

T&H
Turismo & Hotelaria



ORGANIZADORES:

Zilsa Santiago

Ricardo Paiva

Elídio Vanzella

Turismo & Hotelaria

no contexto da

arquite**TURa**
eurban**ISMO**

2



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES

REITOR

VALDINEY VELOSO GOUVEIA

VICE-REITORA

LIANA FILGUEIRA ALBUQUERQUE



Diretor do CCTA

ULISSES CARVALHO SILVA

Vice-Diretora

FABIANA SIQUEIRA



Conselho Editorial

CARLOS JOSÉ CARTAXO

JOSÉ FRANCISCO DE MELO NETO

MAGNO ALEX SEABRA

MARCÍLIO FAGNER ONOFRE

ULISSES CARVALHO DA SILVA

Editor

ULISSES CARVALHO SILVA

Secretário do Conselho Editorial

PAULO VIEIRA

Turismo & Hotelaria

no contexto da Arquitetura e Urbanismo

ORGANIZADORES

ZILSA MARIA PINTO SANTIAGO

RICARDO ALEXANDRE PAIVA

ELÍDIO VANZELLA

Editora do CCTA
João Pessoa
2023

© Copyright by GCET, 2023

Produção Gráfica e Capa
Aléxia Brasil
Daniel Ribeiro
Elídio Vanzella



Comissão Científica

Alessandra Souza Queiroz Melo
Alexandre Queiroz Pereira
Ana Paula Spolon
Angelina Dias Leão Costa
Beatriz Helena Nogueira Diógenes
Bruna Raquel Alves Maia Lobo
Claudia Mont'Alvão
Cristiane Rose Duarte
Cristina Pereira Araújo
Daiko Lima e Silva
Felipe Gomes do Nascimento
Fernanda Brambilla
Francinete da Silva Guilherme
Gleice Virgínia Medeiros de Azambuja Elali
Heliana Comin Vargas
Kennedy Kaufummam Costa Mafra
Maria Aparecida Pontes da Fonseca
Marília Ferreira Paes Cesário
Nádia Khaled Zurba
Sérgio Fagerlande
Simone Neto de Santana Oliveira
Thaís Francis César Sampaio Sarmiento
Vanessa Goulart Dornéles
Zilsa Maria Pinto Santiago



Ficha catalográfica

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

T938 Turismo & hotelaria no contexto da arquitetura e urbanismo 2
[recurso eletrônico] / Organização: Zilsa Maria Pinto
Santiago, Ricardo Alexandre Paiva, Elídio Vanzella. - João
Pessoa: Editora do CCTA, 2023.

Recurso digital (10,1 MB)

Formato: ePDF

Requisito do Sistema: Adobe Acrobat Reader

ISBN: 978-65-5621-331-6

1. Turismo e hotelaria. 2. Arquitetura. 3. Urbanismo.
I. Santiago, Zilsa Maria Pinto. II. Paiva, Ricardo Alexandre.
III. Vanzella, Elídio.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 338.48:640.41

Elaborada por: Susiquine R. Silva CRB 15/653

Direitos desta edição reservados à: GELINS/UFS Impresso no Brasil *Printed in Brazil*
Depósito legal na Biblioteca Nacional, conforme decreto nº 1.825, de 20 de dezembro de 1907.

PREFÁCIO

É com grande satisfação que anuncio a publicação do segundo livro de uma seleção de artigos que refletem o entusiasmo dos autores em interpretar os desafios e oportunidades presentes nas interfaces entre o tema do turismo e hotelaria e o campo da Arquitetura e Urbanismo. O leitor poderá assimilar uma progressão de enfoques temáticos e diversos procedimentos metodológicos, com exames valiosos que lançam luzes sobre projetos de hotéis e ecossistemas turísticos, tipos arquitetônicos e percepção estética, práticas sociais e serviços ambientais. Uma atenção especial é dedicada aos vínculos entre acessibilidade e inclusão social, reconhecendo a importância do turismo consciente.

Esta compilação nos encoraja a delinear interessantes conexões de espaço e de tempo. As análises percorrem diferentes configurações espaciais: a cidade, o edifício, o design de interiores. Os contextos são múltiplos, oferecendo uma compreensão proveitosa das dinâmicas da espacialidade turística, já que cada nível de observação encadeia informações significativas e complementares para entender os demais. A obra também nos instiga a pensar sobre o tempo da experimentação e o tempo da reflexão, como sendo duas dimensões fundamentais do processo criativo e do conhecimento científico. É importante destacar que experimentação e reflexão não são etapas isoladas, mas partes de um processo contínuo de aprendizagem. O turismo é em sua essência uma atividade de experimentação, um modo de absorver o que se passa ao redor através da experiência corporal e afetiva. Mas o turismo pode ser

igualmente uma atividade de reflexão crítica e construção conceitual, pois o vivenciado provoca julgamentos.

Além do reconhecimento dessas características de sentido, o leitor pode ser levado a ponderar sobre a relação entre cultura e a sociedade. É possível argumentar que pesquisar turismo e suas ramificações é um apelo à pluralidade de existências do ser. Esta dimensão ontológica, um atributo inerente à formação de arquitetos urbanistas, se evidencia na preocupação com alguns dos aspectos mais profundos e complexos da contemporaneidade: a crise ambiental, o consumismo, o envelhecimento. Há de se questionar, portanto, as premissas obsoletas, buscar novos olhares e perspectivas que possam melhor compreender essa sociabilidade progressivamente polarizada e raivosa, mas também defender a sensibilidade ecológica em um planeta cada vez mais amesquinhado.

Sim, toda experiência turística permite infiltrações psicológicas. E sim, viagens e locais de hospedagem são fantasmagorias que acompanham a vida em trânsito, pois tendem a misturar forma e função prática com complexidades sociológicas. Por esses motivos, atrevo-me a confidenciar ao leitor algumas digressões incitadas pela leitura destes textos.

Conheci o Hotel Nacional de Brasília ainda nos seus dias de glória, mas de bom grado preferiria trocar a data da estadia e poder contar agora que tomei mais de um trago no seu bar decadente instantes antes da ação judicial de despejo e realocação dos hóspedes; sei lá, gosto de momentos eloquentes que desequilibram a banalidade do cotidiano. Uma vez me hospedei em um hostel de Barcelona, compartilhando o quarto com um colega arquiteto gaúcho; a experiência jogou luz sobre minhas aflições

pequeno-burguesas: estranhar o outro em uma disputa pela escolha da cama mais bem posicionada e próxima à janela; pelear contra meus pudores de privacidade ao dividir com estranhos o banheiro coletivo que ficava no final do corredor. Mas, acredite, essas cenas são migalhas diante do que foi a degustação daquela efêmera atmosfera de jovialidade, despojamento e tolerância.

A minha memória contemplativa de Gramado, por exemplo, encontra aderência no artigo sobre essa cidade turística, mas me empurra para o problema da autenticidade. Não se trata de constatar puramente a consumação de um cenário atópico, seletivo e incrivelmente caro. Subjacente a este fato se encontra a aspiração, de difícil alcance, dos que buscam ser diferentes uns dos outros. Como argumenta Byung-Chul Han, é impossível ser verdadeiramente diferente hoje porque nessa vontade de ser diferente prossegue o igual. O sistema, como antagonista, só permite que perdue as diferenças comercializáveis.

Espero, persuadido, que os artigos aqui reunidos possam ser úteis para pesquisadores, professores, estudantes e profissionais. Espero, sobretudo, que despertem desejos de viajar e registrar, reconectando-se com a consciência emotiva do flâneur benjaminiano que existe em cada um de nós: aquele que resiste às mercadorias empurradas e à flexibilidade estéril que nos leva ao precipício. E depois, debateríamos sobre essa percepção simultaneamente objetiva e fantástica, que exige imaginação e criatividade. Todavia, aproveite seu tempo sem açodamento, porque a pressa serve a outros senhores. Não é necessário que a reflexão se faça imediatamente após a experimentação. Uma vez, viajando sozinho de

Buenos Aires a La Plata, observava eu com um misto de assombro e apatia o vertiginoso aumento de favelas na periferia daquela que foi um dia a mais rica metrópole sul-americana. Naquele momento tocou no rádio do ônibus, trilha sonora inesperada, uma música brasileira cuja letra diz mais ou menos assim: “Somos feitos de silêncio e som. Tem certas coisas que não sei dizer...”

Prof. Dr. José Almir Farias
Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design
Universidade Federal do Ceará

APRESENTAÇÃO

ATRAVESSANDO AS FRONTEIRAS

Essa é a segunda publicação que resulta da parceria entre o Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET), vinculado ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH) do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) e o Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização (LoCAU), abrigado no Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design (PPGAU+D) da Universidade Federal do Ceará (UFC).

O livro “Turismo e Hotelaria no Contexto da Arquitetura e Urbanismo 2” expressa o interesse dos organizadores em articular os conhecimentos produzidos nos campos da Arquitetura e Urbanismo e Turismo e Hotelaria, preconizando a promoção de práticas de pesquisa inter e transdisciplinares com o intuito de fomentar possíveis afetações entre esses saberes. Para tanto, a chamada de trabalhos para a coletânea preconizou temáticas abrangentes, a saber:

- Teorias e conceitos sobre o Turismo, a Hotelaria e a Produção do Ambiente Construído (cidade e turismo, arquitetura e turismo, turismo e urbanização, turismo urbano, turismo rural, turismo e paisagem, turismo e lugar, etc.);
- História e Memória do Turismo, Hotelaria, Arquitetura e Urbanismo (origem, planejamento e ordenamento territorial de

balneários turísticos, hotéis históricos, hotelaria e patrimônio, reuso e requalificação de hotéis);

- Projeto e Tipologias arquitetônicas de meios de hospedagem (hotéis executivos, hotéis de lazer, pousadas, hostels, albergues, colônias de férias, resorts, hotéis de charme, hotéis design, hotéis híbridos, etc.);
- Turismo, Hotelaria, Arquitetura e Urbanismo e Produção Imobiliária (cadeia de hotéis, impactos urbanos dos meios de hospedagem, hotéis e leis de uso e ocupação do solo, Airbnb, etc.);
- Turismo, Hotelaria, Arquitetura e Urbanismo e Meio Ambiente (EIA, RIMA empreendimentos turísticos-imobiliários e Unidades de Conservação, hotelaria e recursos naturais e turísticos, etc.);
- Hospitalidade Urbana e Arquitetônica, Espaços turísticos e Acessibilidade.
- Hotelaria, Desenho Universal e Acessibilidade (Acessibilidade nos vários meios de hospedagem, arquitetura e ergonomia, design de interiores, mobiliário, etc.);
- Turismo, Hotelaria, Arquitetura e Urbanismo e os ícones urbanos e arquitetônicos (eventos, megaeventos, *starchitects*, hotelaria de luxo, cidades globais, etc.);

Os trabalhos submetidos tangenciaram de uma forma ou de outra distintas perspectivas de interpretação e aproximação entre o Turismo e a Hotelaria e a Arquitetura e o Urbanismo nos subtemas supracitados. No conjunto de capítulos dessa publicação, verifica-se que a dimensão da cultura material do urbano e da arquitetura constituem significativos insumos para a fruição da atividade turística, constituindo objeto de análise

ou mesmo de proposição de políticas públicas, de planejamento regional e urbano, de planejamento turístico e até mesmo de projeto de arquitetura. Essa condição, eleva a importância dos artefatos urbanos e arquitetônicos, passados e presentes, na criação do lugar, inclusive turístico, entendido como uma porção do espaço dotada de identidade e pertencimento, nesse sentido, pleno de significado não somente para os turistas, mas também para os anfitriões.

Assim como na primeira publicação, acolhemos contribuições acadêmicas de distintas matrizes epistemológicas, traduzidas por ponto de vistas plurais e, por vezes, até divergentes. A diversidade se expressa ainda na formação e no estágio acadêmico dos autores, sendo interessante sublinhar a parceria entre orientadores e orientandos na apresentação dos resultados de pesquisas realizadas em nível de pós-graduação e graduação. Diante do exposto, esse segundo livro compreende treze capítulos, que serão descritos a seguir:

No primeiro capítulo, ***TURISMO E ARQUITETURA PÓS-MODERNA EM FORTALEZA: o caso do Hotel Gran Marquise***, Carlos Bruno Oliveira Rocha e Ricardo Alexandre Paiva fazem uma análise crítica com base no estudo tipológico que preconiza duas categorias: a tipologia funcional e a tipologia formal. Este estudo enfatiza o hotel Gran Marquise, projeto de Nasser Hissa Arquitetos Associados, como expressão de uma tendência pós-moderna entre os meios de hospedagem na cidade de Fortaleza - CE.

No Capítulo ***HOTEL MUSEU E A POTENCIALIZAÇÃO DO TURISMO CULTURAL: Uma proposta para Videira (SC)***, Lara

Lima Felisberto e Juliana Aparecida Biasi apresentam como aspectos históricos da colonização constituem importantes insumos para a proposição de um projeto arquitetônico de um hotel museu em Videira, Santa Catarina, apostando no potencial do turismo cultural como pressuposto para a promoção da hospitalidade.

“SOS” HOTEL NACIONAL DE BRASÍLIA (1961): patrimônio moderno ameaçado, capítulo de Ricardo Alexandre Paiva, Vitor Vasconcelos Viana e Lilian Vidal Freitas, os autores apresentam o Hotel Nacional de Brasília, considerado um dos hotéis pioneiros da nova capital. Conforme o relato de pesquisa, a importância do capítulo consiste no testemunho de como a arquitetura moderna responde às demandas das atividades terciárias – turismo, comércio e serviços e, por outro lado, no valor como patrimônio arquitetônico, uma vez que atualmente o hotel se encontra desocupado e, caso não seja objeto de intervenção e conservação, pode-se iniciar um estado de degradação material, justificando assim, a necessidade de documentação e conservação do complexo.

No capítulo **A IMPORTÂNCIA DO DESIGN NA HOTELARIA: um estudo de caso do Xilo Design Hotel em João Pessoa – PB**, Hanna Melissa Pereira Felisberto, Adriana Brambilla, Marcleide Maria Macêdo Pederneiras e Marília Ferreira Paes Cesário analisam a relação do design de interior com a hotelaria, trazendo um panorama de hotéis de vários países que se destacam pela proposta do seu design. A partir do estudo de caso do Xilo Design Hotel, buscam compreender a atuação do design de interiores, através de uma nova

perspectiva prática e experiencial, que pode proporcionar aos hóspedes histórias, memórias e conhecimento. E, por outro lado, aos empresários, um meio de hospedagem mais econômico, sustentável e inovador.

Em sequência, no capítulo ***ACESSIBILIDADE EM RESTAURANTE PARA O PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE NA CIDADE DE AREIA-PB***, Felipe Gomes Nascimento, em função da necessidade de expandir as questões de acessibilidade universal para a terceira idade em diferentes serviços e infraestrutura turística, analisa as condições de acessibilidade de um restaurante localizado em uma comunidade rural da cidade de Areia-PB, de forma a verificar se a mesma atende às necessidades desta parcela da população.

Na sequência, no trabalho ***NA TRILHA DO TURISMO SOCIAL E INCLUSIVO: acessibilidade em meios de hospedagem tipo Hostel***, Stephanie Ciqueira Silva, Raquel Pessoa Morano e Zilsa Maria Pinto Santiago trazem uma reflexão sobre a relação entre turismo acessível, inclusão e meios de hospedagem, apresentado uma proposta de projeto para um hostel acessível na Praia de Pontal do Maceió, no município de Fortim, costa leste do Ceará, como uma alternativa aos meios de hospedagem mais convencionais.

Em ***ACESSIBILIDADE PARA IDOSOS NO SETOR DE A&B DA CIDADE DE JOÃO PESSOA/PB***, Maria Clara Virginio Araruna Formiga, Adriana Brambilla e Elídio Vanzella apresentam a temática da acessibilidade voltada ao público idoso, que tem feito parte de diversos debates, dentre eles no turismo como destaque. Neste sentido, analisam as condições de acessibilidade dos restaurantes localizados na

orla da cidade de João Pessoa-PB, sob a ótica das normas brasileiras referentes ao assunto em pauta.

No capítulo sobre ***HOSPITALIDADE URBANA TECNOLÓGICA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: conceituação e análise das possibilidades existentes***, Marília Ferreira Paes Cesário trata de analisar como estavam as pesquisas sobre a hospitalidade urbana a partir da chegada das novas tecnologias, assim, mostrando que se está exigindo das cidades mecanismos tecnológicos que acolham este novo turista, que agora requer e precisa de informações, de conexões e de cidades preparadas para recebê-los da melhor maneira em termos de disponibilidades tecnológicas, visto que estas proporcionam uma demanda de turismo mais auto planejada e menos dependente de especialistas. Assim, expor a necessidade de as cidades olharem para essas questões como desafios atuais e oportunidades de melhor receber os turistas. Como contribuição ao tema, propõe o conceito da *hospitalidade virtual* ou *hospitalidade tecnológica urbana* e creditando às cidades que adotam tais medidas serem consideradas *Destinações Turísticas Inteligentes*.

Em ***A LINGUAGEM ARQUITETÔNICA E O REFORÇO À IMAGEM EUROCÊNTRICA DA CIDADE DE GRAMADO-RS COMO IMPULSO PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA***, Manoela Barbacovi e Simone Neto de Santana Oliveira analisam em Gramado (RS), como a linguagem eurocêntrica da arquitetura e os anúncios são atrativos que conferem identidade turística à cidade. Trata-se de uma reflexão diferenciada em relação às discussões produzidas no campo da Arquitetura e Urbanismo, que costumam proferir críticas mais severas em relação à

autenticidade na produção dos espaços turísticos e à presença dos “falso-históricos”.

No capítulo referente à ***ARQUITETURA E URBANISMO COMO DINAMIZADORES PARA O TURISMO CRIATIVO EM JUIZ DE FORA (MG)***, Larissa Carvalho Santa Rita, Carla Fraga e Simone Feigelson Deutsch apresentam em que medida a arquitetura e o urbanismo, especificamente as distintas expressões estilísticas do patrimônio da cidade, possuem potencial de incrementar o turismo criativo em Juiz de Fora (MG), ainda que não sejam consideradas práticas e expressões culturais propostas pela Rede de Cidades Criativas (RCCU) - criada em 2004 pela Organização das Nações Unidas.

No capítulo seguinte, ***INFRAESTRUTURA PARA O TURISMO EM MUNICÍPIOS DE PEQUENO PORTE: O caso do Ar Livre Ecoturismo no município de Anchieta/SC***, Cilto Uliana e Celí Maziero apresentam um panorama das regiões turísticas de Santa Catarina definidas pelas suas afinidades geográficas, econômicas e histórico-culturais e como estudo de caso, identificam e analisam a infraestrutura necessária para o desenvolvimento e fortalecimento do *Turismo Rural* nos municípios de pequeno porte, tendo como foco de estudo o município de Anchieta/SC.

Neste capítulo, com o título **SANTA CATARINA NO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO (PRT): uma reflexão a partir do mapa do turismo brasileiro 2022**, Daiko Lima e Silva, Isabela Guessler Schmitt, Airton Gaio Júnior e Henrique Campião Herculan evidenciam um panorama, desde uma perspectiva regional e de

planejamento turístico, a situação contemporânea do estado de Santa Catarina no Mapa do Turismo Brasileiro, com base na política pública do Ministério do Turismo (MTur), denominada Programa de Regionalização do Turismo (PRT).

No último capítulo, intitulado ***PORTO DIGITAL: influências no turismo e nas práticas de lazer do bairro do Recife***, Alessandra Souza Queiroz Melo e Alex Melo Batista de Araújo abordam como o Porto Digital, que consiste em um dos parques tecnológicos e de ambiente criativo mais conhecidos no Brasil, foi incorporado como estratégia de requalificação do bairro do Recife, importante patrimônio cultural edificado da capital pernambucana, bem como na dinamização das atividades de lazer e turismo, contribuindo para a diversificação de usos na área.

Enfim, os organizadores estão cientes que esse livro representa um esforço concreto de atravessar as fronteiras entre os campos disciplinares da Arquitetura e Urbanismo e do Turismo e Hotelaria, expressos nos seus conteúdos, mas também nos futuros desdobramentos possíveis. Votos de uma leitura atenta e crítica!

Prof^a Dr.^a Zilsa Santiago

Prof.^o Dr. Ricardo Paiva

Prof^a Dr. Elídio Vanzella

SUMÁRIO

TURISMO E ARQUITETURA PÓS-MODERNA EM FORTALEZA: <i>o caso do Hotel Gran Marquise</i>	21
Carlos Bruno Oliveira Rocha Ricardo Alexandre Paiva	
HOTEL MUSEU E A POTENCIALIZAÇÃO DO TURISMO CULTURAL: <i>Uma proposta para Videira (SC)</i>	48
Lara Lima Felisberto Juliana Aparecida Biasi	
“SOS” HOTEL NACIONAL DE BRASÍLIA (1961): <i>patrimônio moderno ameaçado</i>	77
Ricardo Alexandre Paiva Vitor Vasconcelos Viana Lilian Vidal Freitas	
A IMPORTÂNCIA DO DESIGN NA HOTELARIA: <i>um estudo de caso do Xilo Design Hotel em João Pessoa – PB</i>	101
Hanna Melissa Pereira Felisberto Adriana Brambilla Marcleide Maria Macêdo Pederneiras Marília Ferreira Paes Cesário	
ACESSIBILIDADE EM RESTAURANTE PARA O PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE NA CIDADE DE AREIA-PB	145
Felipe Gomes Nascimento	
NA TRILHA DO TURISMO SOCIAL E INCLUSIVO: <i>acessibilidade em meios de hospedagem tipo Hostel</i>	173
Stephanie Ciqueira Silva Raquel Pessoa Morano Zilsa Maria Pinto Santiago	
ACESSIBILIDADE PARA IDOSOS NO SETOR DE A&B DA CIDADE DE JOÃO PESSOA/PB.....	208
Maria Clara Virginio Araruna Formiga Adriana Brambilla Elídio Vanzella	
HOSPITALIDADE URBANA TECNOLÓGICA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: <i>conceituação e análise das possibilidades existentes</i>	230
Marília Ferreira Paes Cesário	

A LINGUAGEM ARQUITETÔNICA E O REFORÇO À IMAGEM EUROCÊNTRICA DA CIDADE DE GRAMADÓRS COMO IMPULSO PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA.....263

Manoela Barbacovi

Simone Neto de Santana Oliveira

ARQUITETURA E URBANISMO COMO DINAMIZADORES PARA O TURISMO CRIATIVO EM JUIZ DE FORA (MG)300

Larissa Carvalho Santa Rita

Carla Fraga

Simone Feigelson Deutsch

INFRAESTRUTURA PARA O TURISMO EM MUNICÍPIOS DE PEQUENO PORTE: O caso do Ar Livre Ecoturismo no município de Anchieta/SC.....318

Cilto Uliana

Celí Maziero

SANTA CATARINA NO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO (PRT): uma reflexão a partir do mapa do turismo brasileiro 2022364

Daiko Lima e Silva

Isabela Guesser Schmitt

Airton Gaio Júnior

Henrique Campião Herculan

PORTO DIGITAL: influências no turismo e nas práticas de lazer do bairro do Recife396

Alessandra Souza Queiroz Melo

Alex Melo Batista de Araújo

**TURISMO E ARQUITETURA PÓS-
MODERNA EM FORTALEZA: O CASO DO
HOTEL GRAN MARQUISE**

01

ROCHA, Carlos Bruno Oliveira

Mestrando em Arquitetura e Urbanismo e Design, no Programa de Pós-graduação de Arquitetura e Urbanismo e Design na UFC. Graduado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Ceará. Bolsista PIBIC - Bolsista de Extensão - do núcleo DOCOMOMO CEARÁ.

