abrangência da apropriação.

Quanto aos seus objetivos, seguindo Gil (2007) se caracterizou em uma pesquisa exploratória, descritiva e explicativa. Na sua forma exploratória, examinou o funcionamento e a situação real do SBClass, com vistas a torná-lo mais explícito e construir o problema e delinear os objetivos da pesquisa. Na sua forma descritiva, descreveu os fatos e fenômenos da hospitalidade (TRIVIÑOS, 1987). Na sua forma explicativa, identificou como ocorre o processo de seleção dos meios de hospedagem na atualidade, bem como os fatores que determinam ou que contribuem para essa característica do fenômeno da hospitalidade (GIL, 2007). Ou seja, explicou o porquê das ocorrências, por meio dos resultados oferecidos pelas pesquisas exploratória e descritiva. Segundo Gil (2007), uma pesquisa explicativa pode ser a continuação de outra descritiva, posto que a identificação de fatores que determinam um fenômeno exige que este esteja suficientemente descrito e detalhado.

3.2 Procedimentos de coleta dos dados

Quanto aos procedimentos de coleta de dados se caracterizou em uma pesquisa documental, recorrendo a fontes mais diversificadas, tais como se segue:

- a) Acordo de Cooperação Técnica nº 002/2009 – celebrado entre a União (por meio do MTur), o Inmetro e a Sociedade Brasileira de Metrologia (SBM) – implementa as ações e os procedimentos necessários para a realizar o projeto de qualificação dos serviços e equipamentos turísticos com base na Lei nº 11.771/2008;
- b) Cartilha de orientação básica do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem emitido pelo Ministério do Turismo (2010);
- c) Classificação de hotéis por estrelas na China, emitido pela TRAVEL CHINA GUIDE (Org.), (2015). Disponível em: <<http://www.travelchinaguide.com/>>. Acesso em: 11 jan. 2015;
- d) Classification of hotel establishments within the EU, elaborado pela THE EUROPEAN CONSUMERS CENTERS' NETWORK, (2015). Disponível em: <http://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/hotel_establishment_classification_EU_en.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2015;
- e) Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010 – Regulamentou a LGT;
- f) Decreto nº 7.381, de dezembro de 2010 – regulamenta a Lei Lei nº 11.771/2008 e dispõe sobre a Política Nacional de Turismo;
- g) Decreto nº 7.500, de junho de 2011 – Altera o Decreto nº 7.381, regulamenta a Lei nº 11.771/2008;
- h) Deliberação normativa nº 387, de fevereiro de 1998 – Apresenta as primeiras diretrizes sobre os tipos e categorias de meios de hospedagem do turismo;
- i) Deliberação normativa nº 429, de 23 de abril de 2002 – Define os parâmetros para instituir o novo sistema de classificação de meios de hospedagem;
- j) Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 – Trata dos principais aspectos de cadastro, classificação e fiscalização dos prestadores de serviços turísticos;
- k) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Hotel emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;
- l) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Resort emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;

- m) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Hotel Fazenda emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;
- n) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Cama e Café emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;
- o) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Hotel Histórico emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;
- p) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Pousada emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;
- q) Matriz com os requisitos necessários à classificação de Flat/Apart Hotel emitido pela Portaria Ministerial MTur nº 100/2011;
- r) Manual de orientações para cadastramento dos prestadores de serviços turísticos no Ministério do Turismo, elaborado e emitido pelo MTur em outubro de 2011;
- s) Manual do Usuário – Sistema de Classificação de Meios de Hospedagem – emitido pelo MTur em julho de 2011 – fornece orientações para os usuários utilizarem o sistema informatizado do SBClass facilitando o acesso e o entendimento do sistema;
- t) Online Guest Reviews and Hotel Classification Systems – An Integrated Approach – Comentários on-line de hóspedes de hotel e sistemas de classificação – uma abordagem integrada, emitido pela OMT (2014);
- u) Portaria n 273, de junho de 2011 – emitido pelo INMETRO, trata das diretrizes de verificação do meio de hospedagem pelo representante do Inmetro;
- v) Portaria nº 100, de junho de 2011 – estabelece os critérios de classificação do SBClass, cria o Conselho Técnico Nacional de Classificação de Meios de Hospedagem (CTClass) entre outras providências;
- w) The Original Five Star Standard, elaborado pela FORBES TRAVEL GUIDE (Org.), (2015). Disponível em: <<http://www.forbestravelguide.com/>>. Acesso em: 13 out. 2014;
- x) World Tourism Organization (UNWTO) Relatório anual de 2014 emitido pela Organização Mundial do Turismo (2015).

A pesquisa documental de coleta de dados visou compreender o resultado da interação social dos turistas nas suas práticas cotidianas de seleção e reserva de seus meios de hospedagem. Para estudar as ações dos turistas na vida cotidiana, a pesquisa documental baseou-se nos estudos dos documentos acima elencados e na análise dos sites de empresas especializadas em reservas online de meios de hospedagem. Foram selecionadas três

empresas especializadas em reserva *online*: Booking.com, TripAdvisor.com.br e Trivago.com.br. Essa análise possibilitou o conhecimento, estruturação e consolidação dos sistemas atuais de reservas dos meios de hospedagem.

Em alguns casos, a coleta dos dados foi bastante laboriosa porque o site não oferece estatísticas resumidas. Além disso, no caso do TripAdvisor, quando foram filtradas as informações em âmbito nacional, o sistema recuperou uma quantidade menor de meios de hospedagem do que aquela consultada por destino. Então foi necessário repetir a consulta por estado para cada uma das categorias de meios de hospedagem que TripAdvisor intermídia. Assim foi possível obter uma quantidade muito maior de meios de hospedagem brasileiros do que consultando por País.

No entanto, ainda não podemos afirmar com muita certeza sobre a quantidade de meios de hospedagem coletada (total de 29.003), pois durante o levantamento constatou-se que, por cada categoria, o sistema devolvia um máximo de 1.000 registros. Assim, parece estranho que há uma coincidência nas quantidades de pousadas (1.000) e hotéis especializados (1.000) tanto na Bahia quanto em Minas Gerais.

3.3 Análise e interpretação dos dados

A investigação recorreu à análise quantitativa e qualitativa (Fonseca, 2002). As análises qualitativas não se preocuparam com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão do fenômeno da hospitalidade à luz do aporte paradigmático da CI, centrando-se na explicação da dinâmica das relações sociais estabelecidas entre turistas, meios de hospedagem e empresas especializadas em reserva online.

As análises quantitativas, por seu turno, foram ancoradas em dados quantificados, cujos resultados se constituíssem em um retrato da realidade objetiva do sistema SBClass.

A pré-análise envolveu leitura de documentos relacionados ao SBClass adotado no Brasil e em outros países e, ainda, a organização e sumarização dos dados, com vista ao fornecimento de respostas aos objetivos da pesquisa. Finalmente, os resultados foram organizados como se lê no Quadro 2.

Quadro 2 – Síntese da apresentação dos resultados da pesquisa.

| Tópicos | Descrição |
|---|--|
| Caracterização, escopo e a situação atual da classificação de meios de hospedagem no Brasil | Dados quantitativos da situação atual do SBClass |
| Sistema internacionais de classificação dos meios de hospedagem | China, Estados Unidos, Espanha, Itália e França |
| Comparação entre os Sistemas de Classificação dos Meios de Hospedagem – Brasil, China, Estados Unidos, Espanha, Itália e França | Comparação Brasil, China, Estados Unidos, Espanha, Itália e França |
| Como os turistas selecionam seus meios de hospedagem | Booking.com TripAdvisor.com.br Trivago.com.br |
| A dinâmica dos serviços de reserva <i>online</i> | Avaliações dos hóspedes As comunidades virtuais |
| O fenômeno da hospitalidade a luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação | Discussão com base no paradigma físico, cognitivo e social |

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Assim, como se lê no Quadro 2, o processo de análise e interpretação dos dados buscou compreender criticamente o sistema brasileiro de classificação dos meios de hospedagem e o processo de seleção e reservas dos meios de hospedagem segundo as abordagens física, cognitiva e social discutidas no âmbito da CI.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção são apresentados os resultados da pesquisa, delineados de acordo com os objetivos propostos, explicitados em quatro subseções, sendo que as duas primeiras se substanciam de dados mais quantitativos. Na terceira e quarta subseção se sobressaem às análises qualitativas objetivando explicar o fenômeno da hospitalidade a luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação, numa tentativa de explicar como ocorre atualmente a busca, compartilhamento e uso de informação na seleção dos meios de hospedagem pelos turistas.

4.1 Caracterização, escopo e a situação atual da classificação de meios de hospedagem no Brasil

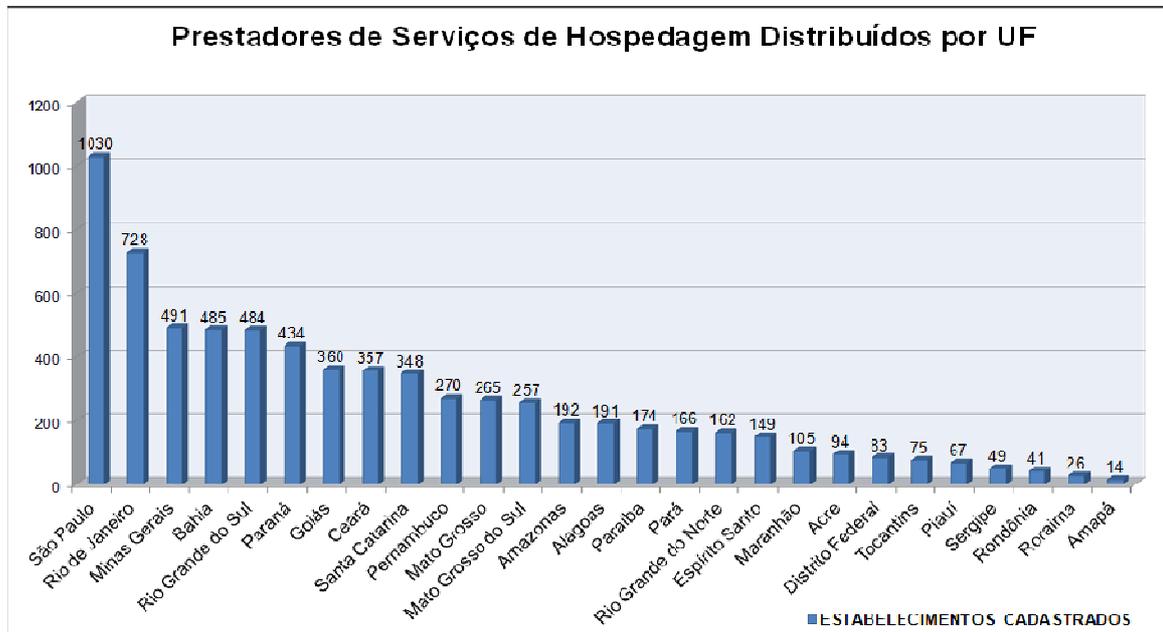
Uma primeira pesquisa exploratória realizada no mês de abril de 2015 no site do Cadastur encontrou 7.663 estabelecimentos legalmente cadastrados, desse total apenas 59 aderiram à classificação, o que representava apenas 0,77 % de adesão ao SBClass. Em um novo levantamento realizado no mês de janeiro de 2016 foram identificados 7.097 prestadores de serviços de hospedagem cadastrados, uma queda de 7,39%, todavia, a adesão ao SBClass não apresentou nenhuma alteração, continuando os mesmos 59 estabelecimentos classificados. Esses resultados se alteram à medida que novos prestadores de serviços se registram ou perdem seu cadastro. O Gráfico 1 mostra a distribuição desses estabelecimentos cadastrados no Cadastur por estado no Brasil e se refere ao levantamento realizado em janeiro de 2016.

Como apresentado no Gráfico 1, os Estados com maior número de estabelecimentos que ofertam serviços de hospedagem são São Paulo (com 1.030 unidades cadastradas), Rio de Janeiro (com 728 unidades cadastradas), e Minas Gerais (com 491 unidades cadastradas). Os Estados com os menores registros são Amapá (14 unidades cadastradas), Roraima (com 26 unidades cadastradas) e Rondônia (com 41 unidades cadastradas).

O Gráfico 2 por sua vez, mostra essa distribuição por Região no Brasil. No referido gráfico é possível verificar maior adesão dos Estados da Região Sudeste e Nordeste, e os dados são confirmados no Gráfico 2. São Paulo é reconhecidamente um dos Estados mais desenvolvidos do ponto de vista econômico, destacando a Região Sudeste no turismo de

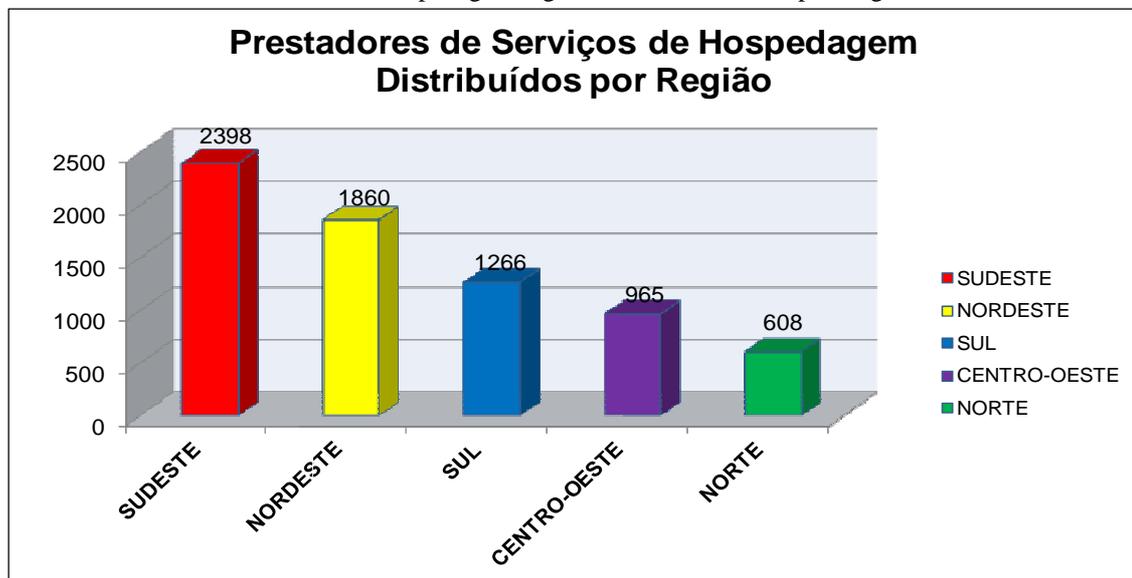
negócios. A Região Nordeste, por sua vez, se destaca no turismo de lazer, com seus recursos naturais e com seu clima.

Gráfico 1 - Meios de hospedagem legalizados cadastrados no Cadastur por Estado – 2016.



Fonte: elaborado pela autora com base no Cadastur, (2016).

Gráfico 2 – Meios de hospedagem registrados e distribuídos por Região – 2016.



Fonte: elaborado pela autora com base no Cadastur, (2016).

