

EU QUERO COLOCAR O MEU BLOCO NA RUA: GESTÃO ESTRATÉGICA DE STAKEHOLDERS SOB O OLHAR DA HOSPITALIDADE

VANUZA BASTOS RODRIGUES

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

DIEGO RIBEIRO SANTOS

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

ELIZABETH KYOKO WADA

UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

Agradecimento à orgão de fomento:

Agradecimentos a CAPES, blocos Asa de Banana, Beijo do Wando, Belorinho e Putz Grilla.

EU QUERO COLOCAR O MEU BLOCO NA RUA: GESTÃO ESTRATÉGICA DE STAKEHOLDERS SOB O OLHAR DA HOSPITALIDADE

Introdução

Este ano, 2024, o carnaval de Belo Horizonte-MG, recebeu investimentos, em real, na ordem de 8,5 milhões por parte do governo do estado de Minas Gerais e da prefeitura do município para permitir a infraestrutura adequada para os foliões, patrocínio direto e recursos da Lei Estadual de Incentivo à Cultura para os blocos de rua. Por ser uma “festa” que ressurgiu pelo próprio movimento da população belorizontina e da garantia de que a rua é pública, o desfile dos blocos é gratuito para a população, sendo proibida a venda de abadás e acessórios que identifique o cortejo nos quatro dias de folia.

Problema de Pesquisa e Objetivo

Considerando a hospitalidade como mediadora nas relações de negócios, de que maneira os blocos de rua definem e concretizam parcerias estratégicas com os diversos stakeholders - públicos e privados - com o intuito de oferecer uma festa carnavalesca gratuita, de qualidade, segura e barata para o folião-turista no município de Belo Horizonte-MG?

Fundamentação Teórica

O diálogo da organização com o stakeholder, geralmente, tem por base as obrigações contratuais, caracterizando as posições de anfitrião e hóspede, implícita pela relação de troca, mesmo que monetária. Para isso, faz-se necessário o entendimento do que vem a ser o território pertencente a outro, que deve ser respeitado para a efetivação do encontro hospitaleiro e recíproco (SOUZA, 2010). O autor alega a presença de esforços para tornar a relação e o ambiente comercial mais hospitaleiros, contudo, ressalta a necessidade da mudança comportamental do indivíduo, seja ele anfitrião ou hóspede.

Metodologia

Trata de um estudo qualitativo e exploratório, que conta com um roteiro de entrevista semiestruturado aplicado em integrantes de blocos de carnaval rua. O tratamento dos dados foi realizado utilizando o software MAXQDA para a transcrição e codificação dos relatos, a análise de conteúdo pela técnica da inferência e o apoio da técnica de observação assimétrica.

Análise dos Resultados

A análise dos relatos apresentou como resultados aspectos da hospitalidade que contribuem para o equilíbrio nas relações de poder, ressaltando a troca de papéis entre anfitrião e hóspede, a reciprocidade, a parceria, além dos laços de amizade na gestão estratégica dos stakeholders.

Conclusão

Apesar de alguns blocos se encontrarem com baixa capacidade de gestão estratégica de stakeholders, percebeu-se que existe uma tendência forte de alcançarem a alta capacidade de gestão. Contudo, os quatro blocos, independente da capacidade de gestão de stakeholders, têm como base para alcançar os seus objetivos os fundamentos da hospitalidade. Deve-se entender que os blocos de rua de Belo Horizonte são muito novos em relação a outros de cidades. Mas, com a vantagem de terem em si o que é ser hospitaleiro e como trabalhar esse conceito a seu favor.

Referências Bibliográficas

FERNADES, L. M. F.; QUINTÃO, R. T. Transformação de espaços públicos em espaços emancipados

pelos consumidores: um estudo longitudinal sobre o carnaval de rua de Belo Horizonte. *Organizações & Sociedade*, v. 29, n. 100, p. 181-198, 2022. FREEMAN, E.R. Stakeholder management: framework and philosophy.2023. SOUZA, C. A. Responsabilidade social empresarial uma forma de praticar hospitalidade comercial. *Hospitalidade*, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 65-78, 2010. COCKBURN-WOOTTEN, C. Crossing thresholds: hospitality and professionalism in Aotearoa New Zealand social work. *Hospitality & Society*, 2010.