PAIVA, Ricardo Alexandre

graduado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Ceará, mestrado e doutorado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Realizou o Pós Doutorado junto ao IST-Universidade de Lisboa/Portugal e no DOCOMOMO International. É Professor do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará, Coordenador do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design da UFC - PPGAU+D-UFC. Coordena o LoCAU (Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização) do DAU-UFC e como integrante do CILITUR (Cidades Litorâneas e Turismo) do MDU-UFPE. É pesquisador do LABCOM (Laboratório de Comércio e Cidade) da FAUUSP. É Bolsista de Produtividade PQ2 do CNPq.

TURISMO E ARQUITETURA PÓS-MODERNA EM FORTALEZA: O CASO DO HOTEL GRAN MARQUISE

Carlos Bruno Oliveira Rocha

Ricardo Alexandre Paiva

O *tipo*, para Argan (1963) constitui-se da redução de um complexo de variantes formais a uma forma básica comum e irreduzível, que deve ser entendida como um princípio que possibilita possíveis alterações volumétricas e estruturais da tipologia. O *tipo* pode ser compreendido com base em três categorias: a configuração completa da construção, visível nas plantas (centralizadas ou longitudinais); os elementos estruturais básicos expressos nos cortes (vigas ou arcos); e os elementos decorativos, como detalhes ornamentais, ordem de colunas, etc. O autor adverte para a generalidade do termo *tipo* e conclui que seu processo de criação é contínuo e interligado, sendo inventivo quando supera soluções arquitetônicas do passado.

A criação de um “tipo” depende da existência de uma série de construções que tenham entre si uma evidente analogia formal e funcional. Em outras palavras, quando um “tipo” é definido pela prática ou teoria da arquitetura, ele já existia na realidade como resposta a um complexo de demandas ideológicas, religiosas ou práticas ligadas a uma determinada situação histórica em qualquer cultura (ARGAN, 1963, p. 269).

Waisman (2013) explica que o *tipo* é considerado como um princípio da arquitetura, algo muito próximo de sua essência.



No entanto, também pode ser entendido a partir de uma série de objetos históricos, é aberto às transformações e atua como base para novas invenções, por isso é designado como “sujeito histórico”. A autora conceitua o *tipo* como uma rede de relações topológicas, que resultam numa determinada organização volumétrico-espacial e numa determinada relação com o entorno. Em seu trabalho, alerta para a impossibilidade de compreender um artefato arquitetônico na realidade latino-americana separado de seu contexto urbano ou rural, aspecto importante ao se realizar análises históricas e comparações tipológicas de matriz europeia.

Em nossas cidades, em contínua transformação e rápido ritmo de mudança, a análise histórica não pode deter-se no descobrimento dos tipos, na descrição das mudanças e na interpretação das respectivas causas. O juízo histórico, o significado atribuído a tais tipologias, dependerá da interpretação da problemática urbana correspondente e das pautas que o observador considerar positivas para o desenvolvimento da cidade em questão. (WAISMAN, 2013, p. 34).

Ao utilizar a tipologia para a análise histórica, Waisman (2013) entende ser possível situar produções arquitetônicas latino-americanas numa rede baseada no entendimento de que o transcorrer histórico se produz em diferentes níveis e que acontecimentos se movem em ritmos distintos, devido a condicionantes como a cultura do momento, a mentalidade do profissional ou do criador individual.

Essas considerações acerca do conceito de tipologia e sua importância histórica atrelada à atividade projetual são necessárias para o



entendimento do que foi produzido de arquitetura, suas motivações e conjunturas, como contextualiza Paiva (2007, p. 98):

[...] este passado deve emergir na atividade projetual atual na medida em que ele contribui para resgatar os valores arquetípos das realizações arquitetônicas e urbanísticas (escala, espaço, composição, relação com o entorno, soluções construtivas, entre outros) e não para fornecer um vocabulário de formas disponíveis para serem reutilizadas, de maneira mimética e irrefletida, muito embora isso tenha sido prática recorrente em vários momentos da história”.

O objetivo nesse artigo é empreender uma análise crítica acerca do hotel Gran Marquise (1986), projeto de Nasser Hissa Arquitetos Associados, enfatizando-o como expressão de uma tendência pós-moderna entre os meios de hospedagem na cidade de Fortaleza - CE.

O estudo tipológico preconiza duas categorias: a tipologia funcional, que consiste nas características das implantações, seus programas de necessidades e nas interações funcionais existentes entre seus respectivos espaços; e a tipologia formal, que consiste na análise de edifícios no que diz respeito a suas composições plásticas, em suas linguagens e em seus respectivos sistemas construtivos. Essa metodologia foi empregada na pesquisa de pós-doutorado de Ricardo Paiva, intitulada “Turismo e arquitetura transatlântica: o hotel moderno no Brasil e em Portugal” (Paiva, 2021) e aplicada também na dissertação de mestrado “Arquitetura e Educação Profissional: Perspectiva Histórica de Modernização das Escolas Técnicas Federais do Brasil de do Ceará (1909 - 1999)”, de autoria de Adriana Castelo Branco Ponte de Araújo (Araújo, 2022). No caso, por serem genéricas e replicáveis, as categorias tipologia



funcional e tipologia formal serão aplicadas nesta análise do Hotel Gran Marquise.

A metodologia compreende ainda a revisão da literatura de fontes secundárias acerca do *tipo* e da pós-modernidade na arquitetura, a coleta e a revisão de dados primários como plantas e fotografias, além do redesenho e a modelagem da edificação. Finalmente, os resultados consistem na análise tipológica formal e funcional deste hotel de feições pós-modernas, considerando sua implantação, programa, interações funcionais, linguagem e sistema construtivo.

Para a análise crítica da edificação, são utilizados plantas e cortes do projeto arquitetônico da edificação como fontes primárias, ao mesmo tempo em que se entende a importância do redesenho e da modelagem 3D para aprofundamento da compreensão das decisões projetuais tomadas. Ao inventariar e modelar o hotel Gran Marquise, busca-se contribuir na reflexão e valorização dessa recente arquitetura.

Breves notas sobre a produção da arquitetura pós-moderna no Brasil

Para uma melhor compreensão da produção da arquitetura pós-moderna no Brasil, faz-se necessário uma discussão acerca do pós-modernismo como expressão cultural da pós-modernidade, e se caracteriza como um movimento diversificado e heterogêneo que passa a questionar as metanarrativas suscitadas pela modernidade, estas últimas entendidas como teorias interpretativas que podem ser aplicadas universalmente, tiveram como origem o Iluminismo e o Marxismo. Harvey (1989) elucida a pós-modernidade diferenciando-a da modernidade:



Começo com o que parece ser o fato mais espantoso sobre o pós-modernismo: sua total aceitação do efêmero, do fragmentário, do descontínuo e do caótico que formavam uma metade do conceito baudelairiano de modernidade. Mas o pós-modernismo responde a isso de uma maneira bem particular; ele não tenta transcendê-lo, opor-se a ele e sequer definir os elementos “eternos e imutáveis” que poderiam estar contidos nele. O pós-modernismo nada, e até se espoja, nas fragmentárias e caóticas correntes de mudança, como se isso fosse tudo o que existisse (HARVEY, 1989, p. 49).

No que diz respeito à arquitetura e ao urbanismo, na pós-modernidade predomina a ideia de uma fragmentação do tecido urbano, em que não mais são pensados planos de largo alcance com uma arquitetura funcional correspondente, ao contrário do que era difundido na modernidade. O projeto urbano e a produção arquitetônica passam a responder às ansias e estímulos individuais, gerando como consequência o uso de uma diversidade de linguagens arquitetônicas. Harvey (1989) esclarece como o espaço passa a ser entendido:

Verifica-se, sobretudo, que os pós-modernistas se afastam de modo radical das concepções modernistas sobre como considerar o espaço. Enquanto os modernistas veem o espaço como algo a ser moldado para propósitos sociais e, portanto, sempre subserviente à construção de um projeto social, os pós-modernistas o veem como coisa independente e autônoma a ser moldada segundo objetivos e princípios estéticos que não têm necessariamente nenhuma relação com algum objetivo social abrangente, salvo, talvez, a consecução da intemporalidade e da beleza “desinteressada” como fins em si mesmas. (HARVEY, 1989, p. 70).



O debate internacional acerca da pós-modernidade reverberou nas discussões teóricas no Brasil no início da década de 1980, porém não foram totalmente responsáveis pelas alterações da arquitetura brasileira no período. Segawa (2010) explica que a tolerância à diversidade de posicionamentos característicos da pós-modernidade se refletiu entre os arquitetos brasileiros em alguns aspectos: a percepção do fracasso das soluções projetuais aplicadas em todas as realidades; maior diálogo da arquitetura com o entorno urbano ou natural; reaproximação da história como referência projetual; reuso de edifícios como preservação cultural; diálogo entre arquiteto e usuários no processo projetual, entre outros.

Outro ponto de vista interessante acerca da discussão da pós-modernidade no Brasil e na América Latina é pela visão de Bastos e Zein (2011), que esclarecem que nos anos de 1975-1985, os anseios da crise da modernidade foram parcialmente neutralizados pela pressa em produzir uma arquitetura moderna grandiosa para o período, entendido como o “milagre econômico brasileiro”. No entanto, no decorrer da década de 1970, a demanda por projetos diminui gradualmente, explicitando a aproximação de uma crise na modernidade:

Talvez por isso, entre 1975 e 1985, as notícias da crise da modernidade sejam dadas nem tanto pelos organismos mais tradicionais nas categorias de arquitetos, ou pelos seus profissionais mais atuantes, e sim pelos indivíduos e grupos não exatamente inseridos nesse fluxo, e que lhe são, de alguma maneira, alternativos: seja por adotarem distintas posturas projetuais (dando-se ou não conta, de maneira mais ou menos explícita, dos debates internos questionadores das premissas da modernidade em crise), por estarem afincadas em regiões do país

menos privilegiadas pelas ondas de trabalho arquitetônico/urbanístico, ou nos grupos que não alcançam inserir-se nesse tipo de solicitação, ou ainda, por sua atuação estar voltada para os segmentos que tradicionalmente dão maior valor e atenção ao debate e ao questionamento, como os profissionais ligados ao ensino e ao periodismo especializado (BASTOS e ZEIN, 2011, p. 197).

Em síntese, a produção da arquitetura pós-moderna no Brasil se efetivou à época do processo de redemocratização do país, na medida em que houve uma maior abertura econômica, política e cultural que, por seu turno, se relacionava com a inserção do Brasil nos fluxos da globalização, concomitante ao abandono por parte dos arquitetos dos valores cristalizados da arquitetura moderna, associados em sua fase final ao período da Ditadura Militar. Nesse contexto, a difusão e o desenvolvimento do pós-modernismo arquitetônico no Brasil ocorreram de forma fragmentada e heterogênea no espaço e no tempo. Em Fortaleza, capital do Ceará, face o advento do “Governo das Mudanças”, que implementou diversas ações de caráter neoliberal para reestruturação produtiva e socioespacial do estado, verifica-se um incremento significativo do turismo e da ação do mercado, com desdobramentos importantes na produção da arquitetura, conforme será discutido na sequência

O Hotel Gran Marquise

Ao tratar da produção arquitetônica na cidade de Fortaleza na década de 1980, é fundamental esclarecer sua relação com as políticas públicas de incentivo ao turismo na região. No caso do Ceará, o turismo



era atividade prioritária para desenvolvimento econômico desde o início do governo de Tasso Jereissati, em 1987, autointitulado “Governo das Mudanças”, tendo sido objeto de planejamento e incremento por meio da adesão ao PRODETUR-NE (Programa de Desenvolvimento de Turismo no Nordeste), resultando na construção do Aeroporto Internacional Pinto Martins iniciada em 1996, na criação e reforma de rodovias entre capital e municípios litorâneos, além de diversas obras infra estruturais (SOUZA, 2014). A ascensão do turismo potencializa a produção arquitetônica em Fortaleza, segundo Paiva e Soares (2015):

Com maior ou menor intensidade, as manifestações espaciais da urbanização turística na RMF se relacionam com a produção da arquitetura (aeroporto, centros culturais, intervenções em edifícios existentes, as tipologias de meios de hospedagem, segundas residências, edifícios públicos, museus, estádios, centro de convenções e eventos, além de intervenções no desenho urbano). A produção da arquitetura contemporânea em Fortaleza, tanto privada como pública, tem sido condicionada pelas demandas (econômicas, políticas e simbólicas) suscitadas pelo incremento da atividade turística na RMF (PAIVA e SOARES, 2015, p. 15).

A construção do Hotel Gran Marquise (1986-1992), projeto do Nasser Hissa Arquitetos Associados, localizado em Fortaleza, insere-se nesse período de mudanças de paradigmas e de crescimento econômico do Ceará, ao mesmo tempo em que valores da arquitetura pós-modernas começaram a ser implementadas em projetos arquitetônicos não institucionais diversos em escala nacional.



Figura 01: Foto do antigo Hotel Caesar Park, atual Gran Marquise.



Fonte: Foto Igor Ribeiro.



Inaugurado em 1992, originalmente da bandeira Caesar Park e construído pela construtora Marquise, o hotel tem projeto paisagístico assinado por Burle Marx e Haruyoshi Ono, destacando-se um painel presente na recepção do edifício. Em 2005, o Grupo Marquise estabeleceu uma nova parceria administrativa, na ocasião com a Sol Meliá, de origem espanhola. Após 15 anos de sua inauguração, em 2007, o Grupo Marquise começa a administrar com identidade própria o hotel, ficando estabelecido o nome Hotel Gran Marquise. É classificado como 5 estrelas e é referência de qualidade dentre os meios de hospedagem de Fortaleza.

Os irmãos arquitetos José Nasser Hissa (1944) e Francisco Nasser Hissa (1949), durante sua formação, mantiveram-se distantes de discussões políticas e teóricas, tendo sido muito mais decisivo para sua formação o envolvimento com disciplinas técnicas de materiais de construção e estrutura, bem como a profissionalização da prática da arquitetura e o atendimento às demandas do mercado (PAIVA, DIÓGENES, 2015).

Interessante mencionar que uma maior consciência por parte dos arquitetos José e Francisco Hissa do emprego de princípios modernos em seus projetos, até o início da década de 1980, foi possível com o início do debate acerca do pós-modernismo. Os arquitetos passam a incorporar novas influências aos seus projetos, sem abdicar do empenho no desenvolvimento técnico e os seus desdobramentos no projeto de arquitetura (PAIVA, DIÓGENES, 2015).



Diante do exposto, segue uma análise crítica acerca do Hotel Gran Marquise, entendendo-o como expressão de uma tendência pós-moderna na produção arquitetônica dos meios de hospedagem na cidade de Fortaleza – CE. Foi realizada a modelagem da edificação como exercício de redesenho e estratégia de análise crítica.

Análise Tipológica

Quanto à tipologia funcional, serão analisados os parâmetros de inserção urbana, programa e interações funcionais:

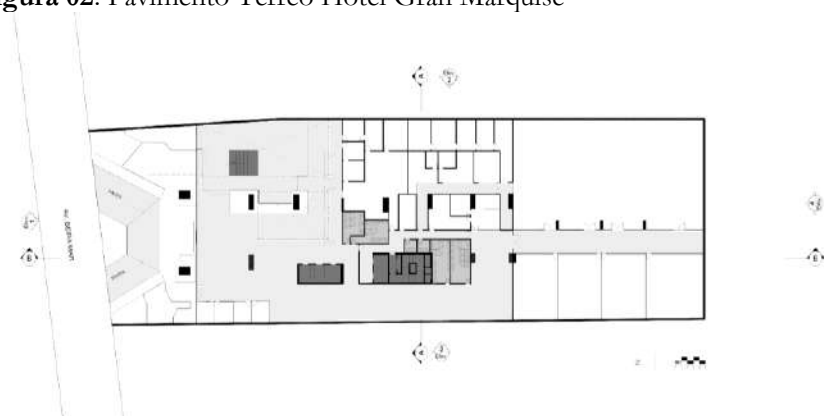
Inserção urbana

O hotel está implantado em posição privilegiada da orla, de frente ao mar e da Avenida Beira Mar, área na qual outros meios de hospedagem estão presentes, como os flats vizinhos Scala Residenza, ao oeste, e o Iracema Residence, ao leste. A escala da edificação dialoga com o atual entorno, já que edifícios verticais são predominantes na região.

A edificação foi construída de modo que seu térreo ocupa toda a área do lote, o que ocorre até o 3º pavimento, inviabilizando quase toda a permeabilidade do solo. O nível de serviços, ou seja, o quarto pavimento, junto com o pavimento-tipo que configura uma forma de “T”, repetido por quinze andares (do 5º ao 19º), foram dimensionados com afastamentos em relação ao térreo e aos limites do terreno. Dito isso, os três primeiros pavimentos têm sua iluminação e ventilação naturais prejudicadas, diferentemente dos pavimentos das suítes, posicionadas para melhor captação da ventilação predominante de orientação leste, ao mesmo tempo em que as que circulações horizontais e verticais situam-se ao oeste.



Figura 02: Pavimento Térreo Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

Figura 03: Primeiro Pavimento (Sobreloja) Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

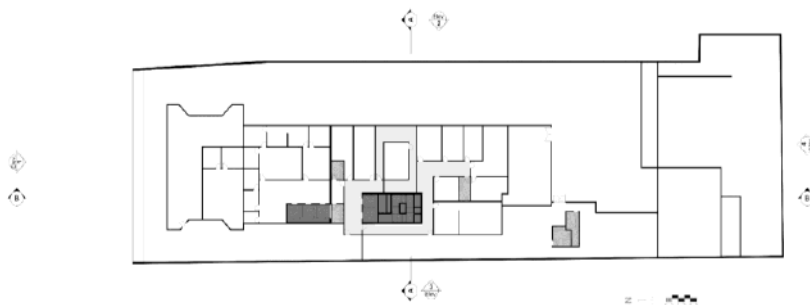
Figura 04: Segundo Pavimento (Restaurante) Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.



Figura 05: Terceiro Pavimento (Serviço) Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

Programa

No térreo, no acesso pela Av. Beira Mar, estão inseridas a recepção, com um vazio na laje do pavimento superior, e espaços de apoio, com comunicação direta com área de estar, lojas, sanitários e elevadores. Neste pavimento, o hóspede tem acesso aos espaços de convenções, ao sul do terreno. No centro desse andar estão inseridos espaços administrativos de uso dos funcionários, como as salas da coordenação, secretaria, reuniões e vestiários. Interessante mencionar a presença de espelhos d'água e a elevação do nível da área de estar em relação ao restante do pavimento, ao mesmo tempo em que configura um pé-direito triplo com escada de acesso ao nível seguinte.

No segundo pavimento existe um restaurante, varanda com vista para o mar e sanitários, ambos com acesso pelos elevadores ou pela escada da área de estar do térreo. Neste pavimento também está inserida a cozinha, como apoio ao restaurante, além da casa de bombas, cisternas e caldeiras. Ao sul, no acesso pela rua Senador Machado, existe uma rampa

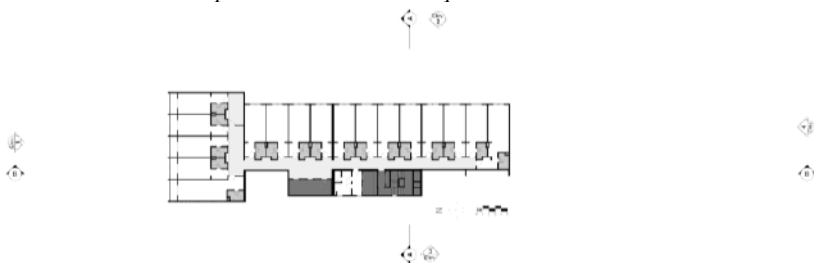


para veículos que conduz ao estacionamento no subsolo, espaço que ocupa área significativa do andar.

Ao norte da edificação, no terceiro pavimento, existe um grande vazio ao lado de um outro restaurante. No restante do pavimento estão distribuídos diversos espaços de trabalho que garantem o funcionamento dos restaurantes e do próprio hotel, como os relacionados à refrigeração de alimentos, higienização de roupas e louças, vestiários e chefia. O último nível anterior ao pavimento-tipo, o de serviço, é totalmente de apoio ao hotel, e já se distancia dos limites do terreno e sua forma se aproxima do “T” do pavimento-tipo.

No pavimento-tipo destacam-se as unidades habitacionais distribuídas ao norte, com vistas para o mar, e ao leste, com visuais menos privilegiadas do entorno. São dezessete suítes por andar, totalizando 255. As circulações horizontais e verticais foram posicionadas ao oeste, recebendo forte insolação no período da tarde. Finalmente, no 20º pavimento encontra-se a piscina, espaços de eventos e a possibilidade da visão de toda a orla. Faz-se necessário mencionar que o hotel também possui estrutura para abrigar eventos e conferências, o que expande as possibilidades de hospedagem e de geração de renda.

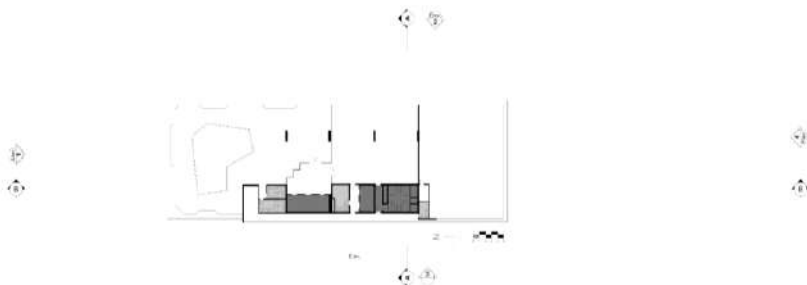
Figura 06: Pavimento-tipo Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.