Desse total, 15 meios de hospedagem estão classificados na categoria 5 estrelas, 15 na categoria 4 estrelas, 26 na categoria 3 estrelas, dois meios de hospedagem na categoria 2 estrelas e um na categoria 1 estrela. O Quadro 3 mostra a distribuição dos estabelecimentos classificados pelo SBClass de acordo com a região e a categoria:

Quadro 3 – Distribuição dos estabelecimentos classificados por região e categorias.

| REGIÃO | CATEGORIAS | | | | |
|----------------|------------|------------|-----------------------|--|--------------------|
| | 1 Estrela | 2 Estrelas | 3 Estrelas | 4 Estrelas | 5 Estrelas |
| NORTE | | | | 1 Hotel | 1 Hotel / 1 Resort |
| CENTRO - OESTE | | | 1 Hotel | 2 Hotéis | 3 Hotéis |
| NORDESTE | | | 4 Hotéis / 7 Pousadas | 5 Hotéis | 4 Resort |
| SUL | | 1 Hotel | 4 Hotéis / 2 Pousadas | 4 Hotéis | 1 Hotel Fazenda |
| SUDESTE | 1 Pousada | 1 Pousada | 7 Hotéis / 1 Pousada | 1 Hotel / 1 Resort/ 1 Hotel Histórico | 5 Hotéis |

Fonte: elaborado pela autora com base nos dados do SBClass, (2015).

Numa análise do Quadro 3, pode-se inferir que a Região Nordeste apresenta o maior número de estabelecimentos classificados pelo SBClass (20 no total), mas destaca-se o fato que nenhum hotel da região está classificado na categoria 5 estrelas, apenas os Resorts, e mesmo sendo a região com mais adeptos à classificação, verifica-se uma maior procura à classificação pelos estabelecimentos do tipo Pousada. Esse resultado é típico de regiões com atrativos para o turismo de lazer, no qual as pousadas e os resorts são os tipos de meios de hospedagem mais procurados.

A Região Sudeste se destaca não apenas por estar em segundo lugar entre as regiões com maiores números de estabelecimentos que aderiram à classificação (18 no total), mas também pelo fato de ser a única que possui estabelecimentos classificados nas cinco categorias propostas pelo SBClass (de 1 a 5 *estrelas*). Denota-se mais uma vez o turismo de negócios pelos tipos de meios de hospedagem que buscam a classificação, pois nessa região há o maior número de hotéis classificados. Os hotéis se configuram como tipo de hospedagem mais adequado ao turismo de negócios.

4.2 Sistemas internacionais de classificação dos meios de hospedagem

Numa análise das dimensões e requisitos avaliados no Brasil e demais países avaliados (ver apêndices A, B e C, os quais mostram as dimensões e requisitos de um hotel 5 estrelas), percebe-se grande ênfase nos aspectos físicos dos meios de hospedagem se caracterizando num mecanismo estático e num recurso que não se preocupa em avaliar a satisfação dos turistas, pontuando processos gerenciais e resultados organizacionais. O sistema não permite um exercício de reflexão sobre a gestão e a adequação de suas práticas aos anseios das partes interessadas.

Contudo, percebe-se que, desde os primórdios de sua constituição, os sistemas brasileiros de classificação foram propostos baseados numa perspectiva estritamente ligada ao

paradigma físico, desenvolvidos e regidos por diretrizes legais, cujas dimensões só abarcam aspectos físicos estruturais e operacionais. Embora o SBClass tenha sido desenvolvido com base em experiências de 24 países, parece que no Brasil o modelo não atende aos anseios dos proprietários dos meios de hospedagem e assim, tampouco pode ser utilizado pelos turistas.

O SBClass foi projetado como um instrumento para divulgar informações claras e objetivas sobre os meios de hospedagem, e o cumprimento de certos princípios visam que o sistema seja considerado como um mecanismo confiável de comunicação com o mercado, além do anseio que ele se configure no modo mais adequado para o consumidor escolher os meios de hospedagem que deseja utilizar (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010), porém, o sistema além de não atender esses anseios, não consegue se constituir na fonte informacional para a gestão dos processos de hospitalidade.

De acordo com os estudos de Duarte (2005), a classificação dos hotéis por meio do número de estrelas começou na Europa e se deslocou para o restante do mundo. Muitos estudos são voltados a comparar os sistemas oficiais de classificação dos meios de hospedagem adotados nos diversos países, destacando-se Zhan-qing e Liu (1993), Mello, Costa Neto e Turrioni (2000), Miguel (2001), Cruz e Freitas (2009), Almeida (2010) e Menezes e Silva (2013).

Embora a reconhecida baixa adesão do SBClass no Brasil, este estudo também comparou os principais sistemas de classificação de hospedagem adotados em âmbito mundial com os do Brasil, na expectativa de vislumbrar alguma resposta ao problema desta pesquisa. A análise foi delimitada aos países que são apresentados pela OMT ao longo dos últimos 10 anos como os principais destinos turísticos internacionais do mundo, como se vê na Tabela 1.

Dentre os principais destinos apresentados na Tabela 1, a França vem ocupando há mais de uma década o 1º lugar no ranking dos países que mais recebe o turismo internacional. Os demais países versam entre a 2ª e a 10ª posição ao longo dos últimos anos, com exceção do Brasil, que em 2013 ocupava a 46ª posição. É possível verificar que na Europa - região mais visitada do mundo - a Espanha ocupa o terceiro lugar no ranking de destino internacional mundial, além de ser a primeira opção dos turistas europeus.

Na região da Ásia, a China apresenta considerável destaque, além de ocupar a 4ª posição no ranking de destino turístico mundial, lidera o ranking de mercado turístico emissor e é o primeiro país em termos de gastos de turistas.

Tabela 1 – Principais destinos do turismo internacional 2004 – 2013.

| Chegada de Turistas Internacionais (em milhões) | | | | | | | | | | | | |
|---|------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| País | Continente | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | TOTAL |
| França | Europa | 75,121 | 75,908 | 78,900 | 80,853 | 79,218 | 76,824 | 77,148 | 81,552 | 83,013 | 83,633 | 792,170 |
| Estados Unidos | América do Norte | 46,084 | 49,206 | 50,977 | 55,979 | 57,937 | 54,962 | 59,796 | 62,711 | 66,657 | 69,995 | 574,304 |
| Espanha | Europa | 52,430 | 55,914 | 58,190 | 58,666 | 57,192 | 52,178 | 52,677 | 56,177 | 57,464 | 60,675 | 561,563 |
| China | Ásia | 41,761 | 46,809 | 49,913 | 54,720 | 53,049 | 50,875 | 55,664 | 57,581 | 57,725 | 55,686 | 523,783 |
| Itália | Europa | 37,071 | 36,513 | 41,058 | 43,654 | 42,734 | 43,239 | 43,626 | 46,119 | 46,360 | 47,704 | 428,078 |
| Turquia | Europa | 16,826 | 20,273 | 18,916 | 22,248 | 24,994 | 25,506 | 27,000 | 34,654 | 35,698 | 37,795 | 263,910 |
| Alemanha | Europa | 20,137 | 21,339 | 23,498 | 24,420 | 24,886 | 24,223 | 26,875 | 28,352 | 30,407 | 31,545 | 255,682 |
| Reino Unido | Europa | 27,754 | 28,039 | 30,654 | 30,871 | 30,142 | 28,199 | 28,299 | 29,306 | 29,282 | 31,064 | 293,610 |
| Ucrânia | Europa | 45,629 | 17,631 | 18,936 | 23,122 | 25,392 | 20,798 | 21,203 | 21,415 | 23,013 | 24,671 | 241,810 |
| México | América do Norte | 20,618 | 21,915 | 21,353 | 21,370 | 22,637 | 21,454 | 23,290 | 23,403 | 23,403 | 24,151 | 223,594 |
| Brasil | América do Sul | 4,794 | 5,358 | 5,017 | 5,026 | 5,050 | 4,802 | 5,161 | 5,433 | 5,677 | 5,813 | 52,131 |

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados fornecidos pelo Panorama OMT del turismo internacional (OMT-UNWTO – edição de 2008 - 2015).

A América do Norte, que detém dois terços das chegadas internacionais das Américas, tem os Estados Unidos como o principal destino da região das Américas e é o 2º maior destino do turismo internacional. Na América do Sul, o crescimento veio se mantendo dentro da média esperada para a região, embora o Brasil seja o principal destino nas escolhas do turismo internacional da América do Sul, a posição ocupada no ranking de destinos do turismo internacional mundial revela o quanto o país está distante daqueles que são as principais escolhas como destino turístico. Porém, se destaca ao ingressar no ranking dos 10 países com maiores gastos do turismo internacional, ocupando a 10ª posição em 2013 (OMT, 2014).

Assim, o enfoque das análises que se seguem versa sobre uma amostra de países que além de estarem entre os principais destinos turísticos do mundo, adotam algum tipo de sistema de classificação para os meios de hospedagem, são eles: França, Espanha e Itália (Europa); China (Ásia); Estados Unidos (América do Norte) e Brasil (América do Sul).

Para tratar dos sistemas de classificação adotados pelos países membros da União Europeia, foi primordial a realização de pesquisas nos sites oficiais do turismo europeu. Essa investigação reportou a uma associação que tem um papel decisivo nesse contexto, a HOTREC – Hotéis, Restaurantes e Cafés na Europa, que é uma Confederação das Associações Nacionais de Hotelaria, Restaurantes, Cafés e Estabelecimentos Similares da Europa. Atualmente a HOTREC reúne cerca de 42 associações oriundas de 28 países europeus, que representam o setor de hospitalidade, composto principalmente por pequenas e médias empresas.

Desde 2004, a HOTREC, em parceria com as associações membros, uniu-se para criar um sistema de classificação de hotel comum a vários países europeus, objetivando ofertar uma orientação transnacional, com informações transparentes e confiáveis. Nesse contexto, a Rede de Centros Europeus do Consumidor (The European Consumer Centre's Network – ECC-Net) de Chipre, assumiu em 2008 a coordenação do projeto conjunto de “Classificação dos Estabelecimentos Hoteleiros na União Europeia”, juntamente com os grupos de trabalhos ECC da Bulgária, Grécia, Letônia, Polônia, Romênia e Espanha.

A ECC-Net é uma rede europeia formada por 29 Centros Europeus de Consumidores (ECC) que atuam em todos os Estados-Membros da UE, incluindo a Islândia e a Noruega. A principal missão da ECC-Net é fornecer informações sobre os direitos do consumidor dentro da legislação da UE e sobre as oportunidades oferecidas pelo Mercado Único, buscando criar confiança nos consumidores nas transações entre as fronteiras.

Por isso, a ECC-Net uniu-se à HOTREC para tornar conhecido entre os consumidores e as empresas envolvidas nesse setor, direitos e deveres de ambos. Os métodos de classificação adotados dentro da UE, a primeira pesquisa realizada pela ECC-Net com foco no sistema de classificação, possibilitou a divulgação em 2009 do relatório por título, “Classification of hotel establishments within the EU” (Classificação dos Estabelecimentos Hoteleiros na União Europeia), no qual foram descritos 29 sistemas de classificação e detalhadas as informações sobre cada sistema adotado pelos países-membros. O Relatório evidenciou que o labirinto dos 29 sistemas de classificação não era transparente nem para os consumidores nem para as empresas. Todas as informações que constam nesse relatório foram obtidas pelas ECC's em seus respectivos países.

Com base no relatório divulgado pela ECC-Net de 2009 e nos documentos oficiais divulgados pela HOTREC em seu site, a seguir serão apresentados os sistemas de classificação de meios de hospedagem adotados na França, Espanha e Itália.

4.2.1 Classificação dos meios de hospedagem na França

Na França, o sistema de classificação nacional dos meios de hospedagem tem caráter voluntário. A Atout France é responsável pela projeção e atualização de sistemas de referência de classificação, pela promoção do novo sistema de classificação entre os profissionais da indústria e entre o público em geral, além de ter a responsabilidade de publicar a lista dos estabelecimentos já classificados. O novo sistema Frances propõe 240 critérios de inspeção que são orientados ao cliente, ao tempo que precisam estar em

conformidade com um nível de exigências atrelada à qualidade de equipamentos e serviços oferecidos.

Tais critérios são distribuídos por três áreas fundamentais:

- a) Equipamentos e Instalações: áreas mais espaçosas, oferta de multimídia e instalação de serviços com conforto e qualidade;
- b) Serviços ao cliente: oferta de atendimento bilíngue, qualidade nos serviços ofertados desde o momento da reserva até os serviços de recepção, serviços adicionais, entre outros;
- c) Acessibilidade e desenvolvimento sustentável: proporcionar o acesso para deficientes, adotar práticas ambientais, etc.

Passaram a existir cinco categorias de classificação, de 1 a 5 estrelas, desaparecendo assim, a categoria “0 estrela” que era ofertada no sistema antigo. A solicitação pelo estabelecimento à classificação em determinada categoria é realizada por um órgão de inspeção credenciado pelo Comité Français d’Acreditação (Comitê de Acreditação de Acreditação - COFRAC). Os órgãos que atuam na fiscalização são escolhidos baseados na garantia de independência, transparência e competência. Nos meios de hospedagem que solicitam classificação de 1 a 3 estrelas, a visita do auditor é anunciada, e aqueles que solicitam a classificação de 4 a 5 estrelas recebem duas visitas, sendo uma anunciada e outra “visita mistério”. O processo para classificar foi construído de acordo com um princípio de pontuação. Após receber a classificação, o meio de hospedagem fica classificado por um período de cinco anos, no final do período ou quando estiver se aproximando, é preciso solicitar uma nova visita de inspeção para manter a classificação.

Atualmente sete tipos de meios de hospedagem podem solicitar a classificação na França que varia de 1 a 5 estrelas para todos: Hotel Turístico, Acampamento, Parque Residencial de Diversões, Cidade de Férias, Casa de Turismo, Alojamento para Turismo e Turismo Residencial nas Aldeias (ATOOUT FRANCE, 2015).

A Atout France divulgou em janeiro de 2014, que na França um total de 13.039 estabelecimentos de hospedagem já estavam classificados pelo novo sistema, e que 185 hotéis estavam prestes a receberem a classificação, representando 77% do total de estabelecimentos de hospedagem e 88% do total de apartamentos ofertados. O balanço feito pela agência foi satisfatório, reforçando que a classificação hoteleira foi bem implementada e surtiu efeito positivo, contribuindo principalmente para incentivar os profissionais a melhorar os serviços ofertados.

4.2.2 Classificação dos meios de hospedagem na Espanha

A Espanha não dispõe de um sistema único de classificação nacional para os meios de hospedagem, cada governo regional estabelece seus próprios critérios para a classificação hoteleira de acordo com a legislação local. Mas, como informa a Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (CEHAT, 2015), na prática as diferenças entre as regiões são mínimas.

A CEHAT representa as associações de hotéis espalhadas por toda região espanhola, assim como todo o setor dos meios de hospedagem, sejam eles independentes ou cadeias de hotéis e atualmente conta com 14.000 estabelecimentos agrupados em 64 associações nos níveis local, provincial e regional, por todo país.