Figura 07: Coberta Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

Interações Funcionais

No que diz respeito às circulações horizontais, pelo fato do hotel ter um programa relativamente complexo, é importante diferenciar as rotas utilizadas por hóspedes das utilizadas por funcionários. Amplos corredores são destinados para o uso dos hóspedes, geralmente posicionados na borda oeste da edificação, como no caso do térreo, onde ocorre uma conexão entre a recepção e as salas de convenções, os acessos aos restaurantes no primeiro e segundo pavimento e, ainda, a circulação do pavimento-tipo. Já nas circulações horizontais que conectam os espaços de trabalho e organização do hotel, eixos horizontais de circulações muitas vezes não são bem definidos, o que pode ser justificado pela necessidade de interações diretas entre os ambientes, como cozinhas, frigoríficos e depósitos.

Sobre as circulações verticais, diferenciam-se os elevadores sociais dos de serviço e existe uma caixa da escada que conecta todos os pavimentos. As outras circulações verticais presentes são a escada do estar



do térreo como caminho de acesso ao restaurante do primeiro pavimento e, ainda, as rampas de acesso ao estacionamento.

Em relação à tipologia funcional, verifica-se que o Hotel Gran Marquise conserva estratégias projetuais gestadas no Movimento Moderno, como a racionalização e setorização do programa, visíveis no arranjo das unidades habitacionais, bem como nas interações funcionais, aparentes na definição racional das circulações verticais e horizontais, claramente expressas na própria volumetria do edifício. Aliás, a modernidade dos hotéis remonta a exemplares históricos. Para Paiva (2021):

"Em relação à configuração do pavimento tipo: nesses níveis estavam distribuídas as unidades de hospedagem, comumente agrupadas duas a duas com as áreas de banheiro contíguas a fim de otimizar as instalações sanitárias e os shafts. A circulação horizontal se desenvolvia por longos corredores que conduziam aos quartos e se articulavam à circulação vertical (a princípio as escadas e, no século XX, os elevadores), como se verificava no Hotel Statler (1907-1911), em Buffalo, Nova Iorque" (PAIVA, 2021, p. 16).

No que se refere à inserção urbana, verifica-se no projeto do Hotel um interesse em promover uma maior integração com a via e a paisagem, assimilando assim as tendências pós-modernas e se distanciando das soluções de implantação preconizadas pela arquitetura moderna que, de modo geral, valorizava o isolamento da edificação em relação ao contexto urbano pré-existente.



Quanto à tipologia formal, serão analisados os parâmetros de composição/linguagem e o sistema construtivo:

Composição/Linguagem

Na composição deste edifício, destaca-se a verticalidade traduzida na repetição do pavimento-tipo em “T” e o que diz respeito à sua proporção em relação ao embasamento, desenho de fachadas e materialidade. Menciona-se o escalonado presente na fachada norte, no qual as varandas abertas das suítes se desenvolvem para a formação de um pano de vidro presente até o coroamento da edificação.

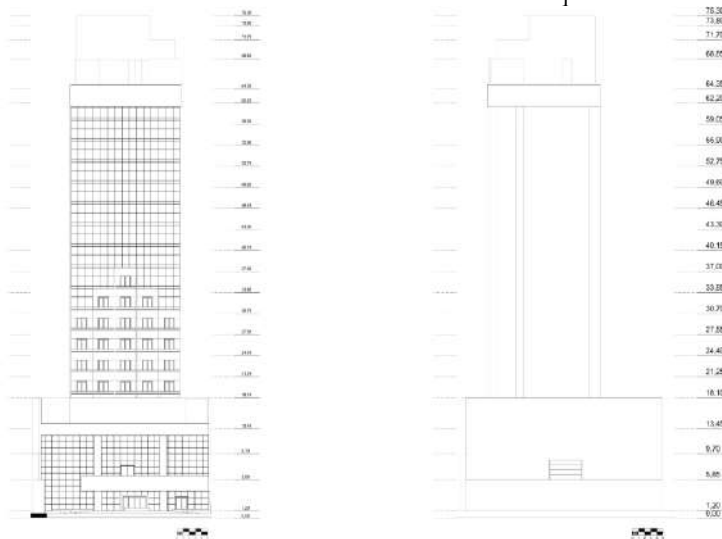
Esse formalismo proposto para a fachada principal do hotel indica a assimilação da linguagem da arquitetura pós-moderna, uma vez que não se verifica o princípio de que a forma segue a função que, em tese, redundaria em um desenho de vedações único e contínuo. Ao contrário, opta-se por fragmentar a composição da fachada, mesclando o uso da varanda, tão recorrente na cultura arquitetônica local, com o emprego de uma cortina de vidro.

Nas outras fachadas, a materialidade da cerâmica como revestimento das paredes de alvenarias se destaca, mesmo havendo esquadrias e aberturas, como no caso da fachada leste, na qual janelas de vidro são utilizadas nas unidades habitacionais. As fachadas oeste e sul são as mais opacas, o que pode ser entendido como resultado da busca pela



proteção da insolação, uma vez que estão expostas ao poente e por serem espaços de serviços na distribuição do programa.

Figura 08: Fachada Norte e Fachada Sul do Hotel Marquise

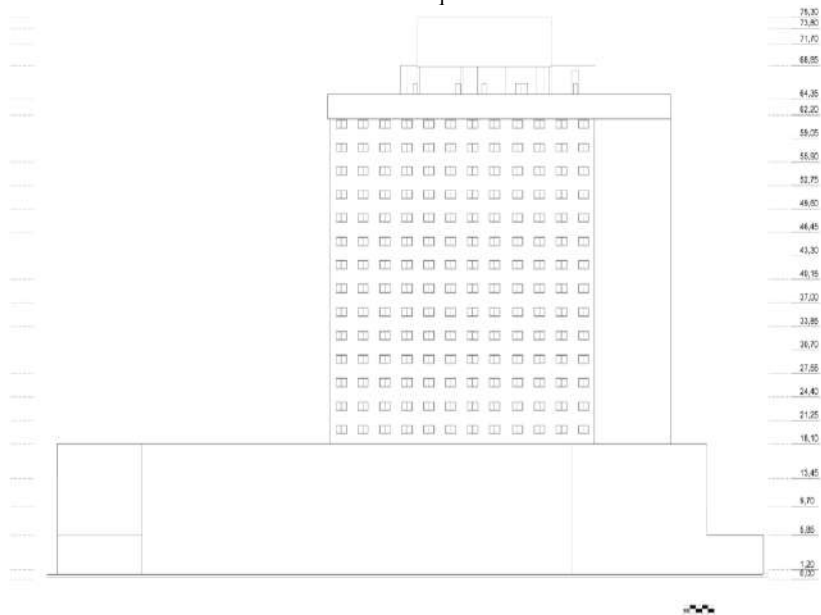


Fonte: Redesenhado pelo autor

Sobre o embasamento, como ocorre a ocupação total do terreno, destaca-se a fachada norte de acesso principal da edificação pela Av. Beira Mar, que também conta com um pano de vidro, pilares em cujas bases foram construídos espelhos d'água e as marquises, que contam com a forte presença da materialidade da cerâmica. É importante destacar que o abandono do concreto aparente na fachada demonstra um afastamento da linguagem moderna e o uso do revestimento cerâmico passa a ser um recurso para compor a fachada de modo mais livre e independente da estrutura.

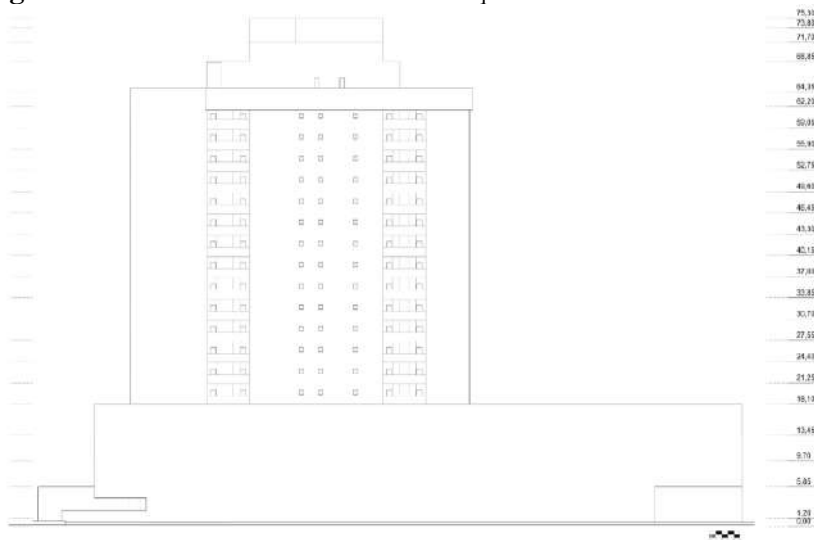


Figura 9: Fachada Leste Hotel Gran Marquise.



Fonte: Redesenhado pelo autor.

Figura 10: Fachada Oeste Hotel Gran Marquise



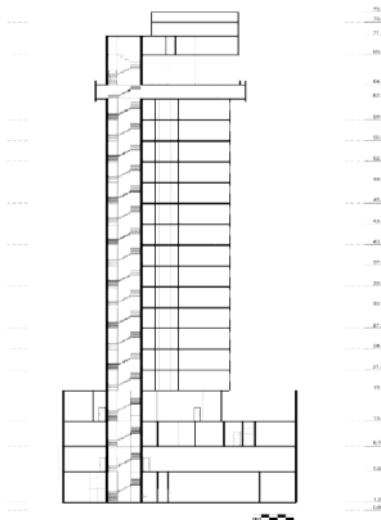
Fonte: Redesenhado pelo autor.



Sistema Construtivo

O edifício adotou a solução estrutural do concreto armado, percebendo-se nos três primeiros pavimentos a presença de pilares com tamanhos diversos que não seguem necessariamente uma modulação. A partir do quarto pavimento, o de serviço, que tem uma planta de formato semelhante ao do pavimento-tipo, acontece uma transição na distribuição dos pilares, resultando na diminuição das suas dimensões para que correspondam às larguras das paredes de alvenaria, seguindo uma modulação de 7,7 m por 7,2 m. Fundamental mencionar que as caixas de circulações verticais, dos elevadores e escadas são estruturais. Ainda que a solução construtiva empregada no hotel herde a estratégia de independência entre estrutura e vedação, esses princípios não são evidentes, como os utilizados no modernismo arquitetônico, em que se busca, de forma didática, explicitar a solução estrutural e a vedação (alvenarias e esquadrias).

Figura 11: Corte AA Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

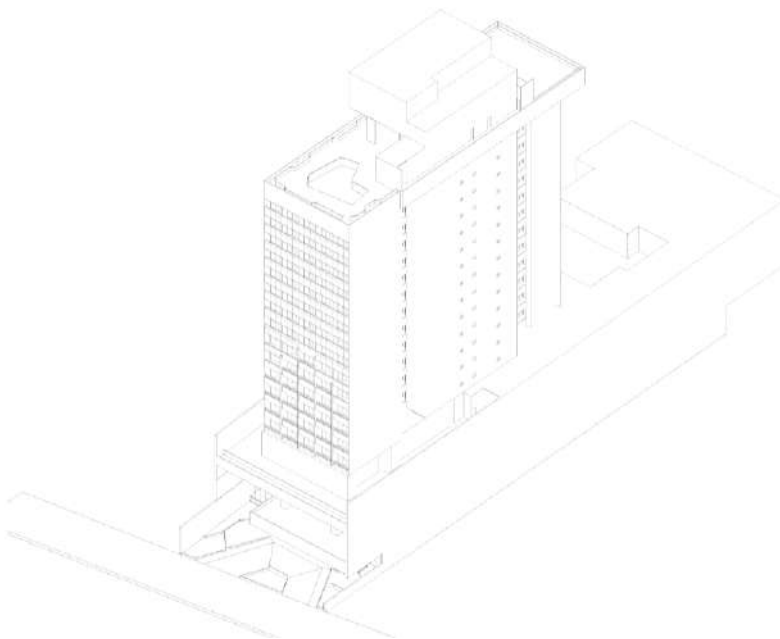


Figura 12: Corte BB Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

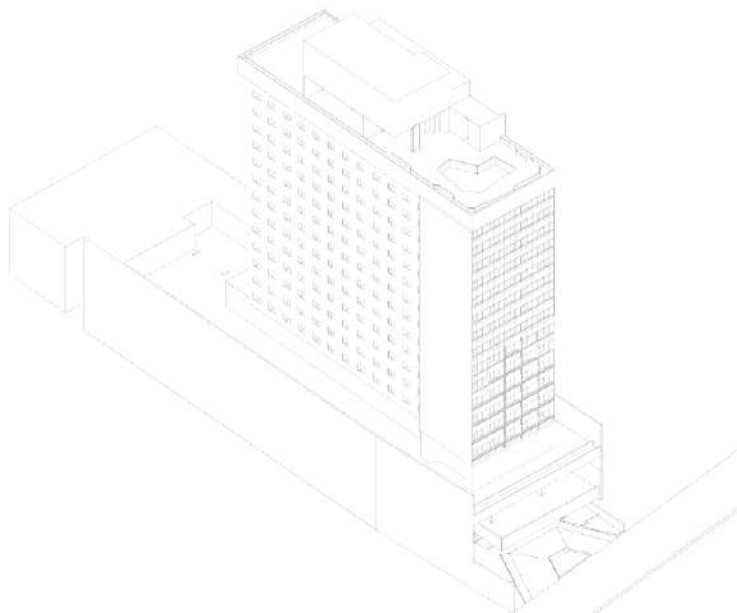
Figura 13: Isométrica 01 Hotel Gran Marquise





Fonte: Redesenhado pelo autor.

Figura 14: Isométrica 02 Hotel Gran Marquise



Fonte: Redesenhado pelo autor.

Em relação à tipologia formal, verifica-se que o Hotel Gran Marquise se afasta dos princípios fundamentais do Movimento Moderno e adota uma solução formalista que busca, em grande medida, conferir identidade ao edifício, recorrendo à uma composição menos abstrata e adotando um arranjo de filiação mais tradicional, ainda que ressignificada.

Externamente, o arranjo plástico está marcado pela simplicidade e parcimônia de formas, materiais e cores, seguindo o clássico esquema tripartido retomado principalmente pelos pré-modernos e modernos, que destaca base, torre e coroamento como partes funcionais distintas da construção. Varandas escalonadas reentrantes se combinam à pele de vidro para definir a fachada mais importante,

contrastando com as demais superfícies, mais fechadas ou particularizadas pelo ritmo uniforme das aberturas. O revestimento cerâmico, pouco utilizado nos prédios das imediações, garante maior durabilidade às paredes, protegendo-as especialmente da maresia, e colabora para finalizar a aparência do edifício, destacando-o discretamente de sua vizinhança (PROJETO, 1994).¹

Considerações Finais

Esse artigo constitui um fragmento de uma pesquisa maior, na qual estão sendo analisados outros meios de hospedagem contemporâneos construídos a partir da década de 1980 em Fortaleza. Busca-se contribuir para a reflexão sobre a produção da arquitetura pós-moderna, sendo essencial o estudo acerca do *tipo* na arquitetura para aplicação da metodologia.

O redesenho digital foi importante ferramenta para interpretação e geração de diferentes informações do hotel Gran Marquise, principalmente no que diz respeito à sua volumetria, materialidade, fluxos e estrutura. Verifica-se que a produção da arquitetura não se desvincula dos contextos sociais (econômicos, políticos e cultural-ideológicos) em que se insere.

No caso de Fortaleza, o incremento da atividade turística e consequentemente da hotelaria, suscitou transformações na produção da arquitetura, bem como a assimilação de novas posturas arquitetônicas que,

¹ José e Francisco Nasser Hissa: Caesar Park Hotel, Fortaleza: Composição clássica. Publicada originalmente na revista PROJETO edição 173 - abril 1994



conscientemente ou não, repercutiram nas soluções de projeto. Por fim, o Hotel Gran Marquise, como um lugar por excelência de/para o consumo, constitui uma das primeiras expressões da arquitetura pós-moderna em Fortaleza, sendo relevante objeto de estudo para compreender a relação entre turismo e arquitetura.



REFERÊNCIAS

ARGAN, Giulio Carlo. Sobre a tipologia em arquitetura. **Uma nova agenda para a arquitetura**. Antologia teórica (1965-1995). São Paulo, 2006.

ARAÚJO, Adriana Castelo Ponte de. **Arquitetura e Educação Profissional: Perspectiva Histórica de Modernização das Escolas Técnicas Federais do Brasil de do Ceará (1909 – 1999)**. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2022.

BASTOS, Maria Alice Junqueira; ZEIN, Ruth Verde Zein. **Brasil: arquiteturas após 1950**. São Paulo, Editora Perspectiva, 2011.

CONHEÇA o Hotel Gran Marquise, um dos melhores hotéis de Fortaleza. **Grupo Marquise**. Fortaleza, 29 de setembro de 2017. Disponível em: < <https://grupomarquise.com.br/noticia/conheca-o-hotel-gran-marquise-um-dos-melhores-hotéis-de-fortaleza>>. Acesso em: 08 de março de 2023.

GRAN Marquise celebra 25 anos. **Portal Eventos**. Fortaleza, 7 de dezembro de 2017. Disponível em: < <https://www.portaleventos.com.br/news/Gran-Marquise-celebra-25-anos>>. Acesso em: 08 de março de 2023.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna: Uma Pesquisa sobre as Origens da Mudança Cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 1989.

PAIVA, Ricardo Alexandre. **Teoria e prática no ensino da Arquitetura e Urbanismo**. Seminário Ensino Arquitetura e Urbanismo. São Paulo, 2007.

PAIVA, Ricardo Alexandre; DIÓGENES, Beatriz. **Caminhos da arquitetura moderna em Fortaleza: A contribuição dos Arquitetos José e Francisco Nasser Hissa**. 4º Seminário Ibero-americano Arquitetura e Documentação. Belo Horizonte, 2015.

PAIVA, Ricardo Alexandre; SOARES, Thaís Silveira. **Notas sobre Turismo e Arquitetura na Região Metropolitana de Fortaleza**. XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Rio Grande do Norte, 2015.

PAIVA, Ricardo Alexandre. O hotel na modernidade: metamorfoses de uma tipologia arquitetônica híbrida | The hotel in modernity: metamorphoses of a hybrid architectural typology. **Oculum ensaios**, v. 19, p. 1-23, 2021.

SEGAWA, Hugo. **Arquiteturas no Brasil 1900-1990**. São Paulo, Editora da Universidade de São Paulo, 2010.

ROCHA, C.B.O; PAIVA, R.A. TURISMO E ARQUITETURA PÓS-MODERNA EM FORTALEZA: o caso do Hotel Gran Marquise



SOUZA, Marilena Carvalho de. **OS HOTÉIS E A CIDADE: O Caso de Fortaleza.** Dissertação - Universidade Presbiteriana Mackenzie, Fortaleza, 2014

WAISMAN, Marina. **O interior da história: historiografia arquitetônica para uso de latino-americanos.** São Paulo, 2013.

HOTEL MUSEU E A POTENCIALIZAÇÃO DO TURISMO CULTURAL: UMA PROPOSTA PARA VIDEIRA (SC)

02

FELISBERTO, Lara Lima

Arquiteta e Urbanista (Unoesc – Campus Videira). Especialista em Patrimônio Arquitetônico e Urbano (Unileya). Mestranda em Arquitetura e Urbanismo na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atua nas linhas de pesquisa Edificações Históricas de Santa Catarina (Unoesc) e Arquitetura da Cidade, Gestão e Planejamento Urbano (UFSC).

BIASI, Juliana Aparecida

Arquiteta e Urbanista (PUC-PR). Especialista em Gestão de Projetos (PUC-PR). Mestre em Engenharia Civil (UTFPR). Docente na Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc – Campus Videira). Tem experiência nas áreas de Arquitetura e Urbanismo e Ensino, com ênfase em projetos, consultoria, gestão de projetos e obras nas subáreas de arquitetura, urbanismo, interiores e arquitetura paisagística.

HOTEL MUSEU E A POTENCIALIZAÇÃO DO TURISMO CULTURAL: UMA PROPOSTA PARA VIDEIRA (SC)

Lara Lima Felisberto
Juliana Aparecida Biasi

O turismo brasileiro apresenta grande potencial de expansão devido à sua rica biodiversidade, patrimônios naturais, culturais e notável acervo de exemplares arquitetônicos e históricos. Diante da apreciação pelos artefatos históricos e culturais, surge o termo “turismo cultural”, o qual define o objetivo da atividade turística como uma forma exclusiva de aprendizado da cultura do local a ser visitado.

A cidade de Videira está localizada no estado de Santa Catarina e apresenta colonização predominante alemã e italiana. A história do município se desenvolveu a partir dos trilhos da ferrovia, que trouxeram colonizadores para trabalho e facilitaram o crescimento populacional. Nos dias de hoje, Videira expõe uma variedade de ícones turísticos que refletem sua história e mostram as raízes desta colonização, tendo um conjunto significativo de exemplares na região denominada “eixo cultural”, que relevante o desenvolvimento de exemplares arquitetônicos responsáveis por atrair o público que realiza turismo cultural.

Um dos equipamentos turísticos que pode potencializar a realização de turismo cultural em uma determinada localidade é o hotel museu. A tipologia consiste em estabelecimento responsável por unir as



características de um empreendimento hoteleiro (hospedagem, alimentação e hospitalidade) e um acervo cultural, antigo ou atual que represente o local a ser visitado e a cultura da sua população.

O objetivo do seguinte trabalho é elaborar um anteprojeto arquitetônico de um hotel museu para a cidade de Videira (SC) que proporcione hospitalidade e resgate da história local, destacando a base histórica de sua colonização e elementos presentes na área de turismo “eixo cultural”.

O Turismo Cultural

O turismo por si só pode ser entendido como um ato cultural, visto que a prática de visitar lugares distintos é uma expressão cultural. Do ponto de vista filosófico, toda a prática turística é cultural, pois proporciona o contato intercultural entre pessoas, povos e grupos (PEREIRO, 2009).

Entretanto, para não classificar todo tipo de turismo como cultural, é necessário levar em conta alguns aspectos. O conceito poderia ser simplificado apenas como uma viagem por motivos unicamente culturais e educativos. Entretanto, também não é uma definição consensual (PEREIRO, 2009).

Como reconhecimento de que a concepção deste conceito é ampla, a Organização Mundial do Turismo (OMT), propôs uma definição que sugere que o turismo cultural abrange:



[...] movimentos de pessoas em busca de motivações essencialmente culturais, tais como excursões de estudo, teatralizações e excursões culturais, viagens para festivais e outros eventos culturais, visitas a localidades e monumentos, viagens para estudar a natureza, folclore e ou arte e peregrinações. O aspecto central nessa definição é que o turismo cultural envolve “essencialmente motivações culturais. (RICHARDS, 2009, p.10)

Portanto, o conceito de turismo cultural pode ser definido como aquele no qual o visitante procura conhecimento acerca da história do local visitado, dos hábitos e costumes da sua população, da história das suas obras de arte e seus patrimônios. Considera-se visitante, inclusive, os moradores da localidade, os quais também podem demonstrar interesse em conhecer o local que habitam (RICHARDS, 2009).

O Ministério do Turismo, por sua vez, define turismo cultural como

[...] as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais de cultura (BRASIL, 2010, p.15).

Entretanto, ainda é vasta a discussão acerca do conceito do tema, nem todo o consumo cultural realizado em uma viagem pode ter estímulos culturais, como por exemplo a perspectiva de que o turista pode ter realizado uma viagem com o objetivo de visitar a praia e como choveu acabou realizando uma visita a um museu. Esse tipo de turista cultural, “por acidente”, apresenta motivação distinta dos turistas “aficionados por



cultura” que realizam a viagem apenas com a intenção de estar em contato com manifestações culturais específicas (RICHARDS, 2009).

Turismo Cultural em Santa Catarina

O desenvolvimento do turismo no estado de Santa Catarina acompanhou a tendência brasileira de crescimento no setor após a segunda guerra mundial. Com destaque inicial, a capital Florianópolis, que no ano de 1980/81 apresentou um crescimento de 890 mil turistas para 3 milhões em 1989/90, com visitas estrangeiras em foco. Entretanto, é importante salientar que nem todos esses números se referem especificamente ao turismo cultural (LINS, 1993).

O restante do estado apresenta predominante cultura europeia, com ênfase na italiana e alemã como por exemplo a arquitetura enxaimel de Blumenau e o estilo austríaco aplicado em Treze Tílias. Também é possível observar exemplares de museologia que guardam histórias como a da Guerra do Contestado, no museu do Contestado em Caçador, ou que ilustram a cultura específica de um local, como o Museu do Vinho em Videira, que abrange a tradição vitivinicultora da cidade.

A Cidade de Videira e Seus Potenciais Turísticos

Videira é um município do meio oeste do estado brasileiro Santa Catarina. Está localizado a aproximadamente 381 km da capital do estado e integra a região denominada de Vale do Rio do Peixe.

Figura 01 - Localização de Videira no estado de Santa Catarina

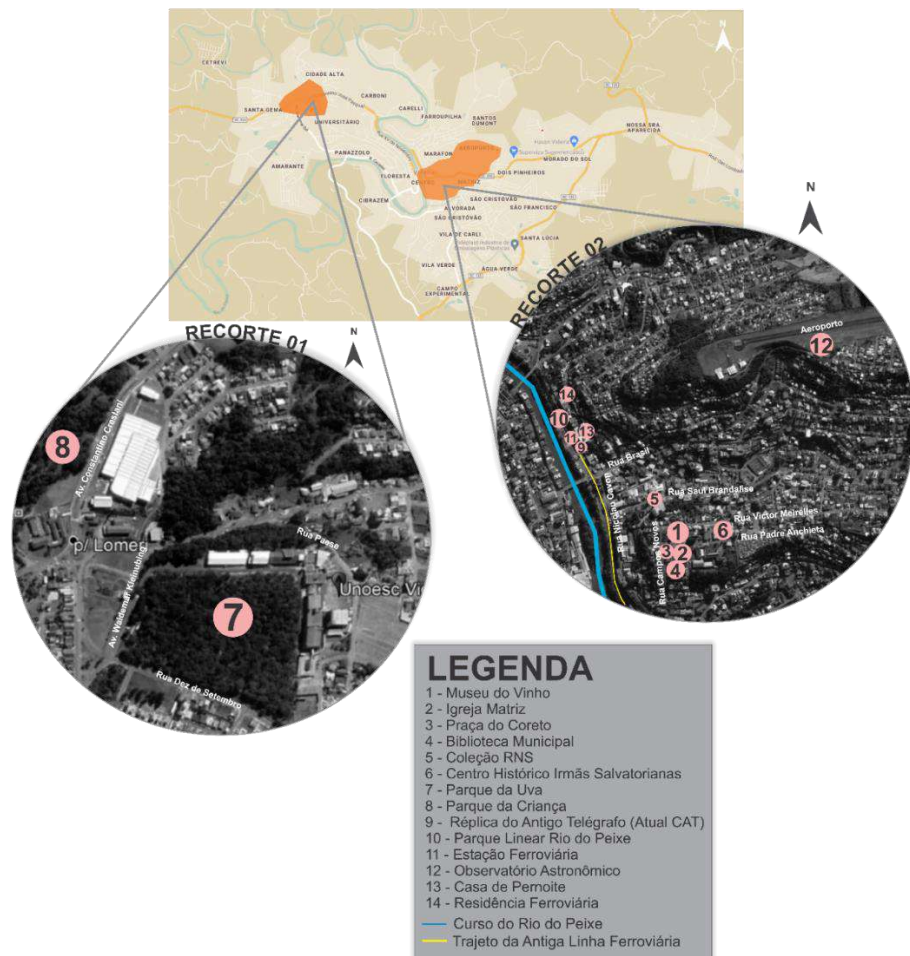


Fonte: As autoras (2022)

O desenvolvimento do turismo na cidade de Videira acontece em torno de suas raízes colonizadoras, tendo como ponto de partida o ano de 1918. Foi nesse ano que ocorreu a chegada dos imigrantes italianos e alemães, devido à construção da Estrada de Ferro São Paulo – Rio Grande (EFSPRG). Em 1921, a cidade teve o seu nome alterado, sendo dividida entre os dois lados do Rio do Peixe – o lado da margem esquerda era denominado Vitória e o lado direito, Perdizes. Mais tarde, em 1943, o nome do município foi alterado para Videira, pela sua significativa produção vitivinicultora (SCAPIN, 1997).

Nos dias de hoje, Videira é considerada a capital do vinho, da uva e do espumante, além de ser o berço da empresa Perdigão, atual BRF. Dentre as principais atividades econômicas do município destacam-se os setores industrial, agrícola e comercial. No campo da fruticultura apresentam relevância o pêssigo, a ameixa e as uvas, e no setor pecuário os suínos, aves e bovinos do leite. Do ponto de vista comercial, os pontos significativos são as indústrias de suco e as cantinas de vinho (VIDEIRA, *on-line*).

**Figura 02 - Mapa Geral de Localização de Pontos Turísticos
MUNICÍPIO DE VIDEIRA**



Fonte: Adaptado do google maps pelas autoras (2022)


Os principais pontos da cidade de Videira estão localizados nos arredores dos bairros Centro e Matriz, onde está o Eixo Cultural – Área Turística formada pelos equipamentos: Igreja Matriz, Museu do Vinho Mário de Pellegrin, Centro Histórico das Irmãs Salvatorianas (Localizado no Colégio Salvatoriano Imaculada Conceição), Coleção de Carros






Antigos Rubi Nelson Skalee e a Praça do Coreto – também é possível observar destaques próximos ao bairro Universitário, conforme figura 02.

Levando em consideração os pontos mostrados no mapa, o quadro 02 apresenta uma breve descrição sobre cada um dos pontos de destaque no município de Videira segundo a Secretaria Municipal de Turismo.

Quadro 02 – Pontos Turísticos de maior relevância na cidade de Videira (SC)

Ponto Turístico	Imagem	Descrição
Museu do Vinho Mário de Pellegrin	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	O Museu do Vinho foi fundado em 1931 com a chegada dos primeiros padres salvatorianos na cidade. O objetivo era utilizar a edificação para a sede da primeira paróquia da cidade. A prefeitura adquiriu o local em 1983, realizou a restauração e tombou como patrimônio de nível estadual (Decreto nº 5.911 de 21/11/2002).
Igreja Matriz Imaculada Conceição	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	A igreja Matriz Imaculada Conceição foi idealizada pelo pároco Pe. Clemente Pinto e construída pela comunidade. Seu nome é dado devido à padroeira da cidade de Videira. Teve sua primeira missa realizada no ano de 1942 como memória das vítimas da Segunda Guerra Mundial. Apresenta destaque a imagem da padroeira de 2,85 m de altura executada pelo Atelier Roche e Mayer. Esteve em processo de completa restauração entre os anos de 2011 e 2013 e hoje encontra-se finalizada.







Praça do Coreto	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>A praça abriga o coreto, símbolo histórico da cidade de Videira. Sua construção ocorreu no ano de 1994 e representa uma réplica da que se localizava onde atualmente está a Igreja Matriz Imaculada Conceição. Nos dias de hoje, recebe apresentações de concertos e bandas locais.</p>
Biblioteca Municipal Euclides da Cunha	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>A Biblioteca Municipal teve sua construção iniciada em 1987 e finalizada em maio de 1988. O projeto é dos arquitetos Ademir Bogoni e Eneias Schuler, foi inaugurada pelo prefeito Gabriel Bogoni. Nos dias de hoje apresenta em seu acervo aproximadamente 12.000 exemplares incluindo livros, revistas e jornais.</p>
Coleção RNS	 <p>Fonte: Videira (<i>on-line</i>)</p>	<p>A Coleção Rubi Nelson Skalee (RNS) apresenta um acervo de veículos fabricados a partir do ano de 1925 até os dias atuais, contendo automóveis, tratores e motocicletas. A exposição mostra a paixão do colecionador Rubi Nelson Skalee por veículos. O espaço privado e sem fins lucrativos foi inaugurado em 15 de abril de 2016 (VIDEIRA, <i>on-line</i>).</p>



Centro Histórico Irmãs Salvatorianas	 <p>Fonte: Videira (<i>on-line</i>)</p>	<p>O Centro Histórico Irmãs Salvatorianas está localizado próximo às dependências do Colégio Salvatoriano Imaculada Conceição. O centro conta com uma exposição de peças históricas que registram o início da vida salvatoriana em terras brasileiras, a qual iniciou-se em 1936 com a chegada de cinco Irmãs Salvatorianas da Alemanha que iniciaram suas atividades no campo educacional. O acervo foi inaugurado em 27 de novembro de 2017 (VIDEIRA, <i>on-line</i>).</p>
Parque da Uva	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>O Parque da Uva é um grande símbolo da cidade de Videira. É nele que ocorre o Festival do Vinho e outros eventos importantes do município. Apresenta 120 mil metros quadrados de área incluindo reserva ambiental de plantas nativas como o pinheiro araucária.</p>
Parque da Criança	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>O Parque da Criança apresenta uma área total de 60 mil metros quadrados destinada ao lazer do público infantil. Sua fundação ocorreu em 13 de agosto de 1997 pelo prefeito Gabriel Bogoni.</p>



Réplica do Antigo Telégrafo (Atual CAT)	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>O telégrafo original servia como principal meio de comunicação entre as estações ferroviárias, principalmente nos anos de 1940 quando acontecia a segunda guerra mundial. A réplica do telégrafo foi inaugurada no ano de 2004 em homenagem aos 60 anos do município de Videira. Em 2018 o local tornou-se a base do Centro de Atendimento ao Turista (CAT) com a função de preservar importante parte da história do município.</p>
Parque Linear Rio do Peixe	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>Inaugurado em 2018, o Parque Linear do Rio do Peixe conta com uma variedade de equipamentos a atividades para públicos de diversas idades e interesses, além de monumentos que ilustram a história do município. Seu desenvolvimento aconteceu próximo aos trilhos da ferrovia para atrelar a memória e os monumentos principais de Videira ao seu atual desenvolvimento.</p>
Estação Ferroviária	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	<p>O prédio da estação ferroviária teve a sua construção iniciada no ano de 1940, a qual possibilitou a vinda dos imigrantes italianos e alemães para a cidade, dando início a sua colonização. Nos dias de hoje o edifício abriga estabelecimentos de atividades de lazer e comércio.</p>

Observatório Astronômico Domingos	 <p>Fonte: As autoras (2022)</p>	O observatório astronômico tem como objetivo a disseminação do estudo científico e permite aos seus visitantes que observem o universo. Surgiu no ano de 2003 por meio de uma parceria entre a administração municipal e a Fundação de Apoio à Pesquisa Científica e Tecnológica do estado de Santa Catarina.
--------------------------------------	---	---

Fonte: As autoras (2022)

Ao analisar os pontos turísticos apresentados, é possível observar que a cidade de Videira conta com significativo acervo turístico histórico, principalmente sobre fatores que ilustram as raízes de sua colonização italiana e alemã, vindas com a implantação da Estrada de Ferro São Paulo-Rio Grande (EFSPRG). A arquitetura religiosa também fica visível no destaque à Igreja Matriz e a influência do grupo de padres e irmãs salvatorianas em edificações como o Museu do Vinho (antiga casa canônica) e o acervo das irmãs salvatorianas. Além disso, ainda é possível observar pontos que incentivam as atividades educacionais e científicas, como o observatório, e também espaços de lazer, como os parques. Esse conjunto de edificações apresentadas ilustram o potencial turístico da cidade de Videira.

Proposta de Anteprojeto de Hotel Museu em Videira

A proposta de hotel museu para a cidade de Videira pretende potencializar o turismo cultural na cidade que dispõe de considerável acervo de exemplares, como apresentado anteriormente.



O hotel pretende unir um acervo cultural da cidade com hospedagem, dispondo de um espaço apenas para exposições com fotografias e demais itens pertinentes à história de Videira, além de propor uma exposição temporária para artistas locais terem visibilidade.

Análise de Público Alvo

Para definir o público alvo do hotel museu, foi realizada a análise dos turistas que visitam a cidade de Videira ao longo do ano, bem como o público local que também pode demonstrar interesse em visitar o museu. O turismo na cidade está ligado com seus bens culturais e gastronômicos (vinícolas e restaurantes). Além disso, a cidade costuma receber escolas de outros municípios para fins educativos, os quais visitam, em sua maioria, o Museu do Vinho e o Observatório Astronômico, conforme dados apresentados anteriormente nesta pesquisa.

Portanto, o trabalho a seguir será voltado para o público que realiza turismo cultural, tanto adultos, famílias, escolas ou visitantes que desejem descansar e apreciar a gastronomia local. Sendo assim, o hotel oferecerá áreas de aprendizado da cultura, espaço de exposição contemporânea de artistas locais, assim como restaurante e locais destinados ao descanso do hóspede.

Além do público turístico, visitantes exclusivos do museu e da galeria e hóspedes do hotel, a edificação também contará com o público de *staff* (permanente) que engloba o setor de serviços, funcionários e



administrativo, o hotel também contará com os terceirizados e prestadores de serviços com acesso controlado.

Análise da Área de Intervenção

O terreno (Figuras 03 e 04) está localizado ao norte na rua Victor Meirelles, ao oeste na rua Artur Formigheri e ao sul na rua Padre Anchieta, no bairro Matriz da cidade de Videira. A área apresentada é de 2.917,00 m². O lote ainda dispõe de uma parte edificada de uso para depósito que apresenta 454,06 m², a qual conforme mapa cadastral da prefeitura.

Figura 03 – Terreno



Fonte: Adaptado pelas autoras de *Google Earth* (2022)



Figura 04 – Vistas do terreno 01

ÂNGULO 01



ÂNGULO 02



ÂNGULO 03



ÂNGULO 04



VISTA PANORÂMICA (ÂNGULO 01)



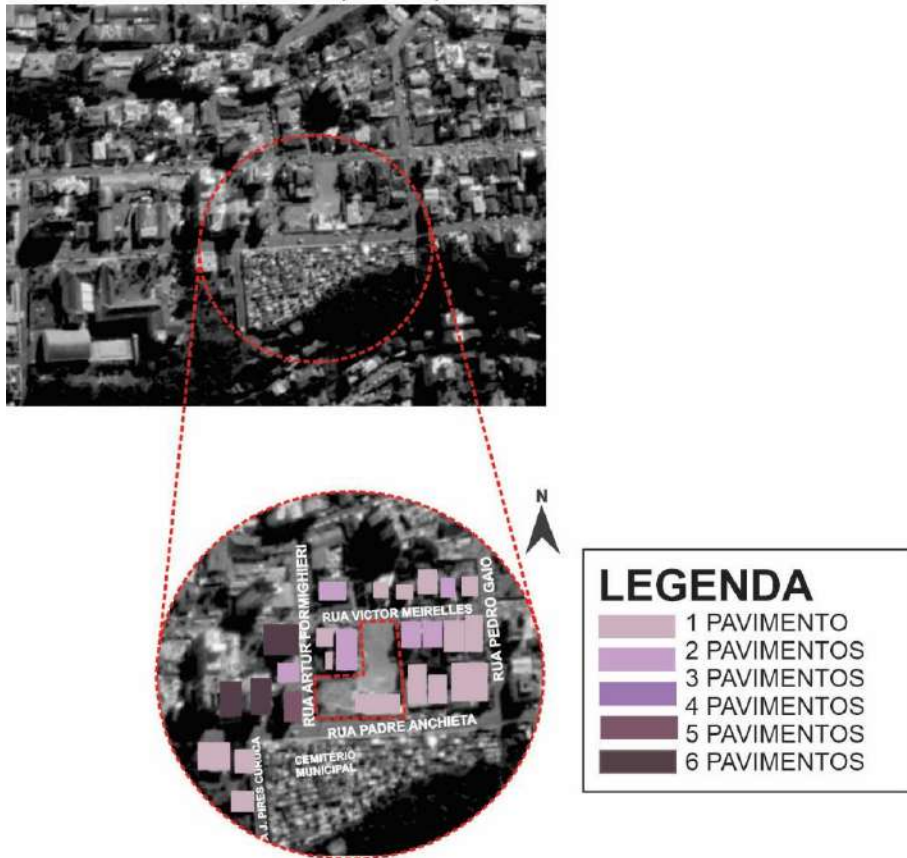
Fonte: As autoras (2022)

Apesar de estar localizado em uma área com potencialidades turísticas, o terreno apresenta em seu entorno algumas edificações



residenciais de um ou dois pavimentos, além de também dispor de alguns edifícios multifamiliares residenciais de cinco ou seis pavimentos, como é possível observar no mapa de gabarito da figura 05.

Figura 05 – Mapa de gabarito do entorno do terreno
BAIRRO MÁTRIZ (PARTE)



Fonte: Adaptado pelas autoras de *Google Maps* (2022)

Além das residências e edifícios, o terreno também está posicionado próximo ao estabelecimento comercial “Livreria Real”, ao cemitério municipal e aos pontos de interesse turístico: Igreja Matriz, Museu do Vinho, Praça do Coreto e o Centro Histórico das Irmãs



Salvatorianas, que está localizado no Colégio Salvatoriano Imaculada Conceição, como é possível observar na figura 06.

Figura 06 - Entorno do terreno



Fonte: Adaptado pelas autoras de *Google Earth* (2022)

Por estar inserido em um bairro próximo ao centro, o terreno apresenta seus limites com duas ruas coletoras e uma rua arterial, indicando a possibilidade de movimentação, além de também estar próximo a outra via arterial da cidade, a Rua Saul Brandalise. Esse fator de localização pode ser considerado positivo, pois estar em um lugar próximo ao centro facilita a chegada ao local por usuários de outras cidades. A figura 07 mostra como acontece a hierarquia viária das ruas próximas do terreno.

Figura 07 – Hierarquia viária do entorno do terreno



Fonte: Adaptado pelas autoras de *Google Maps* (2022)

Programa de Necessidades e Pré-Dimensionamento

O programa de necessidades estabelece os cômodos que a edificação irá necessitar e o pré-dimensionamento define as áreas médias que serão utilizadas para cada um dos ambientes. O pré-dimensionamento do anteprojeto de hotel museu a ser elaborado contou com consulta bibliográfica ao livro *Arte de Projetar em Arquitetura* (NEUFERT, 2019) e análise dos estudos de caso anteriormente apresentados.

Para melhor compreensão do dimensionamento, o hotel foi dividido em dez setores. O setor de garagem e estacionamento abrange as vagas de veículos pertinentes aos carros e ônibus dos hóspedes, dos visitantes do restaurante e do museu. O setor de museu compreende os ambientes destinados à galeria e exposição e seu público. O setor de áreas comuns são os que abrangem públicos distintos, contando com hóspedes e permitindo a entrada controlada de público externo. O setor de convivência de hóspedes abrange os espaços destinados somente para lazer e descanso do público que está hospedado no hotel. O setor de



equipamentos e instalações compreende a área técnica em que estão os reservatórios de água, máquinas de climatização, dentre outros. O setor de funcionários é onde concentram-se os ambientes de circulação e descanso dos funcionários do hotel. O setor de preparo de alimentos engloba o setor da cozinha e equipamentos que formam o mesmo. O setor de lavanderia diz respeito à higienização da rouparia geral do hotel e dos hóspedes. E, por fim, o setor administrativo é onde está concentrada a gerência do hotel e demais funcionários que cuidam da parte administrativa.

A tabela 01 mostra o resultado final das análises e elaboração de pré-dimensionamento e programa de necessidades, apontando qual é a metragem quadrada necessária para cada setor do hotel.

Tabela 01 – Somatório de áreas

SOMATÓRIO DAS ÁREAS	
Setor	Área (m²)
Garagem e estacionamento	577,8
Hospedagem	938,80
Museu	465
Áreas comuns	693,88
Convivência hóspedes	301,15
Equipamentos	216,15
Setor de funcionários	110,81
Lavanderia	105,48
Preparação de alimentos	137,07
Administrativo	57,59
Áreas de circulação, paredes e dutos	1.728,02
Total	5.331,75 m²

Fonte: As autoras (2022)



Descrição da Proposta Arquitetônica

A descrição da proposta pretende definir o conceito e o partido que serão utilizados para a realização do anteprojeto. O conceito compreende a ideia ou intenção a ser apresentada pela edificação, enquanto o partido exemplifica as técnicas que serão utilizadas para executar a ideia inicial do conceito.

Um ciclo é considerado uma série de acontecimentos que ocorrem numa determinada ordem e causam uma transformação que podem trazer de volta ao estado inicial ou não. Um ciclo também representa uma sucessão de acontecimentos que resultam em uma evolução. Várias são as coisas que passam por ciclos, um exemplo são os acontecimentos históricos, que ocorrem de maneira cíclica e na maioria das vezes resultam em uma transformação ou evolução. Considerando o fato de que a instituição hotel museu pretende transformar o seu usuário pelo aprendizado da cultura e da história, o conceito será voltado à ciclo.

Assim como os acontecimentos citados anteriormente, os materiais de construção também representam ciclos da história da arquitetura. Dessa forma, algumas volumetrias das fachadas do hotel museu irão realizar essa demonstração de ciclo dos materiais, no pavimento de subsolo e térreo a representação ocorrerá em volumes revestidos com materiais mais rústicos, como a pedra e os pavimentos acima apresentarão detalhes com materiais contemporâneos, como o metal, a madeira e o vidro. O objetivo dessa representação é mostrar que assim como o usuário se transformará ao entrar no estabelecimento, a



arquitetura também passou por transformações que acarretaram em sua evolução.