Na Espanha, a classificação é obrigatória, e o estabelecimento só permanece com a classificação enquanto atender as exigências. Existe um conjunto de requisitos técnicos gerais para o sistema de proteção contra incêndio e isolamento acústico em todos os estabelecimentos. É preciso deixar exposto na recepção os preços dos serviços ofertados, além de uma lista com os preços cobrados nos serviços extras como telefone, lavanderia, garagem. Os meios de hospedagem podem se classificar nas categorias de 1 a 5 estrelas, e em cada caso são exigidos requisitos mínimos.

Segundo a ECC-Net (2009), existem cerca de 14 tipos de meios de hospedagem que podem ser classificados na Espanha, são eles: acampamentos, albergues, hotéis, condomínio de apartamentos de hotel, quartos particulares, cruzeiros, hotéis garni, abrigos, spas, resorts de férias, pensões, hotel sobre rodas, estalagem e casas rurais.

4.2.3 Classificação dos meios de hospedagem na Itália

Segundo a HOTREC (2015), os sistemas de classificação dos meios de hospedagem da Itália tiveram início em 1981 em algumas regiões do país, mas só em 1983 o sistema passou a ter abrangência nacional. Desde então, as regiões optaram por dois métodos diferentes de classificação: um baseado em critérios mistos, tendo critérios obrigatórios e facultativos, e o outro baseado apenas em critérios obrigatórios, fixados por cada região, variando de acordo com a categoria pretendida.

O sistema oficial de classificação foi proposto por meio de um projeto de lei na Conferência Estado-Região All Claro, e se tornou oficial em outubro de 2008. Concede a classificação nas categorias de 1 à 5 estrelas, com base em padrões mínimos necessários. De

acordo com o projeto, os meios de hospedagem são obrigados a adotarem o sistema oficial de classificação, e cada região - que antes tinha o direito de criar os próprios métodos para estabelecer os critérios de classificação, assim como a responsabilidade de fiscalizar os estabelecimentos para monitorar o cumprimento das regras – passou a ter autonomia para criar regras mais específicas para atender as peculiaridades locais, culturais e climáticas. Mas a responsabilidade em conceder as classificações e realizar as fiscalizações e suas respectivas sanções continuam a cargo das autoridades de todas as regiões (PASQUINI, 2008).

4.2.4 Sistema de classificação dos meios de hospedagem na China

Na China, os tipos de meios de hospedagem encontrados são: hotéis, hotel boutique, apartamento de serviço, Comfort Inn, pátio chinês e albergues.

A classificação dos hotéis por estrelas é realizada seguindo os parâmetros das normas internacionais de classificação por estrelas, e a agência responsável em emití-las é a China National Tourism Administration (CNTA – Administração Nacional de Turismo da China). Nesse país, os hotéis classificados por estrelas oferecem melhores instalações e serviços em relação aos que não são classificados. Até o final de 1997, existiam 2.724 meios de hospedagem classificados na China, destes, 157 hotéis de quatro estrelas, 895 hotéis de três estrelas, 1.339 hotéis de duas estrelas e 276 hotéis de uma estrela. (CNTA, 2015). Atualmente existem mais de 5.200 hotéis classificados, são em torno de 700.000 quartos, com o total de 1.410.000 camas disponíveis aos visitantes (TRAVEL CHINA GUIDE, 2015).

As atribuições da CNTA englobam os principais aspectos relacionados ao turismo da China, como planejamento, coordenação e desenvolvimento da indústria do turismo, é responsável pelas políticas, regulamentos e supervisões que envolvem o turismo na China, seja em nível regional ou nacional, entre outras atribuições.

Para um alojamento solicitar a classificação, é preciso ter atuado no mínimo por um ano, mesmo que o estabelecimento tenha sido construído dentro dos padrões de um hotel 5 estrelas.

Em relação aos outros meios de hospedagem encontrados na China, temos os *hotéis boutique*, diferentes dos tradicionais hotéis por estrelas, estes meios de hospedagem valorizam a individualidade, geralmente possuem três características: espírito independente, traços de personalidade e patrimônio cultural. Normalmente, estes estabelecimentos ofertam uma experiência única da cultura e da memória local, as acomodações são projetadas para suprir os aspectos ofertados nos hotéis por estrelas.

Já os apartamentos de serviço, originados na Europa em 1994, foram projetados inicialmente para ofertar aos turistas descanso temporário na área turística, tendo a natureza de um alojamento e a função de uma moradia temporária.

Os tipos de meios de hospedagem *Confort Inn*, diferem dos albergues e centros de acolhimento por ser um novo modelo operado em cadeia, que presta serviços de padrão internacional. O foco são viajantes com baixo orçamento que prezam pelo valor agregado, o objetivo principal é ofertar serviços satisfatórios a um preço moderado.

No caso do *Pátio Chinês*, que é típico da China, tratam-se de habitações no formato quadrilátero, parecida com as que eram utilizadas por antigos chineses. Nesse tipo de meio de hospedagem, existe um pátio onde os hóspedes se acomodam, dispõe sempre de um edifício principal e dois auxiliares, geralmente os pátios ofertam a beleza das construções orientais clássicas, que permite aos visitantes desfrutarem dos costumes tradicionais e da história da China.

4.2.5 Sistema de classificação dos meios de hospedagem nos Estados Unidos

Nos Estados Unidos há um sistema de classificação para os meios de hospedagem que é considerado referência nacional e internacionalmente. A classificação é de responsabilidade da Forbes Travel Guide. Fundada em 1958 como a Mobil Travel Guide, a mais de 50 anos começou as avaliações dos meios de hospedagem atribuindo à simbologia estrela para diferenciar os estabelecimentos.

Atualmente, o compartilhamento das informações é realizado principalmente por meio da plataforma online da Forbes Travel Guide, onde é possível ter acesso à lista completa com todos os estabelecimentos classificados pela Forbes, tanto nos Estados Unidos como nos demais países onde atua (FORBES TRAVEL GUIDE, 2015).

De acordo com a Forbes (2015), sua equipe é composta por inspetores e editores incógnitos, que viajam para vários países em busca dos melhores hotéis, restaurantes e spas. A visita anônima tem o objetivo de testar todos os aspectos dos estabelecimentos classificados, e assim, poder recomendá-los como um estabelecimento confiável em relação à categoria que é fornecida.

O processo para classificar os meios de hospedagem atribuindo estrelas é realizado por um inspetor treinado que visita os meios de hospedagem e realiza a verificação, seguindo uma lista de verificação para avaliar aspectos de instalações, limpeza, estrutura física e a localização do estabelecimento. A visita não é comunicada para que o profissional designado

pela Forbes possa analisar inclusive a experiência oferecida pelo meio de hospedagem, consumindo os serviços como um hóspede comum. Somente os estabelecimentos que atendem aos rigorosos padrões da Forbes são classificados e listados nos guias de viagem.

Os tipos de meios de hospedagem classificados pela Forbes incluem hotéis, resorts e pousadas e as categorias da classificação são de 1 a 5 estrelas.

Obter a classificação da Forbes Travel Guide permite aos meios de hospedagem receber uma recomendação positiva de qualidade, que inclui anúncios com elogios nos principais canais de comunicação utilizados pela Forbes.

4.3 Comparação entre os Sistemas de Classificação dos Meios de Hospedagem – Brasil, China, Estados Unidos, Espanha, Itália e França

Conhecendo os principais aspectos dos sistemas de classificação adotados pelos países já citados, percebe-se que cada país se utiliza de um sistema de classificação diferente dos demais, em sua maioria prezam pelos aspectos peculiares de cada região, tendem a se apoiarem em suas políticas nacionais, ou mesmo preservar suas características culturais, buscando um diferencial competitivo. Todavia, a comparação entre os países não encontrou respostas que justificassem a baixa adesão ao SBClass no Brasil.

Justamente por isso, nesta seção serão realizadas comparações a respeito dos requisitos que o tipo de meio de hospedagem *hotel*, na categoria *5 estrelas*, oferece nos seis países escolhidos para a análise.

Como normalmente os requisitos apresentados nos sistemas de classificação são inúmeros (ver APÊNDICE A), a análise foi realizada de acordo com as três dimensões que fundamentam o SBClass, que são *infraestrutura*, *serviços* e *sustentabilidade*. No referido apêndice estão distribuídos os requisitos de Infraestrutura dos hotéis 5 (cinco) estrelas dos países Brasil, China, Estados Unidos, Espanha, Itália e França. Para cada categoria de infraestrutura foi utilizado um asterisco “*” para indicar a presença no país.

Em relação à categoria de infraestrutura esta comparação constatou que os únicos requisitos comuns a todos os países são o elevador, estacionamento para os hóspedes e a disposição de salas de reuniões para eventos e festas. Outro aspecto que chama atenção é o fato de que há quatro, dos seis países analisados, que ofertam acessibilidade para deficientes, isso demonstra o crescimento na inclusão social da deficiência física e revela o quanto esses meios de hospedagem estão se adaptando à diversidade social, tema tão presente na atualidade. Ainda com relação a este requisito é possível fazer uma crítica ao Brasil que não o

inclui esse direito em seus critérios de classificação dos meios de hospedagem, o que demonstra certo atraso no processo de inclusão social.

Ainda em relação aos requisitos de infraestrutura, é possível também verificar que cada país acrescenta requisitos para se diferenciar e se destacar neste ramo tão competitivo e que cresce no mundo todo cada dia mais. O destaque vai para os países dos Estados Unidos e China. Os Estados Unidos, por apresentarem requisitos que são únicos, ou seja, não estão presentes nos demais países como, por exemplo, a área de armazenamento de bagagens delicadas e segura, áreas livres de perigo e máquinas de venda automática.

Outro país de destaque é a China que revela itens novos como sala de massagem e sala de leitura, que parecem também revelar muita da sua cultura, muito voltada à medicina chinesa, com tradicionais massagens orientais e a preocupação com o desenvolvimento do conhecimento, que é muito forte na cultura oriental.

A Espanha, também se destaca por apresentar alguns atrativos interessantes como *playground*, SPA, quadra de tênis, jacuzzi, jardins, babá, centros de saúde e beleza e alugueis de carro e bicicletas que são também itens únicos. Isso faz com que este país tenha um diferencial em relação também à Itália e a França, onde não se observa maiores destaques e tudo parece ser mais básico em seus meios de hospedagem.

Assim, é possível concluir que cada país tem seu próprio sistema de classificação e os Estados Unidos parecem ser o que mais demonstra preocupação com detalhes, qualidade e luxo nos requisitos presentes em seus meios de hospedagem, em se tratando pelo menos dos hotéis 5 estrelas.

Em relação a dimensão serviços (ver APÊNDICE B) foram identificados 32 requisitos diferentes disponíveis na classificação dos meios de hospedagens de hotéis cinco 5 estrelas dos seis países analisados. O país que mais possui requisitos de serviços é o Brasil (23 itens), seguido da França (15 itens) e Espanha (14 itens) e os que menos possuem são os EUA e China (8 itens) e a Itália (12 itens). Todos os seis países apresentam os mesmos requisitos de serviços no que se refere aos serviços *a la carte* no restaurante, serviços de quarto e serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e janta.

A maioria dos países (China, Espanha, Itália e França) possui serviços de bar e a metade dos países possui serviços de lavanderia (Brasil, Espanha e Itália), serviços de uniforme (China, Itália e França), serviço de manobrista (Espanha, Itália e França) e serviços de recepção abertos 24 horas (Brasil, China e Itália). Há serviços que são únicos, ou seja, só são possíveis de encontrar em um dos seis países como: serviços de facilidade do escritório virtual (Brasil), serviços de segurança e em áreas funcionais (China).

A análise revela que no Brasil, os serviços oferecidos não são tão específicos e variados. A rede Hoteleira da China é rigorosa com os padrões 5 estrelas, seus serviços são reconhecidos pela qualidade e conseqüentemente a satisfação dos seus clientes assim como os hotéis dos Estados Unidos. Os países da Europa relacionados neste quadro oferecem serviços padronizados e alguns exóticos, porém, condizentes com a cultura local, destacando os serviços de engraxate, aluguel de bicicleta, carros e cabeleireiro. Pode-se dizer que todos são hotéis de luxo, que visam o melhor atendimento possível para seus hóspedes, oferecendo serviços de qualidade.

Quanto aos requisitos da dimensão sustentabilidade (ver APÊNDICE C), essa é uma preocupação da Espanha e Itália que, assim como o Brasil, requerem medidas para redução de consumo de energia, água e resíduos sólidos.

4.4 Como os turistas selecionam e reservam seus meios de hospedagem

Uma pesquisa exploratória na Internet identificou empresas intermediárias especializadas em reserva atuando com um novo sistema de gestão de reserva *online*, fácil e intuitivo, projetado para atender às necessidades dos meios de hospedagem de qualquer tipo e porte. Esses intermediários funcionam como fontes de informação e os turistas podem buscar, selecionar e reservar meios de hospedagem diretamente pela Web, assim como consultar preços entre outros critérios de busca selecionados.

A Tabela 2 mostra um panorama desse novo cenário, como se sobressaem em termos de quantidade de meios de hospedagem cadastrados no Brasil em relação ao Cadastur e ao SBClass. Não obstante, atualmente a maioria dos turistas procuram por meios de hospedagem em sites de reservas online.

Tabela 2 - Meios de hospedagem do Brasil cadastrados em diferentes sistemas – 2016.

| No. | Meios de Hospedagem | Quantidade (U) |
|-----|--------------------------------------|----------------|
| 1 | Cadastur | 7.097 |
| 2 | SBClass | 59 |
| 3 | ebooking.com (www.ebooking.com) | 5.749 |
| 4 | Booking.com (www.booking.com) | 35.083 |
| 5 | TripAdvisor (www.tripAdvisor.com.br) | 29.003 |
| 6 | trivago (www.trivago.com.br) | 29.362 |

Fonte: Elaborado pela autora (2016).

Para fins da investigação sobre os meios que os turistas utilizam para selecionar e reservar seus meios de hospedagem foram considerados o Booking.com, TripAdvisor.com.br e Trivago.com.br. São empresas que oferecem serviços de intermediação entre os meios de hospedagem e os usuários finais, e nos últimos anos vêm apresentando altos índices de participação, tanto por parte dos prestadores de serviços do trade turístico como por parte dos turistas.

As mesmas foram selecionadas, pois, uma pesquisa feita na SimilarWeb, empresa de tecnologia da informação que presta serviços em inteligência de mercado, análise da web, mineração de dados e inteligência de negócios para as empresas internacionais (SHIELDS, 2014), identificou que as mesmas ocupam entre primeira ou terceira posição em diferentes categorias (ver Quadro5).

Segundo Skift.com, uma das maiores plataformas de inteligência corporativa para o setor de viagens do mundo, a SimilarWeb.com, pode ser considerada como o barômetro mais confiável para obter estatísticas de tráfego sobre consumidores na web, superando outros sites especializados como Alexa.com, Quantcast.com e Compete.com (SKIFT, 2013).

As estatísticas de tráfego oferecidas por SimilarWeb.com mostram que os sites de Booking.com (www.booking.com) e Trivago para o Brasil (www.trivago.com.br), ocupam as duas primeiras posições no ranking de websites no Brasil na categoria de Viagens – alojamento e meios de hospedagem (SIMILARWEB, 2016; 2016a). Ou seja, são os dois sites mais utilizados pelos viajantes brasileiros para reservar meios de hospedagem.