Figura 08 - Exemplos de materiais para aplicação do partido arquitetônico
EXEMPLOS DE REVESTIMENTOS EM PEDRA (Pavimentos Inferiores) EXEMPLOS DE APLICAÇÕES EM METAL, MADEIRA E VIDRO (Pavimentos Superiores)



Fonte: Adaptado pelas autoras de *Google Images* (2022)

Proposta de anteprojeto do Hotel Museu em Videira (SC)

O acesso principal do hotel ocorre pela rua Victor Meirelles, onde é possível veículos ou pedestres acessarem o pavimento térreo do edifício. Neste pavimento está localizado o espaço do museu, acesso que também é permitido ao público externo e não somente aos hóspedes. Além do museu, o pavimento térreo também abriga a recepção e área administrativa, sendo o primeiro espaço que os hóspedes passam ao chegarem no local. A rua Arthur Formighieri prioriza o acesso exclusivo ao restaurante por visitantes, o qual também é aberto ao público externo e está disposto para pedestres e veículos. Os acessos de pedestres e veículos da rua Padre Anchieta estão dispostos para comportar o setor de serviços, sendo vagas destinadas aos veículos dos funcionários e veículos



de carga e descarga, assim como acesso de pedestres aos funcionários do hotel.

Figura 09 – Implantação e acessos – por setores

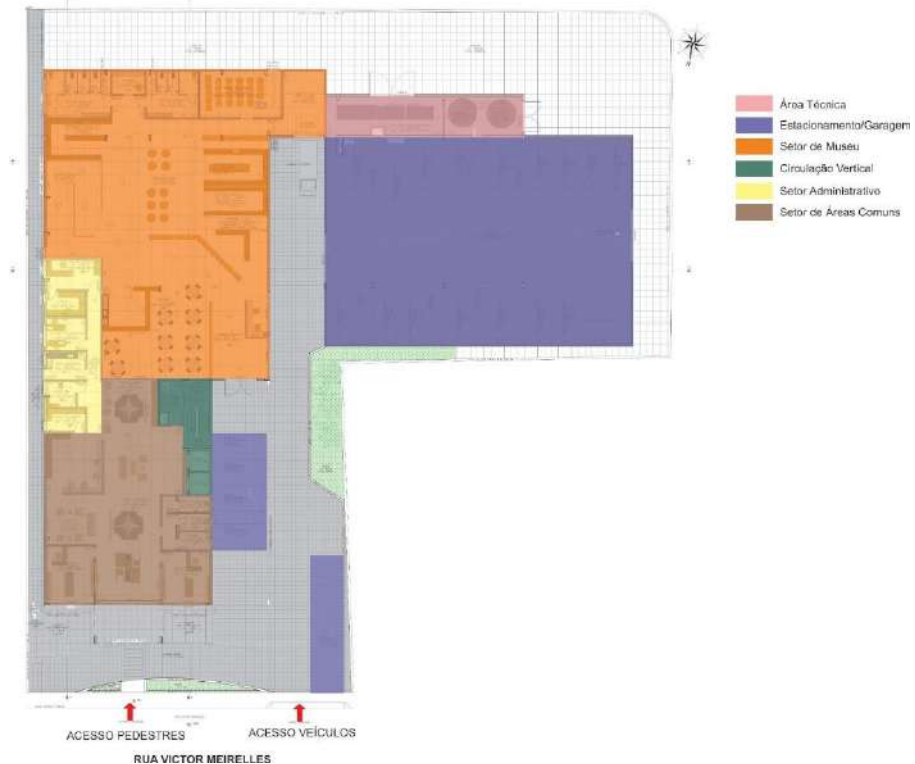


Fonte: As autoras (2022)

O pavimento térreo, como pode ser observado na figura 10, comporta o setor administrativo do hotel, a recepção de hóspedes e a parte de museu e exposições. O museu (Figura 11) contempla um espaço detalhado de exposições fotográficas da história da cidade, sendo dividido através de décadas e percorrido em ordem. Além disso, o espaço também dispõe de um acervo para artistas locais exporem seus trabalhos. Anterior

ao espaço do museu, está localizada uma cafeteria, também aberta ao público.

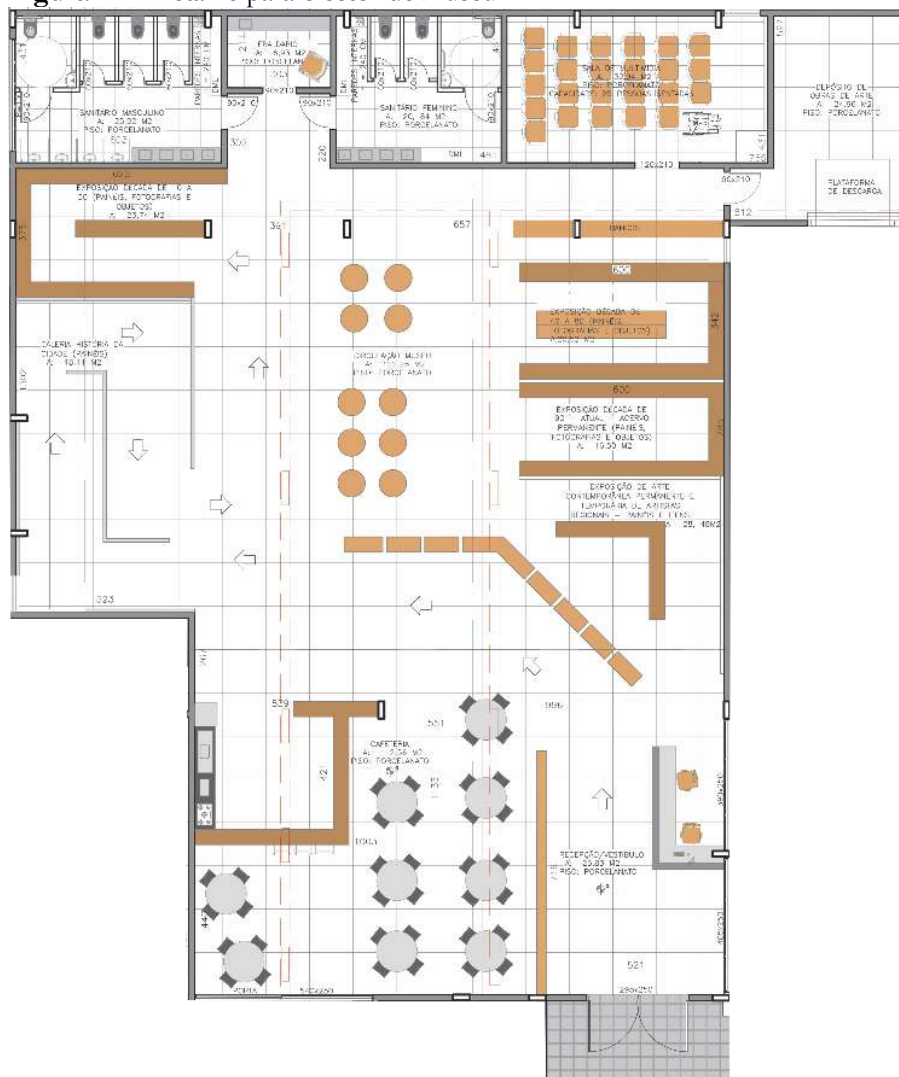
Figura 10 – Pavimento térreo – por setor



Fonte: As autoras (2022)

O primeiro pavimento comporta o setor de serviços, o qual dispõe de cozinha e lavanderia industrial e área técnica. O pavimento também comporta o restaurante do hotel, o qual também é aberto ao público externo.

Figura 11 – Detalhe para o setor de museu



Fonte: As autoras (2022)

Figura 12 – Primeiro pavimento – por setor



Fonte: As autoras (2022)

O segundo e terceiro pavimento englobam o setor de hospedagem e convivência de hóspedes. No segundo pavimento, estão dispostos, além dos dormitórios, os ambientes de lazer para hóspedes, os quais consistem em: galeria privativa, sala de academia e jogos, piscina e biblioteca com espaço co-working. No terceiro pavimento ficam dispostos apenas dormitórios, os quais são elaborados em três formatos: Suíte King Standart, Suíte King Deluxe e Suíte Dupla King.



Figura 13 – Segundo e terceiro pavimento – por setor



Fonte: As autoras (2022)

A figura 14 mostra a proposta arquitetônica final do hotel, que em sua fachada expõe a ideia de ciclos, no pavimento térreo os revestimentos predominantes são materiais mais rústicos como a pedra (exposta nos canteiros) e detalhes nas fachadas também em pedra. Nos pavimentos superiores a predominância de vidro e madeira remete à ideia de materiais mais contemporâneos. Na figura 15 é possível observar a perspectiva interna final das suítes King Deluxe e Dupla King.



Figura 14 - Elevações



Fonte: As autoras (2022).

Figura 15 – Perspectivas Internas



Fonte: As autoras (2022).

Conclusão

A cidade de Videira apresenta relevantes potencialidades turísticas, não somente na área do Eixo Cultural, mas também em outros pontos que estão distribuídos pelo município. Entretanto, a atividade turística ainda não é tão valorizada no município, e muito disso deve-se à falta de infraestrutura e equipamentos de apoio para os visitantes. O



estabelecimento hoteleiro é um dos principais responsáveis para a geração de atividade turística em determinado local.

Em princípio, é possível esperar que a implantação de um modelo hoteleiro voltado ao turismo cultural potencialize o turismo da cidade, pois a cultura é um forte ponto demonstrado pelo município, o que é um dos principais fatores que atraem o turismo. Ademais, a edificação também pretende proporcionar hospitalidade e descanso em meio às obras de arte, outro fator que torna o hotel museu atrativo.

Além disso, a implantação de um exemplar hoteleiro em uma das vias arteriais da cidade contribui para o desenvolvimento da infraestrutura urbana, visto que a área ganhará mais atenção do poder público ao receber turistas nela.

A integração do hotel museu com a cidade tende a ser um ponto positivo para o desenvolvimento do turismo videirense, visando seus potenciais e melhoria de sua infraestrutura, bem como a valorização da cultura.



REFERÊNCIAS

- BRASIL (Ministério do Turismo). **Orientações básicas**: turismo cultural. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: http://antigo.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Turismo_Cultural_Versxo_Final_IMPRESSxO_.pdf. Acesso em: 10 abr. 2021.
- LINS, Hoyêdo Nunes. Herança açoriana e turismo na ilha de Santa Catarina. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, v. 10, n. 14. 1993.
- NEUFERT, Ernst. **Arte de Projetar em Arquitetura**. 19ª ed. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 2019.
- Organização Mundial do Turismo. **Panorama OMT del Turismo Internacional**. 2015. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/>. Acesso: 10 mar. 2021
- PEREIRO, Xerardo. **Turismo Cultural: Uma Visão Antropológica**. 2. ed. Tenerife, Espanha: Editora Passos, 2009. 307 p. v. 1. ISBN 978-84-88429-13-1.
- RICHARDS, Greg. Turismo cultural: Padrões e implicações. In CAMARGO, P.; CRUZ, G. (eds) **Turismo Cultural: Estratégias, sustentabilidade e tendências**. UESC: Bahia, p. 25-48.
- RICHARDS, Greg. Cultural Tourism in Europe. **ATLAS: Association For Tourism And Leisure Education And Research**. Eletronic format, 2005.
- SCAPIN, Alzira. **Videira Nos Caminhos de Sua História**. 1ª ed Videira: Prefeitura. 1997.
- VIDEIRA, Prefeitura Municipal de. **Perfil**. Disponível: <https://www.videira.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaItem/74188>. 2016. Acesso: 30 mar. 2021
- VIDEIRA, Prefeitura Municipal de. (2016). **Pontos Turísticos**. Disponível: <https://www.videira.sc.gov.br/cms/pagina/ver/codMapaItem/79062>. Acesso: 30 mar. 2021

PAIVA, Ricardo Alexandre

graduado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Ceará, mestrado e doutorado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Realizou o Pós Doutorado junto ao IST-Universidade de Lisboa/Portugal e no DOCOMOMO International. É Professor do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará, Coordenador do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design da UFC - PPGAU+D-UFC. Coordena o LoCAU (Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização) do DAU-UFC e como integrante do CILITUR (Cidades Litorâneas e Turismo) do MDU-UFPE. É pesquisador do LABCOM (Laboratório de Comércio e Cidade) da FAUUSP. É Bolsista de Produtividade PQ2 do CNPq.

VIANA, Vitor Vasconcelos

Arquiteto e Urbanista pela Universidade Federal do Ceará e Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design da UFC.

FREITAS, Lilian Vidal

Graduada em Arquitetura e Urbanismo; Universidade Federal do Ceará (UFC).

“SOS” HOTEL NACIONAL DE BRASÍLIA (1961): PATRIMÔNIO MODERNO AMEAÇADO²

Ricardo Alexandre Paiva
Vitor Vasconcelos Viana
Lilian Vidal Freitas

No processo de desenvolvimento da hotelaria no Brasil, verifica-se desde a década de 1950 um ponto de inflexão em relação ao surto de construções de hotéis.

Este incremento do setor hoteleiro se justifica em função dos reflexos da adoção da industrialização como paradigma de desenvolvimento, redundando na implementação da indústria automobilística e na ampliação e profissionalização da aviação comercial no Brasil. As viagens e o turismo de massa se anunciam internacionalmente e são tributários das mudanças sociais e tecnológicas provenientes da industrialização (PAIVA, PAULA e MACIEL, 2016, p. 6).

Constata-se ainda a adoção predominante da linguagem culta da arquitetura moderna, coincidindo com um período de grande prestígio e visibilidade internacional do modernismo arquitetônico no Brasil.

A construção de Brasília foi um marco da industrialização e da modernização do país, assim como redimensionou a geografia dos fluxos de pessoas e mercadorias no período de unificação do mercado nacional,

² Esse artigo é uma versão revisada e atualizada do artigo “O Hotel Nacional (1961) em Brasília: as atividades terciárias e a arquitetura moderna” publicado nos Anais do VI CINNCI – Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade, 2018.



liderado pela Região Sudeste, com São Paulo como polo econômico dominante. Antes mesmo da inauguração oficial da cidade, foi construído em 1958 o Brasília Palace Hotel, projetado por Oscar Niemeyer (1907-2012) para ser um apoio às constantes visitas de autoridades e técnicos aos canteiros de obras da capital. Situado próximo às margens do Lago Paranoá, o hotel estava fora do Setor hoteleiro previsto no Plano Piloto. Posteriormente, Brasília passou a ser um lugar privilegiado para implementação de hotéis com a linguagem moderna, tanto pela necessidade de dotar a nova capital federal de meios de hospedagem, com a previsão no Plano Piloto de dois setores (norte e sul) exclusivos para tal fim, como por representar a apoteose do modernismo arquitetônico brasileiro.

Dentro desse contexto, se insere o Hotel Nacional de Brasília (1961), de autoria do arquiteto carioca Nauro Jorge Esteves (1923-2007) como um dos hotéis pioneiros da nova capital. A inovação do projeto repousa na sua inserção urbana, que embora de características modernas, incorpora uma rua interna (tradicional) de comércio e serviços, além do seu caráter híbrido, ao sintetizar em um mesmo complexo diversos usos e funções.

O Hotel Nacional foi na sua origem propriedade da família Tjurs, ligada à Horsa – Hotéis Reunidos S/A, que administrava a rede Hotel Nacional (com empreendimentos no Rio, São Paulo e Brasília), entre outros. Em 1994, o hotel foi adquirido em leilão por Wagner Canhedo Azevedo, dono da Viação Aérea de São Paulo (Vasp) e da Viação Planalto (Viplan).



Dimensão econômica, política e simbólica: o lugar do Hotel Nacional na construção de Brasília

O desejo de transferir a capital para o interior do país remonta ao século XIX. O discurso de escolha do sítio para construção de Brasília estava atrelado ao desejo de deslocar a capital federal para o interior, realocando-a no centro geométrico do país, historicamente associado ao estágio pouco avançado da urbanização, para assim incrementar o desenvolvimento econômico por meio da ampliação da rede de caminhos rodoviários e aeroviários. Aliado a estes fatores políticos e econômicos, a concepção de Brasília tinha como objetivo atender aos anseios de modernização e consolidação da identidade nacional, sendo a arquitetura e o urbanismo modernos instrumentos e expressão desses valores simbólicos.

A pedra fundamental de uma suposta capital foi lançada em 1922, sob o governo do presidente Epitácio Pessoa, e o seu primeiro plano piloto – Planópolis- apresentado em 1927, por Deodato do Amaral Louly. Houve ainda ao decorrer dos anos outros projetos, como o de Theodoro Figueira, Carmen Portinho e Jalles Machado, nenhum deles executado. As experiências anteriores verificadas na construção de Belo Horizonte (1897) e Goiânia (1933) foram significativas em relação à criação de cidades novas. Para Bruand (2002), no caso de Brasília, as finalidades políticas possuíam primazia em relação às motivações econômicas verificadas nos casos antecedentes.

Em 1956, foi divulgado durante o governo de Juscelino Kubistchek o edital do concurso nacional de anteprojetos para a capital e todo o aparato técnico e administrativo para viabilizar o empreendimento.



Neste contexto, foi criada a Companhia Urbanizadora da Nova Capital, a Novacap, que agregou importantes figuras do modernismo brasileiro, sob a liderança de Oscar Niemeyer, como é o caso de Nauro Esteves, autor do projeto do Hotel Nacional.

A proposta de Lúcio Costa e equipe foi a vencedora e em pouco tempo iniciou-se em ritmo acelerado a realização de Brasília, que embora tenha permanecido por muito tempo como um imenso canteiro de obras, foi inaugurada em 1960.

Ainda que o plano piloto de Brasília evocasse os princípios do zoneamento estrito da Carta de Atenas, influências históricas e reminiscências da urbanística do século XIX estão presentes, sobretudo no Eixo Monumental e no cruzamento com o Eixo Rodoviário, conscientemente projetado para marcar a centralidade da cidade e situar os setores e autarquias públicas, administrativos e terciários, como é o caso dos setores hoteleiros. Estes princípios preconizados no Plano contribuíram sobremaneira para hierarquização das funções urbanas e no uso e ocupação do solo, com fortes implicações simbólicas.

Com a construção da nova capital e os fluxos decorrentes, veio a necessidade de implementar meios de hospedagem. Antes mesmo da inauguração de Brasília, foi construído em 1958 o emblemático Brasília Palace Hotel, de Niemeyer e, posteriormente, em 1961, o Hotel Nacional, que tinha pretensões de funcionar como um hotel de categoria internacional e inaugurar a ocupação do Setor Hoteleiro, servindo de modelo para os posteriores hotéis a serem construídos (Figura 1).



Figura 1: Setorização do Plano Piloto de Brasília, com os setores hoteleiros demarcados em verde, próximos aos setores comerciais (em azul), de diversões (em amarelo) e culturais (em marrom).



Legenda: SHS – Setor Hoteleiro Sul; SHN – Setor Hoteleiro Norte; SDS – Setor de Diversões Sul; Setor de Diversões Norte; SCS – Setor Comercial Sul; SCN – Setor Comercial Norte; SBS – Setor Bancário Sul; SBN – Setor Bancário Norte; SMHN – Setor Médico Hospitalar Sul; SMHN – Setor Médico Hospitalar Norte; SAuS – Setor de Autarquias Sul; SAuN – Setor de Autarquias Norte; SCTS – Setor Cultural Sul - SCTN – Setor Cultural Norte; SGAS – Setor de Grandes Áreas Sul - SGAN – Setor de Grandes Áreas Norte.

Fonte: Elaborado pelos autores



O hotel se insere dentro do contexto de aumento do número de viagens, onde o “transporte aéreo já se consolidava como um fator de grande impulso para o Turismo doméstico e internacional.” (CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO, 2005, p.29), fator potencializador da criação da rede hoteleira nacional. Além disso, juntamente com o investimento do capital nacional Hotéis Reunidos S/A Horsa do empresário argentino-brasileiro José Tjurs (1901-1978) e seus herdeiros. O empreendimento foi construído pela Construtora Pacheco Fernandes Dantas S.A. e a decoração ficou a cargo da empresa carioca Decoração Wolko Ltda.

O projeto ficou sob a responsabilidade do arquiteto carioca Nauro Jorge Esteves (1923-2007), que se diplomou em 1949, pela Faculdade Nacional de Arquitetura da Universidade do Brasil, no Rio de Janeiro. Composto os quadros técnicos da Novacap (Companhia Urbanizadora da Nova Capital do Brasil), esteve desde o início vinculado à Niemeyer, sendo responsável pela elaboração e execução de outros importantes projetos arquitetônicos e urbanísticos em Brasília.

Considerando a história da cidade, Esteves tomou parte na ação que se desenvolveu em torno de Oscar Niemeyer, com quem já trabalhava desde 1950. Quando criada a NOVACAP, em 1956, com vistas à construção da Capital, ocupou, desde logo, um posto imediato a Niemeyer, em função técnica. Desenvolveu os projetos de arquitetura para a capital e precisou envolver-se também nos projetos de urbanismo. A partir de 1961, manteve-se na liderança, ocupando altos cargos na área de Arquitetura e Urbanismo em Brasília. Conheceu minuciosamente os fatos da construção da Capital, porque os presenciou ou deles fez parte. Projetou, construiu, coordenou, decidiu. Os inúmeros projetos de sua autoria registrados no CREA-DF desde 1962 até 1994 comprovam, apenas em parte, a imensa atividade do arquiteto (GARCIA, 2010, p. 204).



Nauro Esteves foi parceiro de Niemeyer desde o Rio de Janeiro, cumprindo um papel essencial no desenvolvimento dos projetos mais importantes do mestre, bem como na coordenação e acompanhamento de obras da construção da Capital junto à Novacap.

Com muita determinação, Esteves trabalhou nos projetos e na urbanização das superquadras: locação e projetos arquitetônicos dos blocos residenciais, arruamento, calçamento e ajardinamento. Nauro Esteves conhecia bem o esquema das superquadras, e preocupou-se em cumprir, com o possível rigor, o plano de Lucio Costa, em tudo o que se referia a urbanismo (GARCIA, 2010, p. 208).

Dentre os edifícios de sua autoria, além do Hotel Nacional, merece atenção o Palácio do Buriti (1969) e o Conjunto Nacional de Brasília (1971), além de muitos outros.

Destacam-se os edifícios realizados no Setor Autarquia Sul, são estes o Tribunal Militar (1967), o Tribunal Superior Eleitoral (1968), que ao lado do Tribunal Superior do Trabalho (1968), de Lucio Estelita, configuram a chamada Praça dos Tribunais, no Setor Comercial Sul da cidade, em que o circuito de galerias, aberturas, praças e níveis são responsáveis pelo arranjo das partes na delimitação à qual deve responder este sistema híbrido de lote e projeção (LIMA, 2008, p. 43).