Quadro 4 - Os 15 websites mais utilizados no Brasil segundo diferentes categorias – 2016.

| No. | Categoria Viagem - Turismo | No. | Categoria Viagem – Meios de Hospedagem |
|-----|----------------------------|-----|--|
| 1 | Decolar.com | 1 | Booking.com |
| 2 | TripAdvisor.com.br | 2 | Trivago.com.br |
| 3 | Viagem.uol.com.br | 3 | Hotelurbano.com |
| 4 | Tamviagens.com.br | 4 | Aluguetemporada.com.br |
| 5 | Melhoresdestinos.com.br | 5 | Airbnb.com.br |
| 6 | Onibusbrasil.com | 6 | Hoteis.com |
| 7 | Temonibus.com | 7 | Piratabay.net |
| 8 | Naotempreco.com.br | 8 | Kayak.com.br |
| 9 | Feriasbrasil.com.br | 9 | Guiademoteis.com.br |
| 10 | Skyscanner.com.br | 10 | Accorhotels.com |
| 11 | Habbib.info | 11 | Zarpo.com.br |
| 12 | Maisperto.com.br | 12 | Trendoperadora.com.br |
| 13 | Calendarr.com | 13 | Couchsurfing.com |
| 14 | Viagenaviagem.com | 14 | Viajarbarato.com.br |
| 15 | Mochileros.com | 15 | Publicamais.net |

Fonte: SimilarWeb (SIMILARWEB, 2016; 2016a)

Adicionalmente, o site de TripAdvisor para o Brasil (www.tripadvisor.com.br), ocupa a segunda posição no ranking de websites do país na categoria de Viagens – Turismo (SIMILARWEB, 2016a), atingindo uma parcela significativa de viajantes em relação ao turismo. Embora, o site do Trivago para o Brasil, ocupe a segunda posição no país nesta categoria (superado por Decolar.com), em âmbito mundial o site de Trivago (www.trivago.com) ocupa a segunda posição no mercado de sites de reservas on line (SKIFT, 2013).

Portanto, acredita-se que a análise desses três sites (www.booking.com, www.tripadvisor.com.br e www.trivago.com.br) vai aportar os elementos necessários para uma melhor compreensão dos mecanismos de reserva de meios de hospedagem no Brasil, pois se tratam de companhias consolidadas e altamente competitivas.

Há que se ressaltar que o SBClass estabeleceu sete tipos de meios de hospedagem, mas tomando como base os tipos apresentados nos sites dos intermediários como se segue, identifica-se uma abrangência maior desses tipos de negócios, embora não seja o propósito desta pesquisa definir os tipos de meios de hospedagem.

A seguir, apresenta-se uma descrição da atuação desses três intermediários.

4.4.1 Booking.com

Um dos modos para pesquisar, identificar e reservar meios de hospedagem é por intermédio do Booking.com, um serviço on-line (www.booking.com), fundado em 1996, e operado por Priceline nos Estados Unidos desde 2005 (HARGEN, 2014), um provedor de viagens on-line e serviços relacionados.

Na atualidade, Booking.com afirma possuir em seu cadastro 857.943 meios de hospedagem ativos em 223 países e territórios, e realiza em torno de 6.3 milhões de reservas diárias nos sites da companhia. Além de informação variada segundo as necessidades dos clientes, a companhia também conta com uma equipe multilíngue de apoio ao cliente, a qual oferece assistência de 24 horas por dia, os sete dias da semana (BOOKING, 2016).

A Booking.com está representada no Brasil pela Booking.com Brasil Serviços de Reserva LTDA, sede pública em São Paulo, e cuja atividade econômica principal aparece descrita como “Tratamento de dados, provedores de serviços de aplicação e serviços de hospedagem na Internet”. A empresa foi fundada 30 de dezembro de 2008 e atualmente tem uma situação cadastral ativa no país (RESERVA, 2016). Além do escritório em São Paulo, a

empresa conta com outros quatro escritórios no Brasil, os quais estão localizados em Natal, Porto Alegre, Rio de Janeiro e Salvador (BOOKING, 2016a).

Booking.com utiliza um website que fornece uma plataforma online na qual oferece unidades habitacionais para hospedagem e os turistas poderem fazer suas reservas. A partir do momento que um usuário realiza uma reserva, Booking.com age apenas como intermediário entre o usuário e o meio de hospedagem, transmitindo os detalhes da reserva ao meio de hospedagem em questão, e enviando ao usuário um e-mail de confirmação em nome do meio de hospedagem. Todas as reservas realizadas através do site da companhia são confirmadas de forma instantânea. Os meios de hospedagem recebem essa confirmação por fax tão logo a reserva *online* tenha sido concluída. As Acomodações pagam uma comissão (sendo esta uma porcentagem do preço da unidade habitacional) à Booking.com após o hóspede ter ficado na (e pagado a) acomodação.

A Booking.com divulga informações fornecidas pelos próprios meios de hospedagem. Os meios de hospedagem têm acesso a uma ferramenta conhecida como Extranet, na qual atualizam as informações (tarifas, disponibilidade de vagas, entre outras), que são exibidos no site da Booking.com. Portanto, cada um dos meios de hospedagem associados a este serviço é totalmente responsável pela precisão, integralidade e exatidão das informações exibidas no site (BOOKING, 2016b).

No Brasil pode ser verificado um total de 35.083 meios de hospedagem que trabalham com a companhia, os quais estão distribuídos entre 17 tipos diferentes de meios de hospedagem, como pode ser verificado na Tabela 3.

Note-se que os três primeiros meios de hospedagem são os mais representativos e aportam 85,75% do total. Por sua vez, os oito últimos (com menos do 1%), são os menos representativos e só atingem 3,01% do total.

As cinco cidades com maior quantidade de meios de hospedagem cadastrados ao Booking.com são regiões turísticas, caracterizando seu uso intensivo para o turismo de lazer Booking.com. (2016d):

- a) Rio de Janeiro - 5.721
- b) Florianópolis - 1.162
- c) Gramado - 1.141
- d) Fortaleza - 966
- e) Búzios - 889
- f) São Paulo - 887
- g) Paraty - 661

- h) Salvador - 645
- i) Porto de Galinhas - 503
- j) Natal - 480

Tabela 3 - Tipos e quantidade de meios de hospedagem brasileiros cadastrados no Booking.com - 2016.

| No. | Meios de Hospedagem | Quantidade (U) | % |
|--------------------|--------------------------|----------------|----------------|
| 1 | Hotéis | 19.999 | 57,00% |
| 2 | Pousadas | 5.310 | 15,14% |
| 3 | Apartamentos | 4.776 | 13,61% |
| 4 | Villas | 1.699 | 4,84% |
| 5 | Albergues | 844 | 2,41% |
| 6 | Apert-hotéis | 609 | 1,74% |
| 7 | Cama e café (B&Bs) | 415 | 1,18% |
| 8 | Hospedagens domiciliares | 376 | 1,07% |
| 9 | Pousadas campestres | 272 | 0,78% |
| 10 | Chalés | 184 | 0,52% |
| 11 | Resorts | 152 | 0,43% |
| 12 | Motéis | 150 | 0,43% |
| 13 | Chalés alpinos | 130 | 0,37% |
| 14 | Hotéis-fazenda rurais | 77 | 0,22% |
| 15 | Hotéis-fazenda | 50 | 0,14% |
| 16 | Parques turísticos | 24 | 0,07% |
| TOTAL GERAL | | 35.083 | 100,00% |

Fonte: Booking.com. (2016c).

4.4.2 TripAdvisor.com.br

TripAdvisor é uma companhia americana com sede em Massachussets, fundada no ano 2000 e que opera em 47 países. A empresa afirma ser o maior site de viagens do mundo (www.tripadvisor.com), porque seus sites atingem 350 milhões de visitantes mensais, 96 milhões de usuários cadastrados e 320 milhões de comentários e opiniões, os quais cobrem mais de 6,2 milhões de meios de hospedagem, restaurantes e outras atrações (TRIPADVISOR, 2016).

Em âmbito mundial o TripAdvisor possui em seu cadastro mais de 128.000 destinos, incluindo 997.000 hotéis, pousadas, cama e café (conhecidos como B&B) e hospedagens especiais, 770.000 casas para férias, 3,8 milhões de restaurantes, 626.000 atrações (parques de diversões, museus, etc.) e mais de 53 milhões de fotos dos viajantes.

No Brasil opera por meio de TripAdvisor Consultoria em Publicidade de Viagens e Turismo LTDA, com sede pública em São Paulo, e atividade econômica principal descrita como “Consultoria em Publicidade”. Esta empresa foi criada em dezembro do 2013 e tem uma situação cadastral ativa no país (RECEITA, 2016a).

O site de TripAdvisor para o Brasil (www.tripadvisor.com.br) serve como plataforma digital *on line* para oferecer um conjunto de serviços para viajantes por conceito de turismo: busca de meios de hospedagem para reservas; recomendações personalizadas de meios de hospedagem; comparação de preços de meios de hospedagem; fotos de viajantes; fóruns interativos (compartilhamento de opiniões, experiências, respostas a perguntas); aluguel de temporada (comparação de opções de hospedagens em casas de férias); mapas (ferramenta que combina preço, disponibilidade e popularidade para fazer mapeamento dinâmico de destinos); *TripWatch* (alertas de e-mails especializados sobre destinos, atrações, etc.); e TripAdvisor Voos (menores preços de passagens aéreas no mundo).

No Brasil existem um total de 29.003 meios de hospedagem que estão vinculados ao site do TripAdvisor. Esses meios de hospedagem estão classificados em quatro tipos: hotéis, pousadas, hotéis especializados e aluguéis para temporada. A distribuição pode ser visualizada na Tabela 4.

Tabela 4 - Tipos e quantidade de meios de hospedagem brasileiros cadastrados no TripAdvisor.com.br - 2016.

| No. | Meio de hospedagem | Quantidade (U) | % |
|--------------------|-----------------------|-------------------|---------------|
| 1 | Hotéis | 3.515 | 11,75 |
| 2 | Pousadas | 7.211 | 24,11 |
| 3 | Hotéis especializados | 14.190 | 47,45 |
| 4 | Aluguéis de temporada | 4.987 | 16,68 |
| Total Geral | | 29.003 | 100,00 |

Fonte: Elaborado pela autora a partir dos dados coletados do site do TripAdvisor para o Brasil (TRIPADVISOR, 2016a).

Como se observa, há uma maior quantidade de hotéis especializados. Os critérios que marcam a diferença entre hotéis e hotéis especializados são que os últimos estabelecem uma estadia mínima não superior a sete diárias, qualquer meio de hospedagem que ofereça quartos compartilhados é classificado nessa tipologia (TRIPADVISOR, 2016b).

4.4.3 Trivago.com.br

Trivago GmbH é uma companhia fundada em 2005, com sede na Alemanha. Utiliza uma ferramenta de busca que usa os dados de outros motores de busca para produzir seus próprios resultados de viagens a partir da Internet, com foco em meios de hospedagem. O objetivo é oferecer aos usuários uma visão geral e o mais completa possível dos meios de

hospedagem cadastrados, bem como apresentar as ofertas disponíveis na Internet para que os usuários possam encontrar os preços que respondam às suas necessidades.

A companhia cobre a maior parte do mercado hoteleiro do mundo, pois compara os preços de 1.351.132 meios de hospedagem em 314 websites de reservas de alojamento *online*. O site recebe aproximadamente 45 milhões de usuários por mês em suas 55 plataformas internacionais, por isso possui escritórios em várias cidades do mundo, inclusive em Xangai, na China (TRIVAGO, 2016).

A companhia não conta com um escritório no Brasil, mas com um website para o mercado do país desde 2009 (www.trivago.com.br). O site funciona como um mecanismo de busca de meios de hospedagem e comparação de preços em sites de reserva *online* tanto nacionais, quanto internacionais. Segundo dados da *SimilarWeb* (2016b), o site tem um tráfego essencialmente nacional, pois 99,21% corresponde ao Brasil, e apenas 0,79% corresponde a outros países.

No Brasil, 29.362 meios de hospedagem promovem seus serviços no site da companhia. Os tipos de meios de hospedagem mais representativos podem ser visualizados na Tabela 5.

Tabela 5 - Tipos e quantidade de meios de hospedagem brasileiros cadastrados no Trivago.com.br - 2016.

| No. | Meio de hospedagem | Quantidade | |
|--------------------|--------------------------------|---------------|----------------|
| | | (U) | % |
| 1 | Aluguel para temporada | 2.949 | 10,04% |
| 2 | Apart Hotel | 1.308 | 4,45% |
| 3 | Cama e Café | 969 | 3,30% |
| 4 | Camping | 22 | 0,07% |
| 5 | Hostal | 63 | 0,21% |
| 6 | Hostel | 1.099 | 3,74% |
| 7 | Hotel | 9.228 | 31,43% |
| 8 | Hotel Fazenda | 91 | 0,31% |
| 9 | Motel | 4 | 0,01% |
| 10 | Pensão | 93 | 0,32% |
| 11 | Pousada | 6.598 | 22,47% |
| 12 | Resort | 123 | 0,42% |
| 13 | Outros tipos não classificados | 6.815 | 23,21% |
| TOTAL GERAL | | 29.362 | 100,00% |

Fonte: Elaboração pela autora a partir dos dados coletados no site do Trivago para o Brasil (TRIVAGO, 2016a).

A maior parte dos meios de hospedagem que aparecem no site do Trivago para o Brasil (15.886 - 54,10%) podem ser caracterizados como meios de hospedagem com um tema específico (por exemplo, ecológicos, à beira-mar, etc.). Entre esses temas destacam os meios de hospedagem no centro da cidade (Central) com 29,52% do total, à beira-mar, com 9,05%, e rurais, com 5,45%. No entanto, existe uma parcela importante de meios de hospedagem (45,90%) que não podem ser caracterizados com um tema em específico.

4.5 A dinâmica dos serviços de reserva *online*

Os serviços de reservas das companhias dedicadas a prestar serviços de reserva *online* operam com padrões e diretrizes mais ou menos similares. Oferecem condições ao viajante para selecionar diversos critérios, entre eles o tipo e o porte de meio de hospedagem, a política de cancelamento, comodidades, porte e a avaliação sobre o meio de hospedagem realizada pelos hóspedes, entre outras. O sistema pode sugerir mudanças nas datas de entrada e saída para obter melhores preços.

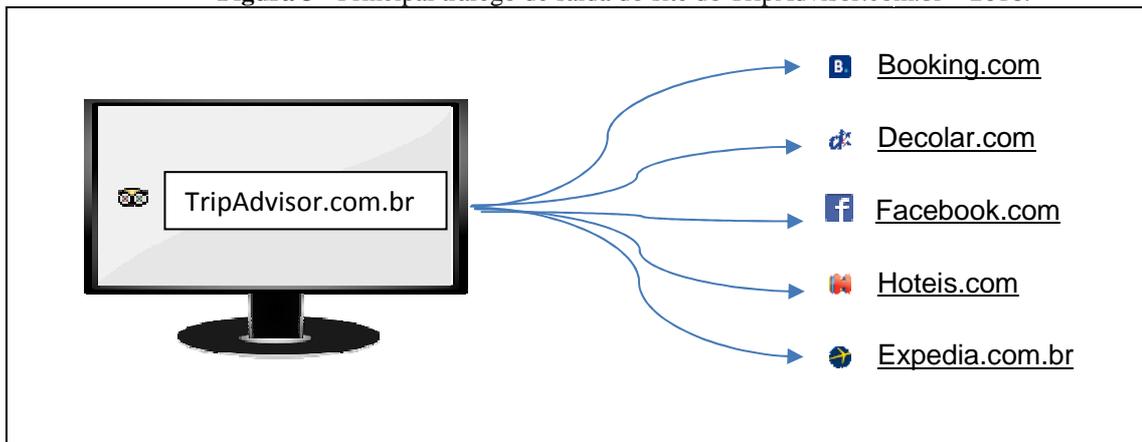
Além disso, oferecem informações sobre as estrelas da classificação dos usuários, distância do centro da cidade, atividades para dias chuvosos, políticas para casos de *check-out* tardio, se permitem ou não animais de estimação, estacionamento, Internet, mídia e tecnologia (tipo de TV, wifi, etc.), idiomas que os empregados falam, horário de entrada, horário de saída, entre outros. Como resultado o sistema informa os meios de hospedagens disponíveis que respondem aos critérios selecionados e o viajante pode decidir qual desses meios responde a suas expectativas.

Os servidores dessas operadoras utilizam a tecnologia de segurança para pagamentos com cartão. Uma vez que o usuário completa o procedimento de reserva pode verificar na página de confirmação todos os detalhes da reserva, incluindo o número e o código PIN. Assim, o usuário poderá acessar essa confirmação *online*, por meio da sua conta. O referido código permite que o usuário realize visualização, alteração ou cancelamento da sua reserva. Como resultado da finalização da reserva a companhia também envia um e-mail de confirmação com todos os detalhes.

A partir desse momento, o usuário também pode receber outros e-mails com informações sobre o destino, política de cancelamento, ofertas (incluindo ofertas de terceiros), desde que o usuário tenha selecionado essa opção na sua reserva e destino. Também recebe e-mail convidando-o a preencher o formulário de avaliação de hotéis. O usuário também poderá receber outros e-mails, por exemplo, com alterações relevantes em sua reserva, de cancelamento, de lembrete (caso a reserva não tenha sido finalizada), entre outros, a menos que o usuário solicite especificamente o contrário.

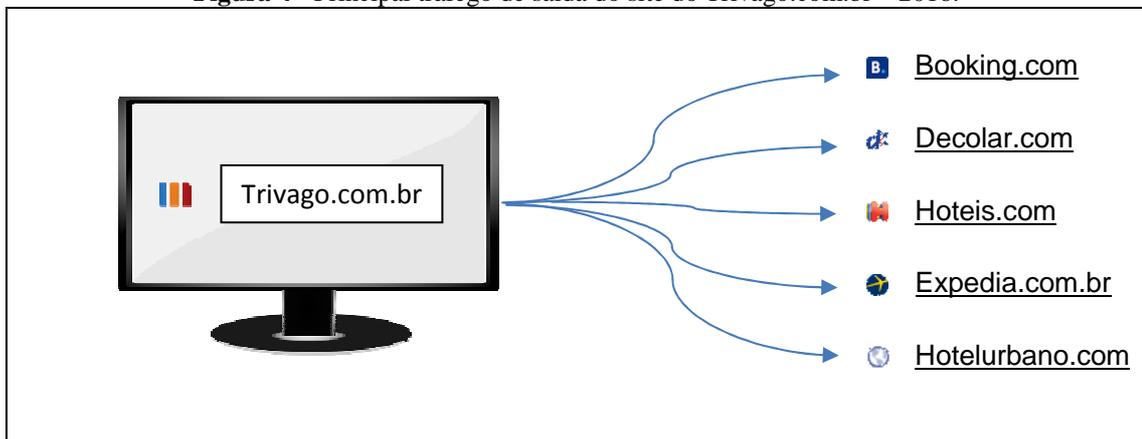
Tanto o TripAdvisor quanto o Trivago não se envolvem nos processos de reservas, pois se constituem de intermediários de segundo nível, ou seja, os usuários acessam seus sites, consultam os meios de hospedagem, consultam os preços, mas quando vão fazer as reservas, eles são direcionados para os parceiros como se vê nas Figuras 3 e 4.

Figura 3 - Principal tráfego de saída do site do TripAdvisor.com.br – 2016.



Fonte: SimilarWeb (SimilarWeb, 2016c).

Figura 4 - Principal tráfego de saída do site do Trivago.com.br – 2016.



Fonte: SimilarWeb (SimilarWeb, 2016d).

Assim, as plataformas do TripAdvisor e Trivago para o Brasil servem como intermediárias para que os usuários dos sites busquem meios de hospedagem, comparem preços e visualizem as avaliações, e finalmente, façam reservas de meios de hospedagens através dos parceiros de reserva das companhias sem sair do site. Para este propósito os viajantes, primeiramente, devem acessar os sites, utilizar a opção encontrar um hotel e definir os critérios de busca por meio de diversos filtros. Depois, os viajantes selecionam o parceiro para realizar as reservas e os sistemas imediatamente redirecionam aos usuários para o parceiro selecionado.

A partir desse momento o viajante começa a interagir com os sistemas parceiros (Booking.com, Decolar.com, etc.) para completar as suas reservas. Os demais passos não diferem muito dos outros sistemas. Tanto TripAdvisor quanto Trivago recebem uma comissão dos parceiros por cada reserva realizada.

4.5.1 Avaliações dos hóspedes

A ideia por trás das avaliações dos viajantes é informar os clientes potenciais sobre as opiniões com relação ao serviço ou nível de qualidade do meio de hospedagem. Além de orientar os turistas, essas opiniões também poderão ser utilizadas para marketing ou promoção do meio de hospedagem.

Os sites do TripAdvisor, e Booking.com no Brasil permitem que os viajantes realizem avaliações dos meios de hospedagem. No caso do Booking.com, a única forma de registrar uma avaliação sobre um meio de hospedagem é sendo um hóspede. Assim, somente os hóspedes reais, aqueles que realmente se hospedaram, poderão inserir suas avaliações nas páginas de informações dos sites de cada meio de hospedagem no Booking.com.

No caso do TripAdvisor, a avaliação do viajante é a opinião individual (incluindo uma classificação de 1 a 5) de uma acomodação, um restaurante, uma atração ou um destino específico. Cada viajante pode escrever avaliações de meios de hospedagem, restaurantes ou atrações, mas sem interagirem com outros viajantes.

No caso do Trivago, os usuários não introduzem avaliações no seu site, mas a companhia coleta avaliações de outros sites, calcula o *trivago Index Rating* (tRI) e os divulga (TRIVAGO, 2016b).

Tanto TripAdvisor, quanto Booking.com e Trivago não fornecem estatísticas da quantidade total de avaliações dos turistas brasileiros, somente oferecem o total de avaliações para cada meio de hospedagem em particular. Todavia, numa consulta por tipo de meios de hospedagem é possível acessar comentários e opiniões de viajantes sobre hotéis, restaurantes, atrações e outros negócios relacionados com viagens, bem como fóruns interativos sobre esta temática.

4.5.2 As comunidades virtuais

Os intermediários promovem fóruns para que os turistas participem de painéis de discussões com as perguntas (e respostas), compartilhem experiências de viagens e recebam dicas de outros membros (TRIPADVISOR, 2016c).

Porém, nem sempre as opiniões são colocadas integralmente ou na sua versão original. As empresas se reservam ao direito exclusivo de editar (por exemplo, para eliminar palavras

impróprias), verificar a autenticidade, recusar ou excluir comentários segundo seus critérios. Os critérios, por sua vez, são publicados nos sites desses intermediários.

Assim, qualquer hóspede pode adicionar um novo tópico, sempre e quando respeitada as diretrizes estabelecidas pelo site. As principais diretrizes incluem: conteúdo adequado para toda a família (não se permitem imagens ou linguagem imprópria); não se permitem mensagens insultando, atacando ou fazendo comentários pessoais sobre membros; não se permitem provocações sobre o direito de um determinado membro de participar do site; comentários sarcásticos e depreciativos; publicação de dados pessoais ou para contato de outros membros sem a devida permissão; publicações feitas por menores de 13 anos de idade; conteúdo autêntico e original; entre outros aspectos. As companhias se reservam ao direito de remover qualquer publicação que não cumpra com os termos e condições de uso do site.

Segundo TripAdvisor, nos seus sites são publicadas 200 novas contribuições a cada minuto, aproximadamente 2.600 novos temas são lançados todos os dias para os seus diversos fóruns e mais de 85% das perguntas postadas em fóruns da língua inglesa são respondidas por outros viajantes em menos de 24 horas (TRIPADVISOR 2016).

O site do TripAdvisor para o Brasil põe à disposição dos turistas e membros 55 fóruns interativos onde eles compartilham as suas experiências, fotografias, critérios, opiniões, fazem e respondem perguntas, bem como oferecem dicas que possam ser úteis aos demais turistas. Esses 55 fóruns estão distribuídos da seguinte forma: 27 fóruns nacionais (um por cada estado da federação), 23 fóruns do exterior (por exemplo, Argentina, Estados Unidos, Europa, América Central, etc.), e cinco fóruns temáticos (cruzeiros, discussão geral, pacotes de viagens, viagem aérea e viagem de trem).

Por sua vez, cada um desses fóruns conta com um número de tópicos (por exemplo, o fórum do estado de Rio de Janeiro tem 1.218 tópicos). Na prática esses tópicos constituem perguntas que diferentes usuários fazem sobre alguma temática específica (hospedagem para as Olimpíadas, sugerir restaurante, segurança, etc.) e que vários usuários respondem, segundo sua própria experiência (TRIPADVISOR, 2016c).

Por sua vez, a Trivago oferece aos usuários a oportunidade de formar parte da sua comunidade e assim colaborar com a melhora de sua plataforma, ou seja, a companhia conta com a ajuda dos membros para se certificar de que todos os meios de hospedagem têm um perfil rico e completo. Assim, os membros podem fazer descrições, adicionar conteúdo relacionado com os meios de hospedagem associados (preencher perfis incompletos), incorporar meios de hospedagem que ainda não estão registrados na base de dados da companhia, e colaborar com a garantia de qualidade (detecção de erros). Uma das atrações da

comunidade é que os usuários podem obter dinheiro em troca; em outras palavras, por cada ação (fotografia adicionada, perfil completado, etc.) os membros recebem algumas milhas trocadas por dinheiro no final de cada mês.

Por sua parte, Booking.com não implementa este tipo de comunidade colaborativa com os usuários.

4.6 O fenômeno da hospitalidade a luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação

Note-se que o SBClass estabilizou as estrelas como informação objetiva do padrão da qualidade dos meios de hospedagem. Assim, determinado padrão de infraestrutura, serviços e sustentabilidade é representado simbolicamente pelas estrelas, sob o controle de um sistema nacional de classificação, que acredita poder nivelar e comparar esses tipos de negócios. Esse é um processo que na CI demarca os limites do paradigma físico.

Evidencia-se neste sistema, tanto em relação aos requisitos estabelecidos pelo SBClass quanto pelo símbolo da estrela, a presença do paradigma físico. Prisma sobre este paradigma, como afirma Capurro (2003; 2007), o conceito semântico e pragmático da informação como um mecanismo de transmissão de sinais. Acredita-se, todavia, que um sistema de classificação, como o SBClass, deve abarcar um conjunto de informações cujas dimensões exceda os aspectos estruturais dos estabelecimentos que ele representa.

Esse sistema, assim como o paradigma físico, concebe a informação como coisa, como um fenômeno objetivo. A estrela é imputada ao turista como determinada coisa que é para ele ou que pode ser conferido para ele, e pela qual ele pode extrair uma mensagem. Critica Capurro (2003; 2007), e com razão, que o paradigma físico tem o grande problema de não reconhecer o papel ativo do sujeito cognocente e por isso, o SBClass estabelece uma conexão com a noção de informação elaborado por Shannon e Weaver (1959), no sentido de que tanto as estrelas quanto a informação que elas representam relacionam-se diretamente com a limitação imposta ao universo de possibilidades.

Da forma como são representadas, as estrelas pretendem representar toda informação necessária a um turista para eliminar a incerteza com respeito à seleção de um meio de hospedagem. A “incerteza”, fundamento da teoria da informação, significa simplesmente a classificação objetivamente real dos meios de hospedagem, sem a participação de um pensamento consciente. A transmissão de informação, da mesma forma, não expressa, e não se refere a um verdadeiro intercâmbio de conhecimento entre mentes conscientes.

O paradigma cognitivo, por sua parte, reconhece a ação de um sujeito cognoscente que experimenta transformações em suas estruturas mentais a partir do processamento de informação. No paradigma cognitivo, entretanto, a informação está conformada por conteúdo intelectual que forma uma espécie de rede que existe apenas nos espaços mentais: a informação objetiva.

Este paradigma trata de ver como os processos informativos transformam o sujeito cognoscente (o turista), de acordo com modelos mentais que o mesmo tem do mundo exterior. Nesse sentido, na atual investigação os sujeitos cognoscentes (turistas) sofrem ou não transformações a partir das mensagens que são extraídas das estrelas que representam o meio de hospedagem. É afirmar que existe um comportamento que produz ou não certo efeito – a opção ou não por determinado meio de hospedagem -, a partir da exposição da informação a que sofre um turista. É como que tomar um conhecimento que reside na mente do sujeito.

Fazendo referência à crítica de Frohman (1980) sobre a reificação de imagens com a proposta de classificação por estrelas, os turistas seriam os usuários de imagens e o SBClass e os meios de hospedagem os geradores de imagens. Aos turistas se apresenta uma questão – qual meio de hospedagem vou selecionar? – e o sistema SBClass apresenta as estrelas para preencher a “lacuna” ou “anomalia” na mente dos turistas. Assim, aplicam-se os pressupostos do paradigma cognitivo da “imagem-lacuna” transformando o turista em objeto e reduzindo seu problema a uma coisa ou a uma imagem de uma estrela.

O SBClass é regulado por um discurso no qual a realidade é configurada como um processo de representação em uma realidade com características objetivas. Essas estruturas de imagem parecem não representar reflexos de estruturas do mundo real e subestimam as relações mais amplas no qual o processo informacional de seleção dos meios de hospedagem se desenvolve.

Assim, este paradigma encontra seus limites ao tomar a informação como algo separado do turista que estaria situado em um mundo metafísico, desconsiderando as condições sociais do ser humano. Uma investigação centrada somente nesse paradigma poderia limitar os seus resultados por se concentrar somente em como os turistas solucionam suas necessidades de informações sobre os meios de hospedagem sem considerar determinantes e elementos do contexto social e cultural.