Enfim, o contexto do projeto e construção do Hotel Nacional envolve várias dimensões sociais, relacionadas à política nacional e ao incremento econômico do turismo como atividade subsidiária da industrialização e do desenvolvimento da aviação comercial e dos incentivos para indústria automobilística e conseqüente construções de vias no Brasil continental. Em relação à dinâmica política, a construção do



hotel em si expressa as relações de poder entre o Estado e a iniciativa privada à época, que beneficiava construtoras e grupos hoteleiros emergentes no país. A dimensão simbólica se refere em grande medida ao status do hotel que, até a década de 1990, constituía um dos meios de hospedagem de maior prestígio de Brasília, abrigando hóspedes ilustres como chefes de estado – A Rainha Elizabeth da Inglaterra se hospedou em 1968 – e artistas. O caráter simbólico do Hotel Nacional se relaciona ainda à figura de Nauro Esteves, arquiteto ainda pouco estudada pela historiografia da arquitetura moderna brasileira, bem como ao valor de modernidade arquitetônica expressa no próprio edifício, conforme será analisado na sequência.

A modernidade do Hotel Nacional

A magnitude do hotel, inaugurado em 21 de abril de 1961 (um ano após a inauguração da cidade), se traduzia de forma expressiva na sua dimensão urbana, por meio de uma rua que lhe atravessa e abriga diversas atividades terciárias (comércio e serviços) ligados ao turismo. O seu caráter híbrido o transformou no principal ponto de encontro da elite política e social de Brasília à época, reforçada pela localização da obra no Setor Hoteleiro Sul, na via de circulação que liga os setores Norte e Sul, exatamente no eixo monumental, constituindo uma centralidade.

O agenciamento do imenso programa, distribuídos em dois principais blocos com funções distintas, constitui uma das principais qualidades do projeto, somados à austeridade e racionalidade da composição plástica. Neste item pretende-se proceder a análise crítica da



obra de forma que seja possível compreender seu contexto e relevância no Plano Piloto de Brasília.

Lugar

O hotel foi implantado no Setor Hoteleiro Sul, próximo à via de circulação que liga os setores sul e norte (Figura 2). O edifício, formado por dois blocos, possui 40.000m² e foi implantado no centro do terreno de 73.500m², com uma taxa de ocupação de cerca de 50%. Um volume vertical delgado repousa sobre um horizontal mais amplo, de modo que “dum ponto de vista da foto aérea, o bloco horizontal assemelha-se à base de um monumento, ao centro do qual se insere o bloco vertical, no partido adotado” (HABITAT, 1960) (Figura 3).

O hotel possui uma localização nobre no Plano da capital, tendo o Eixo Monumental como principal via de acesso. A avenida de ligação entre os setores hoteleiro e comercial (SHS/SCS) configura um acesso secundário. Além disso, a proximidade à rodoviária e a demais setores de interesse ratifica a sua implantação e visual dentro da cidade (Figura 4).

Figura 2: Vista do Hotel Nacional no contexto do Eixo Monumental de Brasília.



Fonte: Acervo Público do DF.



Figura 3: Vista do Hotel Nacional – Volumetria da base e do volume vertical.



Fonte: Acervo Público do DF.

Embora o hotel reforce as funções terciárias neste Setor, elas ocorreram lentamente, pois ainda que o Plano possua um desenho simétrico e a proposta de uma forma ideal fechada, a centralidade de Brasília se desenvolveu de forma excêntrica, concentrando-se sobremaneira no Setor e na Asa Sul. Para Bruand (2002), esta excentricidade comprometeu em certa medida a valorização da área



central prevista no projeto urbanístico. Contribuiu também para o enfraquecimento da consolidação do núcleo terciário (público e privado) de Brasília, as transformações ocorridas ao longo da Avenida W3 que, projetada inicialmente como via de circulação de serviços e de fluxo de caminhões, passou a funcionar como uma avenida tradicional de comércio e serviços, uma vez que atendia e se beneficiava mais efetivamente dos fluxos criados com a construção das superquadras e consequente concentração da população ao longo da Asa Sul.

A implantação do edifício é coerente com as premissas do Movimento Moderno, qual seja, o edifício solto em meio à quadra (*object-in-a-field*), desmaterializando os limites dos lotes e permitindo uma visualização da totalidade do edifício.

Por outro lado, é importante destacar que o projeto do Hotel tem como uma das principais referências a alusão à rua corredor, lugar por excelência de circulação de pessoas e fluxos de comércio e serviços, contribuindo, para demonstrar que algumas referências da cidade tradicional compõem nas soluções modernas para atender às demandas das atividades de comércio e serviços.

A forma como as vias e os passeios permitem os acessos e os fluxos das funções localizadas no térreo (inclusive da rua interna) reforçam a capilaridade entre a escala da cidade e a do edifício, ratificando a sua dimensão urbana. O Hotel Nacional, por ser pioneiro no setor, cumpre a função modelar de demonstrar como ocupar a quadra e criar um lugar, servindo de exemplo para os demais hotéis que deveriam ser implantados na área.



Assim, o Hotel Nacional se transformou em um lugar de referência para cidade e para sociedade, pois à época da instalação foi um polo da vida social e política da Capital Federal, e contribuiu para consolidar a “escala gregária” pretendida por Lúcio Costa, que corresponde ao:

centro da cidade, o seu *cuore*, no qual, a partir da ampla plataforma da rodoviária, deveriam se localizar os cinemas, os teatros, os centros de diversões (...) os setores hoteleiros, bancário, de escritórios e autarquias, nos quais os gabaritos dos edifícios são significativamente maiores que os das superquadras, enfatizando-se também por este meio a diferença entre as escalas residencial e gregária (BICCA, 1997, p. IX).

Embora “a ideia de lugar-capital no Plano Piloto de Brasília consubstancia-se na opção pelo monumento: as temáticas gregárias, residenciais e bucólicas estão em função da “escala” monumental, para cujo destaque exercem o papel de base” (KOHLSDORF, 1997, p. xii). Colabora para tal realidade espacial a relação entre os espaços construídos e os vazios, entre figura e fundo, relações próprias do urbanismo moderno. No caso específico, mesmo com a implementação de outros edifícios no Setor, as distâncias entre os edifícios reforçam a primazia da escala monumental e do automóvel.

Programa

O programa e a organização espacial do hotel se estruturam de maneira distinta em dois blocos. O bloco horizontal recebeu usos sociais e de serviços, dispostas em três níveis, sendo um subsolo e uma sobreloja. O subsolo abriga os serviços gerais, como almoxarifado, manutenção,

lavanderia, frigorífico, máquinas, etc. O andar térreo consiste em um grande *hall* de entrada, portaria, recepção, salão de estar, lojas, restaurante, boate e serviços relacionados, e por fim, ainda no térreo, localizam-se as sobrelojas, que abrigam serviços voltados à atividade turística, como casas de câmbio, agências de viagens e locadoras de veículos, além de salões de beleza, gabinetes médicos, etc (Figura 4).

Figura 4: Setorização do Pavimento Térreo.



Planta do Pav. Térreo

Fonte: Elaborado pelos autores com base na planta do projeto contida em Revista Acrópole (1960, p.210), 1960.

O bloco vertical é composto por 11 pavimentos, sendo 10 desses andares tipos que recebem quatro tipologias de apartamentos, além de



suítes presidenciais, contabilizando assim um total de 400 unidades. No segundo pavimento, localizam-se dois salões voltados para banquetes, com capacidade para 300 e 1.000 pessoas, respectivamente. Em um bloco à parte, foi projetado ainda um auditório com 800 lugares, destinado a convenções e eventos. A parte de comércio e serviços ligados ao turismo se encontram voltados para o espaço externo.

Assim, o Hotel Nacional confirma que a tipologia hoteleira é essencialmente híbrida, ao se constituir como um complexo arquitetônico com diversos usos, funções, fluxos e acessos. Como preconizava a arquitetura moderna, há também forte analogia entre a forma e as funções dos edifícios, visíveis na distribuição da base horizontal e do bloco vertical, mas também na volumetria que abriga a circulação vertical, deslocada do bloco dos quartos.

Construção

A construção é preconizada pela racionalização, expressa na modulação estrutural, condicionada sobretudo, no bloco vertical pelos quartos e no horizontal pelas lojas.

Com base nos desenhos e iconografia, é possível identificar as inovações nas soluções estruturais e construtivas, sobretudo em relação à tecnologia do concreto, com usos de vãos mais generosos onde o programa exige, os recursos de balanços e vazios nas lajes, que se expressam nitidamente na forma. Aliás, estrutura, construção e forma se entrelaçam na concepção e na materialização do objeto arquitetônico, ou



seja, a forma na arquitetura (moderna) pode ser vista como um agenciamento da lógica do objeto (KAPP, 2003).

É importante notar que as inovações tecnológicas estavam presentes na construção de Brasília como um todo, tanto nas infraestruturas, como nas edificações e até mesmo nas obras de arte, mobilizando a atuação de diversos profissionais da área de Arquitetura e Engenharia, estruturando uma divisão social do trabalho na construção civil mais complexa e contribuindo para a modernização de processos e técnicas, evidentemente, não livre de contradições:

No caso específico do Brasil, a arquitetura moderna se desenvolveu em um contexto de modernização contraditória, em que a industrialização não estava propriamente consolidada e onde houve conscientemente um interesse de resgatar valores históricos e tradicionais do passado colonial. Um exemplo revelador deste sincretismo se refere à ampla aceitação da tecnologia do concreto, que se adaptou muito facilmente os meios materiais e humanos locais, francamente representados por uma mão-de-obra arraigada a técnicas artesanais. A construção em madeira das formas de concreto é um exemplo típico deste processo (PAIVA, 2017, p. 158).

No Hotel nacional, são evidentes o rigor e a qualidade da construção, visível na permanência do edifício com dignidade até os dias atuais, embora tenha passado por atualizações tecnológicas, sem, no entanto, comprometer a sua integridade moderna.

Forma

Para Lima (2008), é possível identificar nas diversas tipologias de edifícios verticais localizados na zona central de Brasília alguns “tipos



modernos”, dentre eles a torre vertical sobre embasamento horizontal, como no Hotel Nacional, mas que podem abrigar outros usos, como é o caso do Palácio do Buriti, sede do executivo do Distrito Federal, também de autoria de Nauro Esteves. A gênese desse “tipo moderno”, sem dúvida está presente no emblemático edifício do Ministério da Educação e Saúde (1936-1943), marco da arquitetura moderna brasileira. As empenas laterais são outro aspecto que caracteriza o alinhamento ao “tipo moderno”, demasiadamente apropriado pela arquitetura moderna brasileira e especificamente em Brasília, qual seja: *“duas de suas empenas são cegas – zelando a disposição de não serem feitas aberturas perpendiculares ao eixo – outras duas predominantes revestidas por caixilhos de vidros incolores”* (LIMA, 2008, p. 43).

Dentro da perspectiva proposta por Mahfuz (2003), a forma constitui um conjunto de estruturas que prover os meios de sintetizar o lugar, o programa e a construção, em busca de uma forma pertinente. Com base nesta premissa, a forma do Hotel Nacional sintetiza os demais elementos do *“quaterno contemporâneo”* (lugar, programa e construção) e expressam soluções plásticas e estéticas próprias e originais.

A racionalidade e as demais decisões do projeto se expressam nitidamente em uma forma moderna, que demonstra a relação com o lugar por meio sobretudo do embasamento, definido pela grande plataforma criada pela laje horizontal que possui um balanço nas extremidades e confere grande leveza e denota a monumentalidade do edifício. O pé direito mais generoso do térreo e as pérgolas na rua interna constituem soluções formais que valorizam a relação com o entorno e acolhem adequadamente os usos e funções terciárias (Figura 5). É importante destacar que a escala urbana e sua relação com a infraestrutura viária do



Plano (por meio da rua interna) tem repercussões importantes na forma e no agenciamento das relações volumétricas ao definirem espaços públicos, privados e intermediários (Figura 6).

Além disso, a implantação do bloco principal, o uso de áreas verdes e espelhos d'água contribuem para a criação de um microclima urbano agradável, favorecendo as atividades terciárias que abriga, como também o uso de elementos de proteção solar nas fachadas dos apartamentos para a garantia do conforto ambiental.

Figura 5: Vista Atual da Rua Interna Hotel Nacional



Fonte: Foto Ricardo Paiva.



Figura 6: Vista do Hotel Nacional – Pilotis e áreas livres



Fonte: Acervo Público do DF.

O bloco vertical onde se localiza os quartos e o volume da circulação vertical são os pontos em que a forma denuncia com mais clareza as questões relativas ao programa e à solução estrutural, visíveis tanto na modulação dos quartos, que racionalmente correspondem à lógica da estrutura independente de concreto na sua articulação com as vedações em alvenarias e esquadrias, como no volume cego deslocado da torre que abriga escadas, elevadores e áreas de apoio e serviço (Figuras 7 e 8).



Figura 7: Vista Posterior Atual do Hotel Nacional



Fonte: Foto Ricardo Paiva.

Figura 8: Vista Frontal Atual do Hotel Nacional



Fonte: Foto Ricardo Paiva.



Ao analisar as demais obras do arquiteto Nauro Esteves, é possível identificar um repertório comum de formas. No Palácio do Buriti (1969), a composição plástica do edifício parece preceder a espacialização do Hotel Nacional. No Superior Tribunal Militar (1973), o volume predominante consiste em um bloco vertical retangular, com esquadrias marcadas e volumes de circulação vertical destacados, que são decisões também recorrentes nas obras anteriormente citadas.

As atividades terciárias e a arquitetura moderna: o legado do Hotel Nacional

A atividade terciária pode ser definida “como aquela que incorpora atividades que não produzem nem modificam objetos físicos (produtos e mercadorias) e que terminam no momento em que são realizadas” (VARGAS, 2001, p.52). São categorizadas quanto à sua *função exercida, estrutura e domínio*. Na primeira compreende as categorias de prestação de serviços, comércio atacadista e varejista, empresas administrativas, sistema financeiro, etc. Na segunda, define-se em níveis de comando e de serviços ao consumidor e ao cliente. Por fim, divide-se entre o público e privado. A atividade turística, embora possa ser considerada uma “indústria motriz” (VARGAS, 1996) e articule uma diversidade de setores da economia, compõe o rol das atividades terciárias.

Desde a origem das cidades, as transformações urbanas e arquitetônicas materializam e reproduzem a relação com o comércio e os serviços. No período em que a arquitetura moderna se consolida, surgem novas respostas às demandas do setor terciário, tanto em relação às áreas



de expansão da urbanização e “*new towns*” (como Brasília), como no que se refere à arquitetura terciária, inclusive hoteleira. Frequentemente, estas novas espacialidades modernas contrariam a lógica tradicional do setor, sobretudo do comércio varejista localizado nas tessituras urbanas históricas e pré-existentes.

As edificações voltadas para o lazer, comércio e serviços não foram alvo do interesse da história da arquitetura moderna, relegando arquitetos importantes como Victor Gruen e Morris Lapidus ao ostracismo, revelando, por outro lado, a pertinência de resgatar o seus legados e contribuição para compreender a relação entre a arquitetura moderna e as atividades terciárias.

No caso da arquitetura hoteleira, a contribuição da arquitetura moderna é bem significativa ao trazer inovações espaciais, funcionais e construtivas para abrigar diversos tipos de meio de hospedagem, em consonância como o desenvolvimento do turismo de massas após a década de 1950. Percebe-se, que o hotel, desde a sua origem, constitui um programa híbrido, acolhendo diversos outros usos ligados ao comércio e serviços complementares ao turismo, justificando a pertinência de resgatar a memória deste acervo, a fim de entender e explicar a sua inserção e conservação nas atuais dinâmicas urbanas e da atividade turística.

O Hotel Nacional de Brasília é um bom exemplo da importância deste patrimônio, que embora esteja desocupado e situação de risco, ainda resiste a passagem do tempo e tem potencial para adaptar seus usos e funções para se manter, conservando-se inserido na paisagem cultural de Brasília. Não resta dúvida que a sua articulação com os usos terciários



presentes na rua interna que ainda funcionam possui grande importância neste contexto de atratividade, centralidade e representatividade do edifício.

A relevância do capítulo consiste na importância modelar do Hotel no processo de ocupação e consolidação urbana de Brasília; no testemunho de como a arquitetura moderna responde às demandas das atividades terciárias (turismo, comércio e serviços) e; no seu valor como patrimônio arquitetônico, uma vez que atualmente o hotel encontra-se desocupado e caso não seja objeto de intervenção e conservação pode-se iniciar um estado de degradação material mais severo, justificando a necessidade de documentação e conservação do complexo.

Finalmente, este artigo é resultado de uma pesquisa mais ampla, comprometida com o estudo da articulação entre o turismo e a arquitetura moderna no Brasil, identificando projetos e obras de hotéis modernos e o seu papel como testemunhos da gênese do desenvolvimento da atividade turística e da modernização por ela suscitada.

Agradecimentos

À UFC e ao CNPq, que financiaram a bolsa de PIBIC da pesquisa “Turismo e Arquitetura: o Hotel moderno no Brasil” e à CAPES, que concedeu Bolsa de Professor Visitante Junior, junto ao IST-Universidade de Lisboa - Portugal e no DOCOMOMO International.



REFERÊNCIAS

- ACRÓPOLE. **Hotel nacional em Brasília**. v.0, n. 260, p. 208-210, maio. 1960.
- BICCA, Briane Panitz. Um passeio por Brasília. In: BRAGA, Andrea da Costa; FALCÃO, Fernando. **Guia de Urbanismo, Arquitetura e Arte de Brasília**. Brasília: Fundação Athos Bulcão, 1997.
- BRUAND, Yves. **Arquitetura contemporânea no Brasil**. 5ª edição, São Paulo, Perspectiva, 2002.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO COMÉRCIO. **Breve história do turismo e da hotelaria**. Confederação Nacional do Comércio, Conselho de Turismo. Rio de Janeiro, 2005.
- GARCIA, Cristiana Mendes. Construindo Brasília. **Senatus**, Brasília, v.8, n.1, p.202-211, abr. 2010.
- HABITAT. **Hotel Nacional de Brasília, em construção**. v.0, n. 60, p. 03-10, maio-junho. 1960.
- KAPP, Silke. Forma na Arquitetura: um palimpsesto. **Interpretar Arquitetura**, Belo Horizonte, v. 3, n.6, p. 3, 2003.
- KOHLSDORF, Maria Elaine. Brasília, Hoje: cidade-patrimônio, cidade-cultural, cidade-real. In: BRAGA, Andrea da Costa; FALCÃO, Fernando. **Guia de Urbanismo, Arquitetura e Arte de Brasília**. Brasília: Fundação Athos Bulcão, 1997.
- LIMA, Carlos Magalhães de. **Modernidades brasileiras: a obra de Milton Ramos**. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) -Universidade de Brasília, Brasília, 2008.
- MAHFUZ, Edson da Cunha. **Reflexões sobre a construção da forma pertinente**. In: Seminário Nacional sobre Ensino e Pesquisa em Projeto de Arquitetura, I. (PROJETAR), 2003, Natal. Anais... Natal: PPGAU/UFRN, 2003.
- PAIVA, Ricardo Alexandre. Modernidade (arqui)tectônica: A arte de construir. In: Alcília Afonso. (Org.). **Modernidade no Norte Nordeste Brasileiro: o diálogo entre arquitetura, tectônica e lugar**. 1ed.Teresina: EDUFPI - Editora Gráfica Cidade Verde, 2017, v. 1, p. 143-167.
- PAIVA, Ricardo Alexandre; PAULA, P. V.; MACIEL, V. **O Turismo e o Hotel Moderno no Nordeste**. In: V CINCCI: Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem, 2016, São Paulo. V CINCCI: Colóquio Internacional sobre Comércio e Cidade: uma relação de origem. São Paulo: FAUUSP, 2016.
- VARGAS, H. C. Turismo Urbano: Uma Nova Indústria Motriz. **Boletim de Turismo e Administração Hoteleira**. Faculdade Ibero Americana, São Paulo, v5, n2, p38-46, 1996.
- VARGAS, H. C. **Espaço terciário: o lugar, a arquitetura e a imagem do comércio**. São Paulo, SENAC São Paulo, 2001.

FELISBERTO, Hanna Melissa Pereira

Graduada em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba; cursando pós-graduação em Marketing e Inovação e trabalha como Social Media, tendo desenvolvido trabalhos no Laboratório de Estudos em Turismo e Hotelaria – UFPB/CCTA na área de criação de mídias digitais.

BRAMBILLA, Adriana

Doutora pelas Universidades de Aveiro e do Minho (Portugal). Graduada em Administração de Empresas pela FAAP-SP), Mestre em Administração pela UFPB e Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFPB, coordenadora do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo e colaboradora do Grupo de Pesquisa CLLC da Universidade de Aveiro (Portugal).

PEDERNEIRAS, Marcleide Maria Macêdo

Pós-Doutora em Contabilidade na Universidade do Minho-Portugal. Doutora em Administração pelo PROPAD/UFPE. Mestrado em Ciências Contábeis pela Universidade de Brasília. Graduação em Ciências Contábeis - Unipê. Professora Associada da Universidade Federal da Paraíba. Professora permanente do Mestrado Profissional em Administração Pública em Rede. Líder do Grupo de Pesquisa - Gestão em Administração Pública, Contabilidade, Turismo e Hotelaria.

CESÁRIO, Marília Ferreira Paes

Doutoranda em Turismo pela UFRN, Mestre em Geografia pela UFPE, Especialista em Planejamento e Gestão do Turismo pela Universidade de Pernambuco e Bacharel em Turismo pela Universidade UFPE. Desenvolve pesquisas nas temáticas: Experiência do turista, Comportamento do Consumidor, Destinos Turísticos Inteligentes e Tecnologia do Turismo.

A IMPORTÂNCIA DO DESIGN NA HOTELARIA: UM ESTUDO DE CASO DO XILO DESIGN HOTEL EM JOÃO PESSOA – PB

Hanna Melissa Pereira Felisberto

Adriana Brambilla

Marcleide Maria Macêdo Pederneiras

Marília Ferreira Paes Cesário

A compreensão sobre o design de interiores na hotelaria vai além de uma estratégia para obter vantagens competitivas, a partir do momento em que se integra a um grupo de fatores que podem proporcionar uma experiência única para o hóspede, através da construção de espaços projetados com características específicas e diferenciadas. Como afirma Santos (2017), no âmbito da hotelaria um dos grandes responsáveis pelas primeiras impressões do cliente é a arquitetura e a decoração, conjunto que pode traduzir o que ele espera vivenciar naquele lugar.

Spolon (2011) afirma que atualmente, a hotelaria mundial experimenta um período de desafios como um maior acesso e inserção tecnológica, controle de hospedagem, controle de reserva, gestão financeira, gestão de pessoas e formação de equipes, entre outros, que precisam ser vencidos com coragem e criatividade, para os quais, a inovação é a palavra-chave. Neste contexto, o design de interiores tem a possibilidade de trazer toda a inovação e criatividade para a área de meios de hospedagem.