A eliminação do social se torna, assim, uma das limitações mais significantes do ponto de vista físico e cognitivo. É por isso que esse paradigma é criticado, pois relega os processos sociais de produção, distribuição, intercâmbio e consumo de informação, somente levando em conta os efeitos sobre as representações. Todavia, constituir um campo específico de

conhecimento sobre os meios de hospedagem é um ato político que simultaneamente configura um campo de construção social dos processos de informação.

O efeito da estratégia discursiva sob o ponto de vista cognitivo é permitir a aquisição de conhecimento de processos de informação apenas quando “usuários” e “geradores” de 'imagens' são constituídos como entidades naturais dadas objetivamente, e ignora o conhecimento como produto de práticas sociais (FROHMAN, 1992). Daí que para Capurro (2003), a mensagem ou oferta de sentido é crucial para a teoria da informação, entendida também como teoria das mensagens: o sentido, a mensagem selecionada pelo turista com base em sua estrutura e interesse em informação é integrado mediante um processo de compreensão de tal forma que sua estrutura se renova cognitivamente e também socialmente pelo processo comunicativo.

O paradigma social reconhece uma relação direta entre o estudo dos campos cognitivos e das comunidades discursivas ou grupos sociais e laborais das sociedades atuais. Aqui, se incluem os processos informativos, as necessidades dos turistas em contextos, discursos, em áreas de conhecimento e documentos em relação às suas perspectivas. Isto pressupõe integrar o paradigma cognitivo a um contexto social, no qual as pessoas definem seus próprios critérios de seleção e relevância, como observaram Hjørland e Albrechtsen (1995).

Nesta análise, o paradigma social faz referência às redes sociais online como elementos do contexto social dos meios de hospedagem, salientando a articulação que as mesmas circunscrevem. O social, não é apenas o coletivo das pessoas ou o conjunto dos indivíduos, mas das associações mais amplas, como defende Latour (2012), inclui o que está entre eles, as configurações que retratam e o conteúdo informativo que produzem e disseminam. Por isso, há de considerar a transformação de uma sociedade que tinha sua economia baseada na indústria para uma economia baseada na informação, através do acesso as tecnologias da informação, tornou acessível a produção da informação a um número maior de turistas.

Como este estudo constatou, muitos novos operadores, entre os atores tradicionais, estão atuando na indústria do turismo por meio de redes sociais, que, neste caso, além da seleção e reserva do meio de hospedagem, promovem as mais diversas manifestações publicadas pelos hóspedes em suas plataformas de referência.

No fenômeno da hospitalidade, as redes sociais (online ou não) são conexões formadas pelas pessoas que estão ligadas entre si, oferecendo condições para os turistas se constituírem potenciais produtores e usuários de informações, as quais geram valores a eles mesmos, e

ainda para outros atores da rede. Essas comunidades denotam suas características culturais, sociais e, principalmente suas necessidades de informação, seus estilos de vida cotidiana e suas relações com as fontes de informação.

Como pressupõe o paradigma social, essa pesquisa mostra que os turistas aplicam seus próprios critérios de seleção e relevância a partir de referentes ou pressupostos conhecidos e compartilhados entrelaçados a uma rede social e pragmática, dando sentido a informação que encontram nas comunidades virtuais. Nas redes sociais online essas informações são ampliadas e repercutem, dando espaço e voz as pessoas e agilidade na disseminação.

Acredita-se que as redes sociais explicam, embora essa não pretende ser uma conclusão exaustiva, como os turistas e os meios de hospedagem modificaram sua dinâmica, por meio de relações sociais e comerciais que envolvem troca de informações utilizando o ambiente virtual oferecido pela internet. As redes constituem as novas formas de vida social e modificam de forma substancial a operação e os resultados dos processos de seleção e avaliação de um meio de hospedagem.

A informação é o que mobiliza as redes sociais e a sua lógica permite que os turistas possam se expressar, interagir e se comunicar com outros turistas em níveis diferentes do escopo do SBClass. No paradigma social, essa dinâmica entre os turistas é tão importante quanto a informação que é produzida e compartilhada. E isso faz muito mais sentido do que a representação por estrelas.

O processo informacional nas mídias altera a forma da transmissão passiva de informações entre cliente e fornecedor, como proposto pelo sistema por estrelas. Considere-se ainda os benefícios associados a pontualidade, onipresença e conveniência conferidos pelos dispositivos móveis (como os celulares e *tablets*) utilizados pelos viajantes, permitindo que os indivíduos participem de intercâmbio de informações, enquanto estão efetivamente viajando. Com certeza, essas trocas de informações em dispositivos móveis impactam na maneira que as pessoas planejam uma viagem.

Portanto, a seleção e reserva de meios de hospedagem, no que diz respeito às estruturas, aos processos, aos órgãos oficiais e normativos, aos recursos tecnológicos, à atuação dos intermediários e ao turista, entre outros, justificam a importância de identificar e compreender os elos dessa dinâmica com a dinâmica do contexto social, com o aporte teórico do paradigma social da CI.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa analisou o fenômeno da hospitalidade a luz dos pressupostos paradigmáticos da Ciência da Informação, na busca, compartilhamento e uso de informação na seleção dos meios de hospedagem pelos turistas. Especificamente, caracterizou o escopo e a situação atual da classificação de meios de hospedagem no Brasil, comparou as dimensões e os requisitos de classificação de meios de hospedagem adotados no Brasil com outros países e, por último, identificou os mecanismos e recursos adotados pelos turistas na seleção e reserva de suas hospedagens.

Na esfera do Brasil, esta pesquisa identificou um sistema de classificação com baixa adesão por parte dos meios de hospedagem e, nesse sentido, conclui-se que o sistema por estrelas não consegue se caracterizar como um recurso informacional aos turistas nas suas necessidades de seleção e reserva de suas hospedagens.

Em relação à comparação entre as dimensões e requisitos dos países analisados, foi identificado como resposta que justificasse a baixa adesão ao SBClass no Brasil, a configuração desse sistema como estando intrinsecamente idealizado pelo que preconiza o paradigma físico da Ciência da Informação. Ressalta-se que não foi propósito identificar o índice de adesão aos sistemas oficiais dos países analisados. O que esta pesquisa apontou é que cada país se utiliza de um sistema de classificação diferente dos demais, em sua maioria prezam pelos aspectos peculiares de cada região, tendem a se apoiarem em suas políticas nacionais, ou mesmo preservar suas características culturais.

Como este estudo apontou, nos dias atuais, os turistas encontram outros recursos para selecionar meios de hospedagem e fazer reserva de modo fácil e prático. O advento da internet trouxe uma variedade de sites especializados e agências *online* com muita informação e serviços. As páginas dos sites que antes traziam algumas poucas imagens e um telefone de contato, hoje trazem informações completas e permitem a reserva *online*.

Aos turistas, além de conseguirem bons preços e permitir a comparação de muitos meios de hospedagem de forma prática, a grande melhoria comparada ao sistema por estrelas são as informações produzidas e compartilhadas entre os hóspedes. O turista poder ler comentários de outros turistas, que contam o que o hotel oferece de melhor e em quais pontos deixou a desejar, além de fotos e vídeos produzidos pelos próprios hóspedes.

Isso se reflete também na decisão dos meios de hospedagem sobre sua adesão ao SBClass. Eles podem utilizar melhores técnicas do e-commerce para maximizar as vendas

diretas pelo seu website. Dentre algumas vantagens de cadastrar o seu estabelecimento em sites de reservas online está a visibilidade do meio de hospedagem, a praticidade, a agilidade e segurança do sistema de gestão de reservas, os suportes online oferecidos aos clientes para sanarem suas dúvidas e obter mais informações, a atualização de informações, fotos e notícias relativas ao empreendimento e, por fim, a promoção da acessibilidade para todos os tipos de pessoas (por meio de todo e qualquer tipo de dispositivo móvel disponíveis nos computadores, *tablets*, *smartphones*), 24 horas por dia e em diversos idiomas.

Esta investigação permeou os três paradigmas. O paradigma físico, ao analisar o fenômeno dentro do contexto institucional do SBClass, de um sistema simbólico de informação por estrelas para representar os meios de hospedagem. O paradigma cognitivo, ao fazer referência a um mundo de imagem, à fronteira entre mundos interiores e exteriores dos turistas e omitir seus conflitos sob um discurso naturalista de processamento de imagens. A redução das complexidades de práticas reais de ações de busca, compartilhamento e uso de informação é relegada em um mundo de eventos mentais, no qual cada turista individualmente deve criar seu próprio sentido. O ponto de vista cognitivo se afirma no território interior como o mundo real. Assim, o SBClass retifica sistemas que criam disparidades entre seus geradores e usuários.

A análise do ponto de vista cognitivo mostra como o conhecimento e poder estão relacionados no discurso do SBClass. Os efeitos desse poder podem ser vistos no aspecto da regulação dos meios de hospedagem e nas maneiras específicas nas quais a informação sobre esses tipos de negócio é tratada, operando por meio de categorização de estrelas específicas, por atores específicos e sites institucionais.

Na sua abordagem social, o que esta pesquisa caracteriza é uma sociedade em rede, na qual os turistas se configuram como os principais atores e estão em busca de informações que dê sentido na seleção dos meios de hospedagem e às suas viagens.

Este estudo identificou os mecanismos de interatividade fornecidos pelas redes sociais *online* e a sua potencialidade para orientar estratégias mercadológicas aos meios de hospedagem e orientar as escolhas de hospedagem dos turistas. Entre as contribuições estão às reflexões sobre o contexto social e sobre o uso das tecnologias e do suporte informacional, com suas conseqüentes mudanças nos padrões de busca e uso de informação dos turistas, situação que pode explicar a baixa adesão dos meios de hospedagem ao SBClass.

Se o objeto da ciência da informação é o estudo da relação entre os discursos, áreas de conhecimento com as possíveis perspectivas de diferentes comunidades de usuários, então

esta pesquisa encontrou um espaço na área do turismo, particularmente, dentro do paradigma social para apontar as relações de poder que se estabelecem no processo de hospitalidade.

Considere-se, por exemplo, como os turistas participam cada vez mais no processo de decisões nos meios de hospedagem, mediante as informações que produzem e compartilham, apoiados por fluxos informativos viabilizados pela tecnologia.

Há de se considerar ainda mais o poder dos intermediários. Por exemplo, o TripAdvisor é suportado por um modelo de publicidade de negócio e a companhia opera e administra sites de 23 marcas comerciais de viagens, tais como Airfarewatchdog, cruise critic, Family Vacation Crítico, GateGuru, Holiday Watchdog, Jetsetter, Niumba, entre outras. Essa estrutura dá amplo poder ao intermediário de reserva.

Observa-se que por trás dessas empresas se desenvolve um complexo sistema de distribuição de serviços turísticos, tanto pela diversidade desses agentes como pela existência e importância de muitos outros tipos de distribuidores que jogam um importante papel na comercialização de hospedagem e outros produtos turísticos. Situação que está se tornando mais complexa devido ao surgimento de novas entidades que intervêm nesse processo à sombra da explosão de novas tecnologias, as quais estão afetando o fenômeno da hospitalidade de uma maneira profunda, sobretudo em relação à intermediação de serviços.

Por isso, ao tempo em que essa é uma limitação deste estudo, as questões que se seguem podem se configurar em novas pesquisas: quais grupos sociais, econômicos, políticos ou culturais se beneficiam de procedimentos com a crise na classificação por estrelas analisados neste trabalho? Uma investigação completa deste tópico, para além do papel desta pesquisa, requer um estudo da história e das relações de poder que circundam as empresas especializadas em reserva *online* ou à indústria da informação.

A limitação desse trabalho é a falta de uma análise sobre até que ponto esses novos serviços contribuem para uma maior transparência de mercado e para uma concorrência saudável entre os portais de reservas online em relação à produção, compartilhamento e uso da informação.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G. M. M. **Avaliação e classificação da qualidade de meios de hospedagem segundo a percepção dos hóspedes**. 2010. 157 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Curso de Engenharia da Produção, Centro de Ciências e Tecnologia, Universidade Estadual do Norte Fluminense Darcy Ribeiro, Campos dos Goytacazes, 2010. Disponível em: <http://www.uenf.br/Uenf/Downloads/POS-ENGPRODUCAO_2397_1279221860.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2014.

BARRETO, A. A. Os destinos da Ciência da Informação: entre o cristal e a chama. **Informação & Sociedade: Estudos**, João Pessoa, v. 9, n. 2, p.371-382, 1999. Quadrimestral. Disponível em: <<http://www.ies.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/view/397/318>>. Acesso em: 02 jun. 2014.

_____. A questão da informação. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 8, n. 4, p.3-9, 1994. Semestral. Disponível em: <http://produtos.seade.gov.br/produtos/spp/v08n04/v08n04_01.pdf>. Acesso em: 02 jun. 2014.

BELL, D. Dos bens aos serviços: a transformação da forma da economia do livro. In: BELL, Daniel. **O Advento da Sociedade Pós-Industrial: uma tentativa de previsão social**. São Paulo: Cultrix, 1977. Cap. 2. p. 140-149.

BELKIN, N. J. Anomalous states of knowledge as a basis for information retrieval. **Canadian Journal Of Information Science**. Canadá, p. 133-143. 1980.

BOOKING (Ed.). **Sobre a Booking.com**. 2016. Disponível em: <<http://www.booking.com/content/about.pt-br.html?aid=309654;label=booking-be-pt-row-PHvmeyOoITovalf5NnYk1gS49564850332;pl:ta:p1:p2812.000:ac:ap1t1:neg:fi:tikwd-98299850:lp1001625:li:dec:dm;sid=809e919d6fe4d00d37dfb36cda73005c;dcid=1>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

BOOKING (Ed.). **BOOKING.COM - Escritórios internacionais**, 2016(a). Disponível em: <<http://www.booking.com/content/offices.pt-br.html?aid=309654;label=booking-be-pt-row-PHvmeyOoITovalf5NnYk1gS49564850332%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2812.000%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atikwd-98299850%3Alp1001625%3Ali%3Adec%3Adm;sid=809e919d6fe4d00d37dfb36cda73005c;dcid=1>>. Acesso: 23 Fev. 2016.

_____. **BOOKING.COM - Termos e condições**, 2016(b). Disponível em: <<http://www.booking.com/content/terms.pt-br.html?aid=309654;label=booking-be-pt-row-PHvmeyOoITovalf5NnYk1gS49564850332%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2812.000%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atikwd-98299850%3Alp1001625%3Ali%3Adec%3Adm;sid=809e919d6fe4d00d37dfb36cda73005c;dcid=1>>. Acesso: 20 Fev.2016.

_____. **BOOKING.COM - Países mais procurados**, 2016(c). Disponível em: <<http://www.booking.com/country.pt-br.html?aid=309654;label=booking-be-pt-row-PHvmeYOoITovalf5NnYk1gS49564850332%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2812.000%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atikwd-98299850%3Alp1001625%3Ali%3Adec%3Adm;sid=809e919d6fe4d00d37dfb36cda73005c;dcid=1>>. Acesso: 23 Fev. 2016.

_____. **BOOKING.COM - Cidades mais procuradas**, 2016(d). Disponível em: <<https://www.booking.com/city.pt-br.html?aid=309654;label=booking-be-pt-row-PHvmeYOoITovalf5NnYk1gS49564850332%3Apl%3Aata%3Ap1%3Ap2812.000%3Aac%3Aap1t1%3Aneg%3Afi%3Atikwd-98299850%3Alp1001625%3Ali%3Adec%3Adm;sid=809e919d6fe4d00d37dfb36cda73005c;dcid=1>>. Acesso: 23 Fev. 2016.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência**: Por uma sociologia clínica do campo científico. São Paulo: Unesp, 2004. 86 p. Tradução de Denice Barbara Catani.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Manual de Orientações para Cadastramento dos Prestadores de Serviços Turísticos no Ministério do Turismo**. 2011. Disponível em: <http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/_jsp/jsp/manuais/manual-usuario-cadastur.pdf>. Acesso em: 19 maio 2014.

_____. Constituição (2010). Decreto nº 7.381, de 02 de outubro de 2010. **Decreto Nº 7.381**. [S. l], 02 out. 2010. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm>. Acesso em: 03 jul. 2014.

_____. Ministério do Turismo. Secretário Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo (Org.). **Cartilha de Orientação Básica**: Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. 2. ed. Brasília: Fundação Universa, 2010. 20 p. Disponível em: <<http://www.cadastur.turismo.gov.br/cadastur/Manuais.mtur>>. Acesso em: 19 maio 2014.

_____. Constituição (2002). Deliberação Normativa nº 429, de 23 de abril de 2002. **Parâmetros Para Instituir O Novo Sistema de Classificação dos Meios de Hospedagem**. [S. l], 23 abr. 2002.

BROOKES, B. C. The foundation of Information Science. **Journal of Information Science**, v. 2, Part I (p.125-133), Part II (p.209-221), Part III (p.269-275), and v. 3, Part IV (p.3-12), 1980/1981.

BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science**, v.45, n.5, p.351-360, 1991.

BUHALIS, D. LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of e tourism research. **Tourism Management** v. 29; 609–623; 2008.

CAPURRO, R. Epistemologia e ciência da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO - ENANCIB, 5., 2003. Belo Horizonte. **Anais...** Belo Horizonte: UFMG, 2003.

_____. Epistemología y ciencia de la información. **Enl@ace: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento**, Venezuela, v. 4, n. 1, p.11-29, abr. 2007. Cuatrimestral. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2281778>>. Acesso em: 19 maio 2014.

CAMARGO, L. O. L. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. , n. , p.42-69, maio 2015. Semestral. Disponível em: <<http://www.rev Hosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/574/643>>. Acesso em: 20 jun. 2015.

CASTELLI, G. **Administração Hoteleira**. 9. ed. Caxias do Sul: Educs, 2003. 732 p.

CASTRO, C. A. P. **Sociologia aplicada ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2002. 192 p.

CLARK, J. The art of “all-inclusive” vacation deals: a caribbean comparison of resorts vs cruises. **USA Today**, 07/01/2000.

CNTA, C. N. T. A. (Org.). **Travel in China — Hotels and Accommodation**, 2015. Disponível em: <<http://en.cnta.gov.cn/>>. Acesso em: 12 jul. 2014.

COOPER, C.; SHEPHERD, R.; WESTLAKE, J. **Educando os educadores em turismo: manual de educação em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Roca, 2001. 202 p. Editado pela Organização Mundial de Turismo com a Universidade de Surrey.

CRUZ, N. A. C. C.; FREITAS, A. L. P. Comparações entre sistemas utilizados para classificação de meios de hospedagem. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 29., 2009, Salvador. **Anais...** .Salvador: Enegep, 2009. p. 1 - 15. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2009_TN_WIC_092_627_13580.pdf>. Acesso em: 22 set. 2014.

DUARTE, V. V. **Administrações de sistemas Hoteleiros conceitos básicos**. 3. ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2005. 128 p.

ECC-NET (União Européia). The European Consumer Centres' Network. **Classification of hotel establishments within the EU**. 2009. Organizado por Dg Health And Consumer Protection And By The Member States. Disponível em: <http://ec.europa.eu/consumers/ecc/docs/hotel_establishment_classification_EU_en.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2014.

ELLER, M. R. de S.; AMORIM, C.M.M.P. ABNT NBR 15401:2006 - Meios de Hospedagem - Sistema de Gestão da Sustentabilidade: análise crítica dos requisitos e os desafios da implantação e certificação. Congresso Internacional de Administração, 2014, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: UEPG, 2014.

FALLIS, D. Social epistemology and information science. **Annual Review of Information Science and Technology**, v. 40, p. 475–519, 2006.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Universidade Estadual do Ceará: Centro de Educação, 2002. 127 p. Apostila de disciplina. Disponível em: <<http://www.ia.ufrj.br/ppgea/conteudo/conteudo-2012-1/1SF/Sandra/apostilaMetodologia.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2014.

FORBES TRAVEL GUIDE (Estados Unidos) (Org.). **The Original Five Star Standard**. 2015. Disponível em: <<http://www.forbestravelguide.com/>>.

FOUCAULT, M. **Powerfknowledge: selected writings and other interviews 1972- 1977**. New York: Pantheon, 1980.

FREITAS, A. L. P. Uma abordagem multicritério para a classificação de hotéis. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 42, n. 3, p.338-348, 2007. Trimestral. Disponível em: <http://www.rausp.usp.br/busca/artigo.asp?num_artigo=1237>. Acesso em: 10 nov. 2014.

FROHMAN, B. The power of images: a discourse analysis of the cognitive viewpoint. **Journal of Documentation**, vol. 48, no. 4, 1992.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GOMES, C.L. **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

GOSSON, G. A. O. et al. Influência dos intermediários de distribuição de produtos turísticos no processo de decisão do meio de hospedagem pelo consumidor. **Tourism & Management Studies**, Portugal, v. 10, n. 2, p.123-132, 2014. Anual. Disponível em: <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4788865>>. Acesso em: 03 jul. 2015.

GRAY, W. S. **Hospitality accounting**. USA: Prentice-Hall Inc., 1996.

GRINOVER, L. A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 4, n. 1, p.04-16, 2009. Semestral. Disponível em: <<http://revhosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/viewFile/214/284>>. Acesso em: 03 jul. 2015.

_____. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: Dias, Célia Maria M. (org.) **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri: Manole, 2002.

HJØRLAND, B. Domain Analysis: A Socio-cognitive Orientation for Information Science Research. **Bulletin of the American Society for Information Science and Technology**, v. 30, n. 3, p. 17–21, fev.-mar. 2004. Disponível em: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bult.312/pdf>>. Acesso em: 12 dez. 2011.

HJØRLAND, B.; ALBRECHTSEN, H. Toward a new horizon in information science: domain-analysis. **Journal of the American Society for Information Science**, Washington, v. 46, n. 6, p. 400-425, jul. 1995. Disponível em: <[http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(199507\)46:6%3C400::AID-ASI2%3E3.0.CO;2-Y/pdf](http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/(SICI)1097-4571(199507)46:6%3C400::AID-ASI2%3E3.0.CO;2-Y/pdf)>. Acesso em: 16 jun. 2011.

HOTREC (União Européia). **Classification of hotels in Europe: 21 HOTREC principles for the setting-up and/or review of national/regional hotel classification systems in Europe**. 2015. Disponível em: <http://www.hotelstars.eu/fileadmin/download/hotrec/21_HOTREC_principles.pdf>. Acesso em: 13 mar. 2015.

INMETRO. Constituição (2011). Portaria nº 273, de 21 de junho de 2011. **Portaria N.º 273**. Disponível em: <http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/downloads/portaria273_2011inmetro.pdf>. Acesso em: 19 maio 2014.

KARANASIOS, S.; SELBITTO, C.; BURGESS, S. Mobile devices and information patterns amongst tourists. **Informationresearch**, Vol. 20, N. 1, Março, 2015.

KUHN, T. S. **A estrutura das revoluções científicas**. 9. ed. São Paulo: Perspectiva, 2006. 115 p. Tradução de Beatriz Vianna Boeira e Nelson Boeira.

JAFARI, J. El turismo como disciplina científica. **Política y Sociedad**, Madrid, v. 42, n. 1, p.39-56, 2005. Trimestral. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130039A>>. Acesso em: 06 fev. 2015.

LATOURETTE, B. **Reagregando o social: Uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Salvador: Edufba, 2012. 400 p.

LE COADIC, Y. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília: Briquet de Lemos, 2004. 124 p. Tradução de Maria Yêda F. S. de Figueiras Gomes.

LOCKWOOD, A.; JONES, P. **Managing hospitality operations**. In: LASHLEY, C., MORRISON, A. Oxford: Butterworth Heinemann, 2001.

LOUREIRO, L. V. **Resort e ecoturismo: sinergia positiva ou negativa?** 2005. 132 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Mestrado Profissional da Escola de Administração, Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005. Cap. 5. Disponível em: <http://www.adm.ufba.br/sites/default/files/publicacao/arquivo/leonardo_vasconcellos_loureiro.pdf>. Acesso em: 28 ago. 2014.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da Investigação Científica Para Ciências Sociais Aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 250 p.

MELLO, C. H. P.; COSTA NETO, P. L. de O.; TURRIONI, J. B. Análise Comparativa do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem com Sistemas de Gestão da Qualidade. **Anais...**, São Paulo, v. 20, n. 1, p.1-8, 2000. Anual. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2000_E0203.PDF>. Acesso em: 27 nov. 2014.

MENEZES, P. D. L.; SILVA, J. C. Análise do sistema oficial de classificação dos meios de hospedagem do Brasil. **Revista Iberoamericana de Turismo**, Penedo, v. 3, n. 1, p.57-70, 2013. Semestral. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/751>>. Acesso em: 09 maio 2014.

MEADOW, C. T.; YUAN, W. Measuring the impact of information: defining the concepts. **Information Processing and Management**, Elmsford, v. 33, n. 6, p. 697-714, Nov. 1997.

MIGUEL, I. C. **Uma análise do diferencial competitivo de hotéis associados a cadeias hoteleiras internacionais**. 2001. 109 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Administração, Escola Brasileira de Administração Pública, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2001. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/4011/IsabelaCastelloMiguel.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 20 jul. 2014.

NASCIMENTO, M. de J.; SILVA, P. S. Informação: insumo básico para o desenvolvimento do setor de turismo em Santa Catarina. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 9, n. 1, p.48-69, 2004. Trimestral. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/350>>. Acesso em: 08 maio 2014.

O'CONNOR, P. **Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Bookman, 2001.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Hotel Classification Systems: Recurrence of criteria in 4 and 5 stars hotels**. Published and printed by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain First printing: 2015.

_____. **Online Guest Reviews and Hotel Classification Systems – An Integrated Approach**. Published and printed by the World Tourism Organization (UNWTO), Madrid, Spain First printing: 2014.

_____. **Compilación de las estadísticas del gasto turístico**. (Manual Técnico nº. 2). OMT, 1995.

PAKMAN, E. T. **Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à história do pensamento turístico**. In XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 24 a 26 de setembro de 2014 – Universidade do Estado do Ceará - UECE .2014.

PASQUINI, E. L. **Italy establishes hotel classifications**. 2008. Publicado pela Hotel News Now. Disponível em: <<http://www.hotelnewsnow.com/Articles/1063/Italy-establishes-hotel-classifications>>. Acesso em: 08 nov. 2014.

PIMENTEL, M. P. C.; PIMENTEL, T. D.; CARRIERI, A. P. Autopoiese e sistema turístico. **Observatório de Inovação do Turismo - Revista Acadêmica**, Botafogo, v. 8, n. 1, p.1-17, 2014. Semestral. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/viewFile/32091/30882>>. Acesso em: 08 nov. 2014.

PRESSER, Nadi Helena; AZEVEDO, Alexander Willian; MELO, Willian Lima. Contexto Social e Comportamento Informacional. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB), 14., 2013, Santa Catarina. **Anais...**. Santa Catarina: Ancib, 2013. p. 257 - 276. Disponível em: <<http://enancib.sites.ufsc.br/index.php/enancib2013/XIVenancib/paper/viewFile/545/467>>. Acesso em: 15 set. 2014.

HARGER, J. **Booking.com signs 10-year lease for its growing global contact center in Wyoming**. MLive Media Group, 25 Ago. 2014. Disponível em: <http://www.mlive.com/business/west-michigan/index.ssf/2014/08/bookingcom_signs_10-year_lease.html>. Acesso: 20 Fev. 2016.

RECEITA – RECEITA FEDERAL – MINISTÉRIO DA FAZENDA DO BRASIL. **Comprovante de inscrição e situação cadastral de Booking.com Brasil Serviços de Reserva de Hotéis LTDA**, 2016. Receita Federal, Ministério da Fazenda do Brasil, 2016. Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnpj/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp>. Acesso: 23 Fev. 2016.

RECEITA – RECEITA FEDERAL – MINISTÉRIO DA FAZENDA DO BRASIL. **Comprovante de inscrição e situação cadastral de TripAdvisor Consultoria em Publicidade de Viagens e Turismo LTDA**. Receita Federal, Ministério da Fazenda do Brasil, 2016(a). Disponível em: <http://www.receita.fazenda.gov.br/pessoajuridica/cnpj/cnpjreva/cnpjreva_solicitacao.asp>. Acesso: 23 Fev. 2016.

RIBEIRO, K. C. C. **Meios de hospedagem**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2011. 62 p. Este Caderno foi elaborado em parceria entre o CETAM e a UFSC. Disponível em: <http://redeotec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2014.

SARACEVIC, T. Ciência da informação: origem, evolução e relações. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 1, n. 1, p.41-62, 1996. Semestral. Disponível em: <<http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/235/22>>. Acesso em: 13 jan. 2015.

SCARTEZINI, N. Introdução ao método de Pierre Bourdieu. **Revista Cadernos de Campo**, Araraquara, n. 14/15, p.25-37, 2010/2011. Semestral. Disponível em: <<http://seer.fclar.unesp.br/cadernos/article/view/5159/4224>>. Acesso em: 19 jul. 2014.

SHANNON, C. E.; WEAVER, W. **The Mathematical Theory of Communication**. Urbana: University of Illinois Press, 1959.

SOUZA, M. J. B.; FILHO, G. P.; FARIA, S. Contribuições para a construção do conhecimento científico em turismo: uma análise bibliométrica dos artigos publicados no enanpad entre 1997 e 2006. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, Florianópolis, v. , n. , p.57-70, 2008. Semestral. Número especial. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14712835006>>. Acesso em: 21 jan. 2015.

SHIELDS, M. Why Lower Rated Broadcast Comedies Like NBC's Community Are Hits on Hulu. **The Wall Street Journal**, May 23, 2014. Disponível em: <<http://blogs.wsj.com/cmo/2014/05/23/why-lower-rated-broadcast-comedies-like-nbcs-community-are-hits-on-hulu/>> . Acesso: 24 Fev. 2016.

SIMILARWEB. **Web Sites Ranking**. 2016(a). Elaborado pela SimilarWeb.com. Disponível em: <http://www.similarweb.com/country_category/brazil/travel/accommodation_and_hotels>. Acesso em: 23 fev. 2016.

_____. **Trivago.com.br. Traffic by countries**. 2016(b). SimilarWeb.com. Disponível em: <<http://www.similarweb.com/website/trivago.com.br#overview>>. Acesso: 23 fev. 2016.