De acordo com Tissiani e Cereza (2014), o planejamento do espaço interior permite uma área descontraída e também interessante, estimulando o hóspede a apreciar a estrutura como uma experiência emocional. Partindo desse contexto, o designer deve buscar criar composições e espaços que proporcionem harmonia, bem estar e, além disso, que possibilitem uma imersão sinestésica, por intermédio de imagens, música, e elementos arquitetônicos criando assim, um ambiente dinâmico, transformando uma estrutura que antes era tradicional, em uma atmosfera de interatividade, principalmente, nos espaços de uso compartilhado e coletivos, sejam eles para permanência prolongada, ou apenas transitória, proporcionando a possibilidade de uma experiência gratificante e memorável nestes espaços.

Desta maneira, este artigo objetiva analisar a relação do design de interior com a hotelaria, tendo como foco de análise o Xilo Design Hotel na cidade de João Pessoa-PB. Desse modo, visa compreender a atuação do design de interiores, através de uma nova perspectiva prática e experiencial, que pode proporcionar aos hóspedes histórias, memórias e conhecimento. E aos empresários um meio de hospedagem mais econômico, sustentável e também inovador, deixando de lado um modelo de ambiente tradicional e sem muita individualidade ou personalização para os hóspedes.

Atualmente, os hóspedes procuram em um meio de hospedagem experiências memoráveis que vão além do conforto e dos serviços, por isso, pode-se afirmar que o estudo proposto se justifica por possibilitar a compreensão do design de interiores e sua contribuição para a hotelaria



de João Pessoa-PB, permitindo que os gestores, ao tomarem conhecimento da importância desse diferencial, possam promover o crescimento de seus estabelecimentos e da hotelaria da cidade de forma geral.

Design de interiores: a evolução na arte de decorar

Os movimentos artísticos desde o antigo Egito, Grécia e Império Romano são um grande marco na história do Design. Mas, foi apenas no século XVII que houve o primeiro decorador de interiores:

Durante o século XVII, os mecenas foram fundamentais para o desenvolvimento do design de interiores e da arquitetura, especialmente na França, onde Henrique IV concedeu proteção real aos artesãos [...] Luís XIV encomendou as extraordinárias intervenções no Palácio de Versalhes a arquitetos como François Mansart, Louis Le Vau e Charles Le Brun. Os aposentos projetados por Le Vau foram decorados por Le Brun, que os transformou em algo extraordinário. Pode-se afirmar que Le Brun foi, verdadeiramente, o primeiro decorador de interiores da história (GIBBS, 2015, p. 14).

Ou seja, a partir dos marcantes movimentos artísticos ao longo do tempo foi-se vendo a transição da decoração em si para o design de interior. Por exemplo, a Revolução Industrial foi um marco que possibilitou a popularização no ato de decorar, o que antes era restrito à nobreza. A partir do século XIX a decoração de interiores se tornou mais acessível às classes menos privilegiadas do primeiro mundo e, em muitos



casos, tornou-se uma necessidade visando o aproveitamento de pequenos espaços.

De acordo com a Associação Brasileira de Designers de Interiores (ABD), a decoração é uma profissão que renuncia de formação especializada e que permite que autodidatas se dediquem a ela, trabalhando com espaços interiores através de seleção de equipamentos e móveis, como também, objetos, acessórios e obras de arte, sem que haja qualquer tipo de alteração estrutural nos espaços arquitetônicos existentes. Sua atuação garante significativas contribuições ao arquiteto. Já no caso do design de interiores a profissão é regulamentada pela Lei 13.369/12, que garante o exercício profissional de toda uma categoria especialista nos trabalhos de projeto e configuração dos espaços e ambientes interiores, visando ao conforto, à estética, à saúde e segurança.

Toda essa questão, está portanto, muito além do decorador, pois possui conhecimentos específicos que vão da análise espacial à busca da compreensão psicológica do usuário, passando pelo programa de necessidades e pelo *briefing*, pelo conceito de projeto, pela ergonomia, em suas diferentes abordagens, com o intuito de solucionar problemas e garantir aos usuários, espaços adequados às suas necessidades individuais e/ou coletivas, pessoais ou profissionais. Buscando o conforto ergonômico, térmico, acústico, lumínico e psicológico, compreendendo o comportamento do usuário e sua inserção cultural, otimizando a qualidade de vida e garantindo pertinência e identidade (ABD, 2022).

O termo “Design de interiores” é um termo recente, porém essa profissão vem sendo exercida desde o século XX (BROOKER; STONE,



2014; GIBBS, 2013; LEES- MAFFEI, 2008).

De acordo com Gibbs (2015, p.26):

somente no século XXI que o design de interiores foi reconhecido realmente como uma profissão, deixando de ser um campo apenas de amadores talentosos e criativos. Hoje em dia, o profissional precisa de reconhecimento técnico ligado também ao talento, criatividade e à habilidade de lidar com todos os aspectos de um projeto.

Além do mais, o Design não está apenas relacionado em projetar objetos, mas planejar funções e seus contextos de uso aos sistemas em que se organizam, ou o ambiente em que operam, como também, a acessibilidade daqueles que o utilizam (FREIRE, 2009).

O Design de interiores traz consigo a proposta de estimular novas experiências e ligação afetiva entre as pessoas e o objeto, incluindo um grau de interação através do uso de seus atributos físicos, estilo, utilidade, além de, utilizar toda a história por trás da construção dos produtos. Segundo Perullo (2010), a experiência consiste na ação e o efeito de experimentar, utilizando os sentidos por meio da prática ou da vivência. Obtendo, portanto, um forte aspecto intangível, pois depende da subjetividade da pessoa, envolvendo fatores psicológicos como: percepção, memória, imaginação e entre outros, como seus desejos e expectativas. Ainda, compreende uma perspectiva sobre um ambiente que se quer idealizar, de modo que proporcione também conforto e bem-estar. A utilização de elementos que respeitam os princípios da sustentabilidade, que elevam a cultura local e que sejam economicamente viáveis e acessíveis, promove ao empreendimento a construção de uma marca



consistente, sustentada sobre a projeção de interiores originais e atraentes (GOMES, 2017).

O Design Institute of Australia (DIA) descreve que o Design de interiores é uma atividade dedicada à criação e ao planejamento de interiores arquitetônicos, de modo a contribuir para que as pessoas vivam e trabalhem com mais eficiência, conforto, segurança e prazer em um ambiente esteticamente satisfatório e funcional (DIA, 2022).

De acordo com o Philippine Institute of Interior Designers (PIID), o Design de interiores é a ciência e a arte de planejar, organizar, selecionar e especificar as superfícies dos elementos que constituem o interior arquitetônico, com a proposta de melhor atender à função pretendida (PIID, 2022).

Atualmente, o projeto ideal é aquele que atende todas as necessidades do cliente, que ao se posicionar em relação ao público com necessidades especiais permite ao profissional abranger todo o significado do design, de transmitir sensações e experiências, com soluções práticas e criativas, além de toda sua funcionalidade.

Por fim, entende-se que o Design de interiores é uma soma de fatores sociais, antropológicos, ecológicos, ergonômicos, tecnológicos e econômicos, na concepção de elementos e sistemas materiais necessários à vida, ao bem-estar e à cultura da sociedade (NIEMEYER, 2007).

Hotelaria: um breve histórico

A história da hotelaria é tão antiga quanto a necessidade que o ser humano tem de viajar, seja com a finalidade de negócios, com o objetivo



de conhecer novos lugares, ou simplesmente por lazer.

A origem do meio de hospedagem está relacionada ao desenvolvimento do comércio entre as cidades. As rotas comerciais na Ásia, Europa e África, na antiguidade, originaram estruturas urbanas e conseqüentemente veio o surgimento de hospedarias para servir aos viajantes que por ali passavam. Na Idade Média, mosteiros também serviram como hospedagem para os viajantes. Hospedar, naquela época, era uma virtude espiritual e moral (CRUZ, 2003).

Para Chon e Sparrowe (2003, p. 3):

Os historiadores conjecturam que as primeiras estruturas destinadas ao pernoite de pessoas foram erguidas no Oriente Médio, ao longo das rotas de comércio e das caravanas, há cerca de 4000 anos. Essas estruturas, denominadas caravanserai, situavam-se em intervalos de 12 Km de distância e funcionavam de modo muito semelhante aos atuais kahns do Oriente Médio, uma vez que forneciam abrigo (para homens e animais) e nada mais. Todas as provisões - comida, água, colchões - eram trazidas pelo viajante.

No Brasil, a atividade hoteleira começou no período colonial, com os viajantes hospedando-se nos casarões das cidades, nos conventos, nas grandes fazendas e, principalmente, nos ranchos à beira da estrada. A chegada da corte real portuguesa ao Rio de Janeiro em 1808 e, posteriormente, a abertura dos portos levaram a um aumento do fluxo de pessoas, fazendo com que casas de pensão, hospedarias e tavernas abrissem suas portas aos viajantes (OMENA, 1989).

As primeiras hospedarias eram colégios e mosteiros construídos



por religiosos que acompanhavam as expedições portuguesas. Nessa época, além desses estabelecimentos, outros similares foram construídos com a mesma finalidade. O meio de hospedagem surgiu nos grandes aglomerados, com as casas religiosas e algumas casas de pensão. Estes lugares ofereciam acomodação por um preço baixo para pessoas menos abastadas, já as pessoas mais privilegiadas e que eram recomendadas por autoridades, eram hospedadas por jesuítas (VELOSO, 2005).

Como ensina Castelli (2005), no século XIX, os estabelecimentos que existiam oferecendo alojamento e acomodação eram as tabernas, casas de pasto e hospedarias. Em decorrência à vinda da família real ao Brasil, a procura por hospedagem cresceu muito e fez com que aumentasse o número de alojamentos. Os meios de hospedagem considerados mais modestos eram os albergues portugueses, lugar onde viajantes do interior do país se hospedavam, já os hotéis, que eram destinados aos viajantes estrangeiros, eram mais confortáveis e com serviços mais sofisticados.

Portanto, entende-se que os hotéis surgiram inicialmente para responder às necessidades básicas de repouso e alimentação dos viajantes, ou seja, era um local de passagem, onde se descansava antes de seguir viagem. Hoje em dia, o hotel diversificou-se muito, procurando proporcionar intimidade, segurança e conforto.

Voltando-se para a cidade de João Pessoa, de acordo com Vanzella e Brambilla (2022), os primeiros registros encontrados de hotéis na cidade foi em 1864, sendo eles o Hotel Parahybano e o Hotel Verdadeiro. Por



outro lado, Vanzella e Brambilla (2022) também destacam a grande devoção do povo paraibano à Virgem das Neves, e os dias de festa em devoção a Nossa Senhora das Neves. Nesse contexto, destaca-se o relato sobre a festa, em cujo documento, anterior a 1864, foi encontrada a primeira referência a hóspedes, mas ainda não há registros de algum estabelecimento com a finalidade de hospedagem nessa época.

Vale a pena ressaltar, o caso específico do Hotel Central, que foi contruído em 1912, sendo o primeiro hotel a ter iluminação elétrica na cidade, instalações sanitárias com louça e uma cozinha de 1ª ordem (VANZELLA e BRAMBILLA, 2022). Alguns anos depois, em 1916, passou por uma reforma, sendo transformado no Hotel Luso-brasileiro. Foi construído por empresários portugueses para fazer concorrência ao Hotel Globo. Ele fez sua história e recebeu ilustres visitantes, pois sua praça caracterizava-se por ser um espaço noturno muito procurado, onde ocorriam tertúlias literárias e serenatas (LEAL, 2001). Atualmente o hotel que era um lugar de movimentação encontra-se em estado de abandono e com risco de desabar.

Outro hotel que merece destaque é o Hotel Tambaú, pois foi um marco da história da hotelaria na cidade de João Pessoa. A partir da inauguração deste hotel, o turismo e a hotelaria na cidade iniciaram uma era de modernização e prosperidade. No entanto, hoje ele parece seguir o roteiro do Hotel Luso Brasileiro, pois está fechado desde o ano de 2020 e sem previsão para reforma e reabertura, sua estrutura já começa a sentir os efeitos da falta de manutenção, principalmente na parte voltada para o



mar, que em determinadas horas é açoitada pelas ondas (VANZELLA e BRAMBILLA, 2022).

Ainda assim, é importante ressaltar que a construção de hotéis em João Pessoa tem crescido bastante nos últimos anos, concentrados mais na orla da cidade. Hóteis e pousadas com categorias de três a quatro estrelas e que se preocupam com a inovação, o turismo de experiência e a sustentabilidade, como por exemplo, o Hotel Verdegreen que está localizado na orla de João Pessoa, e desenvolve ações como a economia de recursos naturais, matéria-prima e energia e o uso de tecnologias limpas.

Design de interiores e a hotelaria atual

A hospitalidade e o design têm importância em relação à experiência que o hóspede irá vivenciar. Os hóspedes hoje querem encontrar em um hotel não apenas um lugar para descansar, mas também um lugar de experiência, onde vão poder criar memórias e até conhecer novas culturas. É a partir daí que surge a necessidade de inserir no mundo da hotelaria, designs que tragam inovação e singularidade para o empreendimento.

A economia da experiência traz a ideia de que as empresas devem proporcionar momentos únicos e emoções memoráveis aos seus clientes. Para Pine e Gilmore (1999), o conceito de economia da experiência consiste na criação de experiências e emoções que o consumo de determinado produto/serviço propicia, criando oportunidade de vivências individualizadas e, desta forma, singulares.



Construindo, portanto, uma proposta de empreendimentos que também provoquem essa oferta de conhecimento. Como resultado, a experiência original e autêntica, tende-se assim a caracterizar os serviços hoteleiros, bem como surpreender o turista para além daquilo que este pode descobrir e conhecer online, com especial destaque para o envolvimento com o destino e a cultura do local (NEAULT, 2011).

De acordo com Moreira (2010), todo lugar tem uma aparência (vazio, rústico, tecnológico, sofisticado etc.), estimulando sensações e sentimentos nos usuários (como otimismo, confiança, descontração, insatisfação e etc.), que através do projeto, é possível induzir uma ou outra intenção. A aparência do lugar não está relacionada apenas aos estímulos visuais, mas compreende toda a carga sensorial do espaço: cheiros, sons e sensações táteis, promovendo uma percepção espacial ainda mais complexa, que faz emergir uma espécie de “memória involuntária” (CURY et al., 2016, p. 130-144).

As redes hoteleiras geralmente seguem um modelo padronizado, sendo pouco abertas à personalização, criando assim, espaços sem individualização. Segundo Trigo (2010), para ser uma experiência, a viagem precisa superar os aspectos triviais, estereotipados e convencionais, e estruturar-se como uma ação que possa surgir dos aspectos pessoais do viajante, em busca de momentos e lugares que enriqueçam sua história. Esses aspectos estão ligados também ao ambiente físico do hotel, onde acontece a experiência do hóspede, ou seja, da recepção, ao design dos apartamentos e projeções dos espaços comuns.



Em um mercado competitivo como o atual, as empresas procuram especializar-se para oferecer ao público produtos e serviços diferenciados (CLARKE e CHEN, 2007). A experiência do consumidor dentro de um hotel, em geral, é intangível, pois apesar de consumir e presenciar todos os elementos tangíveis que um hotel pode oferecer, no final da estada só lhe restará lembranças daquilo que presenciou (MOTTA et al., 2007). Nesse contexto os meios de hospedagem emergiram no mercado com a proposta de surpreender o hóspede, inovando na estrutura e oferecendo serviços até então diferenciados no mercado hoteleiro.

Portanto, destaca-se a importância de empreendimentos que ofertem o conhecimento e experiência ao hóspede. Logo, a proposta de realizar uma vivência confirma as previsões de Jensen (1999) que na sociedade do sonho de amanhã, recompensa-se com mais generosidade aqueles que podem contar histórias. Como exemplos de Design de interiores inserido aos hotéis, que trazem essa identidade única pelo seu design e pela decoração, este estudo escolheu os seguintes empreendimentos, uma vez que são hotéis que se destacam exatamente pela proposta do seu design.

- a) **Hotel Unique**, localizado em São Paulo. Há 12 anos, quando foi projetado pelo arquiteto Ruy Ohtake, o hotel chegou ao mercado com a proposta de ser único. Um hotel design, com espaços diferenciados e atendimento personalizado, com uma estrutura inédita em forma de arco invertido, marcada pelo desenho de janelas circulares. Além de ser suspensa do solo e conter uma fachada de vidro.



Figura 1. Hotel Unique, São Paulo – SP



Fonte: Booking, s.d.

Figura 2. Recepção do Hotel Unique, São Paulo – SP.



Fonte: Booking, s.d.



Figura 3. Área comum do Hotel Unique, São Paulo – SP.



Fonte: Booking, s.d.

- b) **Chapter Roma Hotel.** Localizado em Roma, foi inaugurado em maio de 2019. O hotel que se instala em um edifício do século XIX, teve sua estrutura original restaurada e inspirada no atual centro de Regola. Os espaços de convivência do hotel são preenchidos com uma mistura de arte clássica e contemporânea, além de grafite para acompanhar o espírito criativo e energia do bairro onde está situado. Já os quartos são simples, mobiliados por móveis de designers locais e internacionais. Tudo isso, com a intenção de trazer calma nas tempestades históricas e culturais da cidade.



Figura 4- Recepção do Chapter Roma Hotel, Roma



Fonte: Booking, s.d

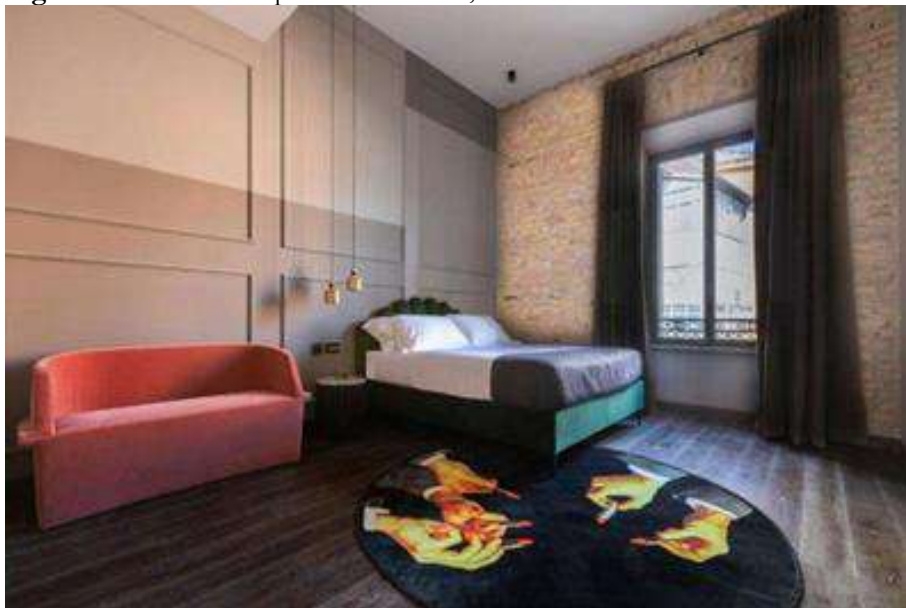
Figura 5- Recepção do Chapter Roma Hotel, Roma



Fonte: Booking, s.d



Figura 6- Suíte do Chapter Roma Hotel, Roma



Fonte: Booking, s.d.

- c) **Hotel Ripple** – Lago Qiandao / Li Xiang, localizado na China, foi construído em 2015 no Lago Qiandao. Um lugar envolto por montanhas, possuindo 12 edifícios. Cada edifício de dois pavimentos cobre uma área de 300 m² e estão semi-ocultos a medida que sobem a colina. Com vistas para a água e o céu, é harmonioso e independente. A arquitetura do hotel é simples e contemporânea, sendo branco do piso ao teto, incentivando um diálogo entre o interior e exterior. As mobílias são os protagonistas do hotel, sendo bastante utilizada a madeira e o bambu para incrementar a expressão do senso ecológico. Com o tom dominante do branco, destaca a tranquilidade trazida pela madeira, e também revela toques sucintos e contemporâneos.



Figura 7- Recepção do Hotel Ripple, China



Fonte: Arch Daily, s.d

Figura 8- Recepção do Hotel Ripple, China



Fonte: Arch Daily, s.d



- d) **Six Senses Botanique Hotel**, localizado em Campos do Jordão – SP, foi construído com materiais nativos, como o jacarandá e a ardósia. O Hotel está envolvido por montanhas, nascentes de rios e possui uma sofisticação moderna. Cada detalhe foi cuidadosamente escolhido para respeitar a topografia da região, as tradições nativas, a arte e a cultura contemporânea, com uma sensação de "ar livre por dentro". O edifício principal oferece sete acomodações privilegiadas com vista para o vale ou as montanhas. Há também 13 vilas individuais estrategicamente espalhadas ao redor das montanhas exuberantes para que o hóspede tenha privacidade, com todo o conforto.

Figura 9- Six Senses Botanique, Campos do Jordão



Fonte: Booking, s.d



Figura. 10- Six Senses Botanique, Campos do Jordão



Fonte: Booking, s.d.

- e) **Hotel Emiliano** - RJ, Studio Arthur Casas, foi inaugurado em 2017. Possuindo uma arquitetura contemporânea, localizado em frente à Praia de Copacabana, o edifício dá prioridade a luz natural, valoriza a vista e conecta os visitantes à Cidade Maravilhosa. O Interior do hotel remete ao modernismo brasileiro, tendo como inspiração inicial o painel do artista e paisagista Roberto Burle Marx, que está localizado na recepção do hotel. Os tecidos e as texturas dos móveis do lobby e dos dormitórios seguem os tons de verde da obra, enquanto a decoração apresenta mobiliário assinado por importantes nomes do design nacional dos anos 50, como o carioca Sergio Rodrigues, e por designers contemporâneos, como a italiana Paola Lenti. Nos revestimentos também predominam os tons claros de materiais 100% brasileiros, a exemplo da palha natural, a madeira, o mármore branco paraná, o granito e a pedra.



Figura 11- Hotel Emiliano RJ, Studio



Fonte: Arthur Casas, s.d



Figura 12- Hotel Emiliano RJ, Studio



Fonte: Arthur Casas, s.d.

Destaca-se que o design também tem relação direta com o marketing sensorial que tem como objetivo reconhecer como uma organização pode criar consciência e reforçar a imagem da marca, que é



aquilo que os indivíduos percebem, por meio de diferentes estratégias sensoriais, de forma articulada com a identidade da marca, que é aquilo que a organização transmite, e o perfil dos segmentos-alvo (AGAPITO, 2022).

O marketing sensorial pode ser definido como o “marketing que envolve os sentidos, afetando a percepção, a avaliação e o comportamento dos consumidores” (KRISHNA, 2012, p. 332), permitindo atuar ao nível da clarificação e reforço da identidade e imagem das marcas.

E assim, na hotelaria, de acordo com Castelli (2005, p. 214), elementos sensoriais como cheiro, som, toque, sensação “constituem até certo ponto numa espécie de hospitalidade”, ao escrever sobre a dimensão espacial, a instalação e os equipamentos utilizados. Ou seja, a abordagem de marketing sensorial na hospitalidade deve ser realizada de forma responsável, inspirando a estratégia sensorial em recursos locais distintos (ex. música, gastronomia, produtos locais, artesanato, arquitetura, fauna, flora). Este aspecto é fundamental para valorizar as experiências dos hóspedes.