_____. **TripAdvisor.com.br. Top Destination Sites**. 2016(c). SimilarWeb.com. Disponível em: <<http://www.similarweb.com/website/tripadvisor.com.br#overview>>. Acesso: 26 fev. 2016.

_____. **Trivago.com.br. Top Destination Sites.** 2016(d). SimilarWeb.com, Disponível em: <<http://www.similarweb.com/website/trivago.com.br#overview>>. Acesso: 25 fev. 2016.

SKIFT. **Top 25 Online Booking Sites in Travel for October 2013.** Skift.com November, 2013. Disponível em: <<http://skift.com/2013/11/11/top-25-online-booking-sites-in-travel/>>. Acesso: 22 fev. 2016.

TRAVEL CHINA GUIDE. (Org.). **Classificação de hotéis por estrelas na China.** 2015. Disponível em: <<http://www.travelchinaguide.com/>>. Acesso em: 11 jan. 2015.

TUOMINEN, K., SAVOLAINEN, R. A social constructionist approach to the study of information use as discursive action. P. 81-96, 1996. In: Vakkari, P., Savolainen, R., Dervin, B. (eds.): **Information seeking in context.** Proceedings of an international conference on research in information needs, seeking and use in different contexts 14-16 august, 1996, Tampere, Finland. London: Taylor Graham.

TRIPADVISOR. **Fact Sheet. TripAdvisor,** 2016. Disponível em: <http://www.tripadvisor.com/PressCenter-c4-Fact_Sheet.html>. Acesso: 22 de Fev. 2016.

_____. **Brasil, América do Sul. TripAdvisor Brasil,** 2016(a). Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g294280-Brazil-Vacations.html>>. Acesso: 24 Fev. 2016.

_____. **Diretrizes do perfil para a Guia Hotéis especializados. TripAdvisor Brasil,** 2016(b). Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/Tourism-g294280-Brazil-Vacations.html>>. Acesso: 24 Fev. 2016.

_____. **Fórum sobre viagens. TripAdvisor Brasil,** 2016(c). Disponível em: <<https://www.tripadvisor.com.br/ForumHome>>. Acesso: 24 Fev. 2016.

TRIVAGO. **Trivago GmbH - Quem somos,** 2016. Disponível em: <<http://www.trivago.com.br/static/company/company>>. Acesso: 25 Fev, 2016.

TRIVAGO. **Trivago GmbH. Pesquisa de meios de hospedagem,** 2016(a). Disponível em: <<http://www.trivago.com.br/?iPathId=33408&bDispMoreFilter=false&aDateRange%5Barr%5D=2016-03-20&aDateRange%5Bdep%5D=2016-03-21&aCategoryRange=0%2C1%2C2%2C3%2C4%2C5&iRoomType=7&sOrderBy=relevance%20desc&aPartner=&aOverallLiking=1%2C2%2C3%2C4%2C5&iOffset=0&iLimit=25&iIncludeAll=0&bTopDealsOnly=false&iViewType=0&aPriceRange%5Bfrom%5D=0&aPriceRange%5Bto%5D=0&aGeoCode%5Blng%5D=-51.925282&aGeoCode%5Blat%5D=-14.235004&bIsSeoPage=false&mgo=false&th=false&aHotelTestClassifier=&bSharedRooms=false&bIsSitemap=false&rp=&sSemKeywordInfo=&cpt=3340803&iFilterTab=1&>>. Acesso: 25 Fev. 2016.

_____. **Trivago GmbH. Rating Index (tRI)**, 2016(b). Disponível em: <<http://www.trivago.com.br/static/rating-index>>. Acesso: 26 Fev. 2016.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais**: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo, Atlas, 1987.

VAKKARI, P. Task complexity, problem structure and information actions - Integrating studies on information seeking and retrieval. **Information Processing & Management**, Elmsford, v. 35, n. 6, p. 819-837, 1999.

WANG, D., SANGWON, P. FESENMAISER, D. R. The role of smartphones in mediating the touristic experience. **Journal of Travel Research**, 51(4), 371-387, 2012.

WERSIG, G., NEVELING, U. The phenomena of interest to information science. **Information Scientist**, v.9, p. 127-140, 1975.

ZHAN-QING, L.; LIU, J. C. Assessment of the hotel rating system in China. **Tourism Management**, [s.l.], v. 14, n. 6, p.440-452, dez. 1993. Elsevier BV. DOI: 10.1016/0261-5177(93)90097-5. Disponível em: <<http://api.elsevier.com/content/article/PII:0261517793900975?httpAccept=text/xml>>. Acesso em: 27 set. 2014.

APÊNDICE A - Comparação dos requisitos de infraestrutura para hotéis 5 estrelas de diferentes países

| REQUISITOS DE INFRAESTRUTURA | | | | | | |
|---|--------|-------|----------------|---------|--------|--------|
| REQUISITOS | BRASIL | CHINA | ESTADOS UNIDOS | ESPANHA | ITÁLIA | FRANÇA |
| 1. Área útil da Unidade Habitacional, exceto banheiro, com 17 m ² . | * | | | | | |
| 2. Colchões das camas com dimensões superiores ao padrão nacional. | * | | | | | |
| 3. Banheiro nas UH com 4 m ² . | * | | | | | |
| 4. Disponibilidade de UH com banheira. | * | | | | | |
| 5. Berço para bebês, a pedido. | * | | | | | |
| 6. Restaurante. | * | | | * | * | * |
| 7. Bar. | * | | | * | * | * |
| 8. Elevador. | * | * | * | * | * | * |
| 9. Sala de descanso. | | * | | | | |
| 10. Luz de emergência. | * | * | * | | | |
| 11. Loja de conveniência. | * | * | | * | | |
| 12. Sala de massagem. | | * | | | | |
| 13. Área pública para leitura/descanso. | | * | | | | |
| 14. Livraria. | | * | | | | |
| 15. Salão multifuncional. | * | * | | | | |
| 16. Terraço. | | | | * | | |
| 17. Playground. | | | | * | | |
| 18. SPA. | | | | * | | |
| 19. Quadra de tênis. | | | | * | | |
| 20. Jacuzzi. | | | | * | | |
| 21. Jardim. | | | | * | | |
| 22. Babá. | | | | * | | |
| 23. Câmbio de valores. | | | | * | | |
| 24. Centros de saúde e beleza. | * | | | * | | |
| 25. Aluguel de carros e bicicletas. | * | | | * | | |
| 26. Óculos para dormir. | | | | | | * |
| 27. Cozinha. | * | | | | | * |
| 28. Suítes em pelo menos 10% dos quartos. | * | | | | * | |
| 29. Acessibilidade para deficientes. | | * | | * | * | * |
| 30. Toldos ao ar livre, sinais, marquises, bandeiras e plantações. | | | * | | | |
| 31. Lobby fornece uma área de estar confortável, com plantas vivas elegantes e / ou arranjos florais frescos. | | | * | | | |
| 32. Sinais e avisos são | * | | * | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| profissionais, decoração de harmonização, não "escrita à mão". | | | | | | |
| 33. A área de armazenamento de bagagem delicada e segura. | | | * | | | |
| 34. Banheiros públicos estão decorados com materiais atualizados e nomeações / design de luxo. Com toalhas de pano, plantas frescas e flores. | | | * | | | |
| 35. Área de estacionamento para hóspede. | * | * | * | * | * | * |
| 36. Os espaços públicos possuem cinzeiros e estão livres de perigos óbvios. | | | * | | | |
| 37. Máquinas de venda automática e/ou gelo localizados em andar dos quartos. | | | * | | | |
| 38. Se agenda pública está presente, ela é exibida numa capa atraente. | | | * | | | * |
| 39. Telefones públicos com assentos, painéis de privacidade e pad / canetas. | | * | * | | | |
| 40. Salas de tamanhos diferentes e nomeados estão disponíveis no hotel. | | | * | | | |
| 41. Salas de reuniões para eventos e festas. | * | * | * | * | * | * |
| 42. As comodidades do banheiro são luxuosas em qualidade e variedade e com telefone. | * | | * | | | |
| 43. Chuveiros separados presentes na casa de banho. | | | * | | | |
| 44. Closet iluminado e espaçoso. | * | | * | | | |
| 45. CD player / estéreo relógio. | | | * | | | |
| 46. Pias duplas ou contador penteadeira separada estão presentes no banheiro. | | | * | | | |
| 47. A cama é de três camadas. | | | * | | | |
| 48. Plantas vivas e flores frescas nos quartos. | | | * | | | |
| 49. Cofre no quarto. | * | | * | * | * | |
| 50. Quartos com portas de dados de fácil acesso ou Ethernet / acesso à Internet sem fios. | * | | * | | | |
| 51. Acomodações suíte (quarto e áreas de estar separadas) estão disponíveis. | | | * | | | |
| 52. Televisão equipada com controle remoto. | * | | * | * | * | * |
| 53. As televisões possuem | * | | * | | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|---|---|---|---|
| cabo Premium ou televisão por satélite e Pay-per-view de filmes estão disponíveis. | | | | | | |
| 54. Minibar. | * | | * | | * | |
| 55. Cafeteira com canecas de cerâmica e guardanapos. | | | * | | | |
| 56. Quarto com duas linhas de telefones. | | | * | * | * | |
| 57. Balde de gelo de vidro, metal; pedra, etc.). | | | * | | | |
| 58. Dez cabides, barras, clips e acolchoado. | | | * | | | |
| 59. Rack de bagagem ou de bancada. | | | * | | | |
| 60. Espelho de aumento iluminado. | * | | * | | | |
| 61. Mesa e cadeira, telefone, porta dados e luz. | * | | * | | | |
| 62. Cobertor e travesseiro extras | * | | * | | | |
| 63. O quarto pode ser completamente escuro. | * | | * | | | * |
| 64. O espelho de corpo inteiro está presente na sala. | * | | * | | | |
| 65. Um secador de cabelo presente na sala. | * | | * | | | |
| 66. Roupa de banho de luxo, robe, chinelos, toalhas grandes e tapete de banho. | * | | * | | | |
| 67. Aquecimento do quarto e ar condicionado. | * | | * | * | * | * |
| 68. Sabão higiênico, shampoo e outras cinco comodidades para os banheiros fornecidos. | * | | * | | | |
| 69. Pia, banheira, chuveiro, vaso sanitário. | * | | * | | | |
| 70. Quartos c/ acesso internet wireless. | * | | * | | | |
| 71. Obras de arte no quarto. | | | * | | | |
| 72. Mobiliário de piscina / praia. | | | * | * | | |
| 73. Campos de tênis e zonas circundantes. | | | * | | | |
| 74. Áreas de trabalho do Centro de Negócios. | | | * | * | | |
| 75. Áreas de fitness, aparelhos de ginástica, de tratamento e de relaxamento. | * | | * | * | | |
| 76. Jornais e revistas em áreas de fitness. | | | * | | | |
| 77. Som ou televisão nas áreas de fitness. | | | * | | | |
| 78. Vestiário, chuveiros, sauna e banheira de hidromassagem, com toalhas. | * | | * | | | |
| 79. Campo de Golfe com carrinhos de golfe. | | | * | * | | |
| 80. Facilidades para bebês | * | | | | | |

| | | | | | | |
|--|--|--|---|--|--|--|
| (cadeiras altas no restaurante, facilidades para aquecimento de mamadeiras e comidas, etc.). | | | | | | |
| 81. Cassino. | | | * | | | |

Fonte: Dados da pesquisa, (2016).

APÊNDICE B - Comparação dos requisitos de serviços para hotéis 5 estrelas de diferentes países

| REQUISITOS DE SERVIÇOS | | | | | | |
|--|--------|-------|----------------|---------|--------|--------|
| REQUISITOS | BRASIL | CHINA | ESTADOS UNIDOS | ESPANHA | ITÁLIA | FRANÇA |
| 1. Serviços de recepção aberto por 24h horas. | * | * | | | * | |
| 2. Serviços de mensageiro no período de 24 horas. | * | | | | | |
| 3. Serviços de cofre em 100% das UH para guarda dos valores. | * | | | | | |
| 4. Serviços de refeição leves e bebidas nas UH (room servise) no período de 24 horas. | * | | | | | |
| 5. Serviço de lavanderia. | * | | | * | * | |
| 6. Serviços de facilidade do escritório virtual. | * | | | | | |
| 7. Relação de comentários de serviço / portaria. | | | | | * | |
| 8. Serviço de alimentação disponível para café da manhã, almoço e janta. | * | * | * | * | * | * |
| 9. Serviço à la carte no restaurante. | * | * | * | * | * | * |
| 10. Serviços de uniformes e aparência. | * | * | | | * | * |
| 11. Serviços de quarto. | * | * | * | * | * | * |
| 12. Serviços de bar. | * | * | | * | * | * |
| 13. Serviços em áreas funcionais. | * | * | | | | |
| 14. Serviço de segurança. | * | * | | | | |
| 15. Serviço de transporte interno e externo de bagagem. | * | | * | | * | * |
| 16. Serviço de manobrista. | * | | | * | * | * |
| 17. Serviços de seguro disponível nos quartos e na recepção em relação a objetos de valores de clientes. | * | | | | * | * |
| 18. Serviço de massagem de relaxamento. | | | | | | * |
| 19. Serviços de cabeleireiro. | * | | | * | | * |
| 20. Serviços de SPA. | * | | | * | | * |
| 21. Serviços de instrutor de fitness. | * | | | * | | * |
| 22. Serviços de piscina (instrutores, salva vidas, limpador e acompanhante). | | | * | | | * |
| 23. Serviços de tênis. | | | | | | * |
| 24. Serviços multilíngue na recepção. | * | | | | * | * |
| 25. Serviço de aluguel de bicicletas e carros. | | | | * | | |

| | | | | | | |
|---|---|--|---|---|--|--|
| 26. Serviços de saúde e beleza. | * | | | * | | |
| 27. Serviços de vendas de passagem. | * | | | * | | |
| 28. Serviços de babás. | | | | * | | |
| 29. Serviço de menino para engraxar 30.sapatos. | | | | * | | |
| 30. Serviço de jornais de cortesias. | * | | * | | | |
| 31. Serviços de boas vindas. | | | * | | | |
| 32. Serviços de clube modificado. | | | * | | | |

Fonte: Dados da pesquisa, (2016).

APÊNDICE C - Comparação dos requisitos de sustentabilidade para hotéis 5 estrelas de diferentes países

| REQUISITOS DE SUSTENTABILIDADE | | | | | | |
|---|--------|-------|----------------|---------|--------|--------|
| REQUISITOS | BRASIL | CHINA | ESTADOS UNIDOS | ESPANHA | ITÁLIA | FRANÇA |
| 1. Medidas permanentes para redução de consumo de energia elétrica e de água. | * | | | * | * | |
| 2. Medidas permanentes para o gerenciamento de resíduos sólidos, com foco na redução, reuso e reciclagem. | * | | | * | * | |
| 3. Medidas permanentes de seleção de fornecedores (critérios ambientais). | * | | | | | |
| 4. Medidas permanentes de sensibilização para os hóspedes em relação à sustentabilidade. | * | | | | | |

Fonte: Dados da pesquisa, (2016).