As infraestruturas geralmente são fundamentais no setor hoteleiro, sendo muitas vezes a sua imagem e principal diferencial competitivo. Porém, como foi discutido anteriormente, no caso dos Hoteis Design, passa a ser mais do que uma competição de mercado. O foco neste tipo de inovação serve para prestar não só um bom serviço ao cliente, mas para facilitar as atividades do prestador como também a



redução de custos.

No setor hoteleiro a gestão ambiental está ligada a junção de valores ecológicos, culturais, políticos e econômico, e inclui práticas e adoção de posturas saudáveis, como atitudes menos danosas ao meio ambiente; reavaliação e conscientização da organização e dos colaboradores; o correto uso dos recursos naturais através de reaproveitamento e reciclagem; criação de novos modelos para maximizar os benefícios ambientais e organizacionais (MALTA e MARIANI, 2013).

Portanto, a hotelaria tem um papel fundamental no desenvolvimento da atividade sustentável, uma vez que pode contribuir fortemente para a valorização dos recursos naturais e culturais, dentro de um planejamento visionário e em consonância com este conceito de turismo, especializado no desenvolvimento sustentável. Além disso, segundo Petrocchi (2002, p. 20) “A gestão hoteleira é muito complexa exigindo postura estratégica no sentido de tornar a organização atenta e ágil adaptando-se continuamente às variações do meio”. Por esse motivo, a adoção de práticas de sustentabilidade tornasse importante para o setor.

Como o nível de serviços oferecidos encontra-se relacionado com a disponibilidade de infraestruturas, muitas inovações nos serviços hoteleiros encontram-se associadas ao maior ou menor nível dos elementos físicos do estabelecimento. Deste modo, a grande maioria das cadeias hoteleiras, participam no desenho e construção dos seus próprios hotéis, contando com equipes especializadas.



Hotel design: um novo conceito no setor hoteleiro

O conceito Hotel Design é marcado por hotéis que possuem características arquitetônicas e design diferenciados, inovadores e dinâmicos. Seus projetos de design, no seu significado mais amplo, são utilizados desde a concepção do espaço até a máxima integração da arquitetura com o design de interiores, o design gráfico, digital e de produto, as artes e, também, a moda. Além disso, a preservação histórica, a preocupação com o entorno, as expressões artísticas e a sustentabilidade, são questões sempre presentes.

Verifica-se que a principal característica do turismo no mundo atual é o desenvolvimento de experiências de viagem para uma série de indivíduos que desejam ver, entender e experimentar a natureza de destinos diferentes e a forma como as pessoas vivem e trabalham nestes destinos (RITCHIE et al., 2010). E o Hotel Design vem para proporcionar uma experiência à mais para o turista que, ao mesmo tempo em que espera encontrar um produto ou um serviço conhecido, também sente vontade de fugir da rotina e de buscar o inusitado. Então os hotéis que forem além da excelência nos serviços e compreenderem essa nova fase da experiência no turismo, assumirão a liderança na criação de um novo valor para o setor da hospitalidade (GILMORE e PINE, 2002).

De acordo com Uren *et al.* (2013), o projeto de um Hotel Design visa superar o rotineiro, criar exclusividade e proporcionar novidade constante. Seja nos serviços oferecidos no atendimento ao hóspede, até à arquitetura do empreendimento. Porém é importante destacar também



que não há nenhuma organização nacional que reúna esses meios de hospedagem exclusivamente, ou que regule as normas para que um meio de hospedagem possa ser considerado Hotel Design.

Nacionalmente, é possível identificar algumas estruturas hoteleiras que se intitulam Hotéis Design, ou que, por suas características, poderiam ser considerados como tal. Porém o conceito deste tipo de empreendimento ainda não está consolidado no país, é um segmento novo para a hotelaria brasileira, iniciado no final da década 90. O empresário Ian Schrager era dono da discoteca Studio 54 em Nova York, quando decidiu entrar para o ramo da hotelaria. Comprou um hotel velho e deu liberdade para que o arquiteto e designer francês Philippe Starck o decorasse. Utilizando da decoração moderna e objetos de design, o Paramount acabou tornando-se uma referência na cidade. E assim, o conceito começou a ser conhecido pelo mundo. (FOLHA DE LONDRINA, 2001).

No Brasil, os Hóteis Design em sua maioria, não possuem o luxo como uma característica marcante. São assinados por arquitetos e/ou designers de interiores, seguidos de serviços personalizados, oferecendo uma experiência única para seus hóspedes. São hotéis independentes nos quais a utilização deste conceito funciona como um diferencial e são empreendimentos que vão contra a padronização, principalmente das redes hoteleiras.

Os hotéis independentes sobrevivem da inovação dos produtos e serviços e de sua habilidade em saber se diferenciar no mercado enquanto



as redes hoteleiras tendem à previsibilidade. A transformação de um hotel independente em um Hotel Design segue esta oportunidade de inovação e reposicionamento, mas deve ser planejada e implantada antes do declínio do seu ciclo de vida, sendo visto como uma estratégia de criação de um novo produto ou serviço.

As infraestruturas geralmente são fundamentais no setor hoteleiro, sendo muitas vezes a sua imagem o principal diferencial competitivo. Porém, como foi discutido anteriormente, no caso dos Hoteis Design, passa a ser mais do que uma competição de mercado. O foco neste tipo de inovação serve para prestar não só um bom serviço ao cliente, mas para facilitar as atividades do prestador como também a redução de custos.

Como o nível de serviços oferecidos encontra-se relacionado com a disponibilidade de infraestruturas, muitas inovações nos serviços hoteleiros encontram-se associadas ao maior ou menor nível dos elementos físicos do estabelecimento. Deste modo, a grande maioria das cadeias hoteleiras, participam no desenho e construção dos seus próprios hotéis, contando com equipes especializadas.

METODOLOGIA

A metodologia utilizada para a realização desse estudo foi a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo. Pelo fato do design de interiores aplicado aos hotéis ser um assunto relativamente recente, buscou-se apresentar de forma geral este segmento novo da hotelaria, que ainda está se desenvolvendo no Brasil e principalmente na Paraíba. A



pesquisa de campo foi realizada no Xilo Design Hotel.

Na primeira etapa do trabalho, foi feita uma revisão de literatura, abrangendo livros, periódicos, monografias, artigos científicos, dentre outras publicações eletrônicas, buscando entender a evolução da indústria hoteleira e a sua nova estrutura. A partir dessa visão mais ampla, foi possível fazer um estudo mais específico do design de interior relacionado aos hotéis.

Na segunda fase foi realizada uma entrevista com um dos gestores do Xilo Design Hotel e adotou-se a codificação G1 para fazer referência às falas do gestor. Segundo Haguette (1995), a entrevista é um processo de interação social, no qual o entrevistador tem a finalidade de obter informações do entrevistado, através de um roteiro contendo tópicos em torno de uma problemática central. A entrevista foi realizada presencialmente, no dia 22 de setembro de 2022, no próprio hotel, através de um roteiro estruturado com dez perguntas, onde o gestor pôde contar sobre o empreendimento, como forma de obter as informações necessárias para responder ao objetivo proposto.

Além disso, foi feita uma análise da percepção e opinião dos hóspedes por meio de comentários realizados em OTA's (*Online Travel Agencies*). Também foi aplicado um questionário *online* pelo *Google Forms*, respondido por 3 arquitetos e designers, para entender mais sobre o design e arquitetura aplicado na hotelaria, pois como afirma Minayo (1994) na pesquisa qualitativa o importante é o pesquisador se preocupar com o aprofundamento das questões estudadas, mesmo diante de limitações encontradas no percurso traçado. E também, adotou-se a seguinte



codificação para os 3 respondentes (R1, R2 e R3).

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A discussão dos resultados foi dividida em três partes para melhor entendimento da pesquisa. A primeira parte sendo a entrevista com o gestor do Xilo Design Hotel, onde o próprio conta um pouco sobre o hotel, como surgiu e seu propósito. A segunda parte é uma análise dos comentários deixados por hóspedes nas OTA's em relação ao hotel e suas experiências. Por último, a apresentação do questionário aplicado junto a arquitetos e designers.

Lócus da pesquisa: Xilo Design Hotel

O Xilo Design Hotel traz um novo conceito de hospedagem em João Pessoa. Localizado no bairro de Cabo Branco, tem a proposta de unir viagem e arte, proporcionando experiências, passeios e encontros na Paraíba. O hotel é de pequeno porte, pouco conhecido, porém com um grande potencial de se destacar na capital Paraibana.

O Hotel possui portas feitas de material reciclado, assim como a maior parte das mobílias. As lixeiras são seletivas e o aquecimento da água é feito por energia solar. Todo o seu design é inspirado no Nordeste do Brasil, valorizando sua natureza, cultura e culinária. Incentivando a arte e os artistas locais. O Hotel tem a proposta de criar conexões e com um exempli disso é a galeria de arte, que tem o intuito de criar uma interação com o cotidiano das pessoas, convidando todos a visitarem e a conhecer além da estrutura, as artes expostas no hotel.



Figura 13- Fachada Xilo Design Hotel



Fonte: Booking, sd

Figura 14- Suíte do Xilo Design Hotel



Fonte: Booking, sd



Figura 15- Recepção do Xilo Design Hotel



Fonte: Behance, 2016.

Figura 16- Recepção do Xilo Design Hotel



Fonte: TripAdvisor, sd.

Entrevista com o Gestor do Xilo Design Hotel

A entrevista realizada com o gestor e proprietário, formado em Turismo, foi realizada no próprio hotel no dia 22 de setembro de 2022.



Ele iniciou relatando que “o hotel era uma residência e que em 2014 foi iniciada a construção e reforma da propriedade. A inauguração ocorreu em outubro de 2016. O projeto do hotel foi assinado pelo arquiteto Eduardo Nóbrega que planejou todos os espaços e a ampliação da casa para a construção do hotel em si. O design do interior do estabelecimento foi planejado pelos proprietários do Hotel” (G1).

O Design do empreendimento foi um processo criativo que ocorreu durante os dois anos de construção, tendo como referências lugares que os donos já passaram, memórias afetivas do que estudaram e vivenciaram fora do país. E por último, “*o amor pela terra*”. A cor base do hotel é branco, preto e cinza e as outras cores foram trazidas nos objetos e móveis. O que trouxe um ar moderno, contemporâneo, mas sem esquecer das tradições. E vale ressaltar, que as móveis do hotel, foram construídas pelos próprios donos. Por exemplo, as cadeiras do restaurante e os armários dos quartos que foram apelidados como: pau de Arara, foram reaproveitados os caibros de maçaranduba da reforma do hotel e fizeram módulos de MDF, muito versátil. O armário criado por eles foi premiado em um evento chamado Novos Talentos Brasileiros, no Rio de Janeiro.

O evento Novos Talentos Brasileiros – Design & Arte, surgiu com o propósito de dar visibilidade a recém-formados e estudantes da área de design de produto, bem como a profissionais que estão despontando neste mercado, abrindo espaço para que possam apresentar suas criações – peças de mobiliário, objetos e luminárias em fase de prototipagem ou em recente linha de produção – ao público e ao mercado de movelaria e



decoreação (NOVOS TALENTOS BRASILEIROS, 2022).

Segundo o entrevistado (G1), “o nome Xilo vem de Xilogravura. *A palavra Xilo significa madeira, que soma com a proposta do hotel que é fazer os hóspedes se sentirem inseridos, conhecer a arte local, a arte nordestina. O design é ponte para quem se hospeda ter acesso a cultura. Além de toda a experiência que o hotel proporciona ao hóspede através do VISU, sendo uma organização dentro do hotel, que trabalha com expedições de pequenos grupos de pessoas*”.

Hospedar-se no Xilo, para o entrevistado (G1), “é um turismo de vivência, de experiência. É uma imersão no nordeste seco. *A missão é fazer os turistas verem que o Nordeste não é apenas sol e praia, a cultura nordestina também está no interior da Paraíba, por exemplo.* Além de trabalharem com a economia colaborativa, ou seja, todos os locais de vivência visitados, são cobradas taxas de pequeno valor para os turistas conhecerem”.

Uma questão destacada pelo entrevistado (G1), “é que o hotel também é uma galeria, não só para os hóspedes, mas para quem quiser visitar, também será bem-vindo. *Os corredores do Xilo possuem quadros de artistas nordestinos, que é uma parceria com a Nuvem Produções, uma agência natural de Recife. Os quadros estão todos a venda com um QR code ao lado da tela, o hóspede ou visitante pode ter mais informações e valores sobre a peça e levar para casa*”.

Além do design ser ponte cultural, é também ponte para a divulgação do hotel que acaba ocorrendo nas principais plataformas, sendo elas o Instagram e sua página na internet. O design do hotel estimula as pessoas a tirarem fotos e compartilhar. Além de pequenas ações e mudanças que ocorrem dentro do meio de hospedagem, como pinturas realizadas no interior do hotel, troca e renovação de mobiliários e



eventos internos são registrados e divulgados pelo próprio hotel, criando vínculo e trazendo a inovação para os hóspedes.

O Xilo possui uma pontuação de 9.5 de avaliação nas OTA's. O *feedback* dos hóspedes está muito mais ligado à questão da experiência cultural que o hotel proporciona a eles. Sendo claro, um ponto positivo, já que o hotel tem essa proposta de fazer os hóspedes se sentirem em casa, acolhidos pelos paraibanos.

Análise das avaliações dos Hóspedes

Analisando a percepção dos hóspedes de acordo com as avaliações no Tripadvisor e no Booking, além de se encantarem com o design do hotel, alguns deles tiveram a oportunidade de dialogar com os donos, ouvir toda a história sobre a criação do hotel, trazendo assim, não apenas a vivência de uma estadia qualquer, mas uma experiência completa de imersão na cultura do Nordeste.

Figura 17: Comentário no Site TripAdvisor



Fonte: TripAdvisor, 2019.

Fica evidente no comentário exposto na figura 17 que o hóspede ficou satisfeito com sua estadia, assim como, com a infraestrutura e



decoreção do hotel Xilo.

Figura 18- Comentário no Site Booking



Fonte: Booking, 2022.

Para um turista, a qualidade dos quartos (algo tangível), é mais importante que a qualidade do ar (algo intangível) no entanto, os dois tipos de elementos contribuem para a satisfação final, onde o turista irá defender e “vender” o destino (GOPALAN e NARAYAN, 2010). As memórias podem ser reforçadas pela presença de experiências sensoriais; os eventos emocionais que recorram aos sentidos tendem a ser recordados com maior facilidade do que os eventos não emocionais (PINE e GILMORE, 1999).

Ou seja, as experiências substituem os valores funcionais e proporcionam valores sensoriais, emocionais, cognitivos, comportamentais e relacionais, portanto deverão ser autênticas, pois cada vez mais os consumidores procuram experiências mais pessoais, logo mais verdadeiras (PINE e GILMORE, 2010).

Sendo assim, importante destacar os pontos-chaves apresentados anteriormente neste estudo; tais como o papel do designer na construção não apenas da aparência física, mas a funcionalidade e os contextos de uso; em como o espaço interior reflete a identidade organizacional em relação ao turista; e conseqüentemente, a relação do design de interiores,



no papel de prolongar e até mesmo como é possível acrescentar novas possibilidades à experiência do hóspede.

Análise do questionário aplicado junto a arquitetos e designers

Realizou-se um questionário *online* pelo *Google Forms* com 8 perguntas, respondido por 3 profissionais de design de interiores e arquitetura, para compreender mais sobre o design e arquitetura aplicado à hotelaria.

Primeiramente, foi questionado qual a importância do design na construção de um empreendimento hoteleiro, e os 3 respondentes afirmaram frases como “é extremamente importante, visto que é necessário entender as necessidades dos hóspedes para que com base em um bom estudo de design e arquitetura, o empreendimento possa assim conseguir transmitir aquilo que os turistas procuram ao optar por se hospedar naquele hotel”.

“Isso vai de optar pelas cores do hotel, formas e objetos que formam a arquitetura do local, até às questões de conforto e melhor aproveitamento no local por determinado período de tempo” (R1) “Além de ser de suma importância para a divulgação do empreendimento, ainda mais na era digital que só cresce em que tudo é pensado para promover imagens e cenários para fotos, além do conforto e comodidade, porque sabe-se que a internet propaga algo que é bom, muito rápido, da mesma forma que propaga algo ruim”. (R2)

Logo em seguida foi questionado se a arquitetura e o design influenciam na experiência do hóspede e de que forma. Os 3 responderam



que sim, totalmente. A arquitetura é feita exatamente para causar algum sentimento, seja ele de alegria, entusiasmo ou até mesmo de estranheza. Sendo assim, tudo deve ser pensado no "projetar" para ser remetido no ambiente e à experiência do hóspede. Em destaque, o respondente (R1) comentou sobre o estudo do conforto ambiental, colocando a pergunta: “seria confortável dormir em um quarto completamente vermelho, em todas as paredes, ou seria de melhor escolha optar por um quarto que transmitisse um sentimento de paz e calma para sair da rotina. E através desse estudo pode-se abrir as portas para os seus próximos hóspedes”.

Posteriormente, foram questionados se eles acreditavam que hoje em dia os hotéis investem mais na arquitetura e no design da sua estrutura. Os 3 responderam que sim. Além de ser um diferencial no mercado, hotéis que buscam estar atentos às necessidades e demandas dos turistas, tendem a crescer mais rápido no mercado. Um respondente (R2) “destacou o hotel Ibis, que mesmo fazendo parte de uma rede de hotéis sempre tem novos projetos, novas identidades visuais e um estilo contemporâneo”.

Foi solicitado que citassem exemplos de hotéis que investem no design e o respondente (R1) citou que “os hotéis europeus, *que trazem toda* a infraestrutura histórica do país/cidade que está inserido, contando assim com a máxima potencialização da arquitetura e design ali inseridos. Outro respondente (R2) citou “os hotéis cápsulas, que são comuns na Ásia, mas já vem se propagando em outros lugares”.



Foi questionado também sobre quais os principais pontos a serem observados pelos profissionais de arquitetura e design para um hotel e quais os principais desafios. Os 3 respondentes afirmaram que os principais pontos eram o conforto do ambiente, layout, acústica e design no geral. Enfatizaram também que os hotéis são um grande desafio, independente da escala, mas que acreditavam que tem que é preciso pensar em dois aspectos: além dos hóspedes, também deve-se pensar nos colaboradores, viabilizando o melhor para ambos. “Além de ser um desafio maior para os investidores enxergar que sair dos métodos mais tradicionais ou mais antigos do mercado, seria a melhor forma de investir no seu negócio, que gerar uma experiência completa é sempre de grande valia” (R2).

Em seguida, foi questionado se concordavam que os projetos hoteleiros eram mais complexos, depois de aeroportos e hospitais. R1 e R2 concordaram, pois, milhares de pessoas passarão pelo local, e projetar algo que atenda todas as demandas requer grande atenção aos mínimos detalhes. E apenas o R3 discordou, afirmando que “ambientes comerciais, que não se define público-alvo, são mais complexos”.

Abordando sobre a Paraíba, foi questionado se os empreendimentos buscam por inovação e tecnologia na hora de planejar o design e a arquitetura e se é comum buscar ter essa inovação. Os 3 entrevistados afirmaram que “tem se tornado mais comum o investimento na tecnologia e inovação, mesmo não sendo muito comum hotéis que ofereçam uma experiência completa ao hóspede, desde o momento da compra até o *check out*”.



Por fim, questionou-se sobre se o planejamento do design de um hotel tem que ser pensado mais no público ou na identidade do empreendimento. Os 3 entrevistados responderam que “em ambos, pois agradar o hóspede sempre deve ser o maior objetivo de um meio de hospedagem e sabendo das ferramentas de identidade de forma com que tudo se encaixe, fazendo com que uma coisa agregue valor à outra. Caso o hotel tenha um público-alvo específico, a arquitetura deve ser pensada para esse público, caso não, um projeto mais atemporal e contemporâneo vai alcançar uma gama maior de clientes”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A proposta desse artigo foi analisar a importância do design no setor hoteleiro e avaliar o seu desenvolvimento nos últimos tempos, tendo como base o estudo de caso do Xilo Hotel, em João Pessoa, na Paraíba. Com o desenvolvimento da pesquisa, percebe-se que o design na hotelaria vem crescendo a cada ano, vindo agregar valor e experiência para os hóspedes, além de ser vantajoso para o empreendimento, trazendo mais modernidade e inovação.

Ficou evidente que o design tem suma importância na hotelaria e essa inovação em meios hoteleiros tem sido um tema cada vez mais discutido e estudado. Sendo visto todos os benefícios que trazem tanto através do marketing e da divulgação do empreendimento, como da sustentabilidade, além é claro, da satisfação dos hóspedes.

Os hotéis reconhecem seus concorrentes e buscam atrair hóspedes através do seu diferencial, da sua inovação e experiência que



proporcionam, como foi visto nas avaliações dos hóspedes destacados anteriormente, pois isso pode trazer vantagem na competição de mercado.

Com relação ao hotel design estudado, apesar de ser novo no mercado paraibano, o mesmo traz consigo uma experiência inovadora, possuindo características compatíveis com as definições de hotéis design, como foi abordado anteriormente. Com uma forte característica nordestina, a idealização e construção do hotel, buscou unir a cultura, o design e a inovação, trazendo para o setor hoteleiro paraibano, um novo conceito de hospedagem. Sendo ele, a própria ponte para um marketing orgânico, usando toda sua diferenciação para encantar e envolver os hóspedes na sua história.

Com base no estudo realizado, fica explícito que o turismo precisa de novas opções de empreendimentos hoteleiros que invistam na inovação e na possibilidade do turismo de experiência. E para isso, é necessário investir em designers e arquitetos que tragam isso para dentro dos estabelecimentos. Nesses termos, compreende-se que o design aplicado na hotelaria, agrega diferenciais que vão além dos aspectos funcionais, possibilitando discutir sustentabilidade, hospedagem independente e personalizada, turismo de experiência e diversos aspectos sensoriais. Tudo isso, gerando uma experiência memorável para os hóspedes e maior competitividade para os hoteleiros que investirem nesse aspecto promissor.



REFERÊNCIAS

ABD. **Associação Brasileira de Design de Interiores**. [S. l.], 2022. Disponível em: <https://abd.org.br/quais-sao-as-principais-diferencas-entre-o-design-de-interiores-a-decoracao-e-a-arquitetura-de-interiores>. Acesso em: 30 maio, 2022.

AGAPITO, D. (coord.). Marketing Sensorial: casos no retalho, hospitalidade e turismo. [S. l.]: **SÍLABAS & DESAFIOS - UNIPESSOAL LDA.**, 2022. 190 p. Disponível em: https://sapiencia.ualg.pt/bitstream/10400.1/17646/1/Agapito_MARKETING%20SENSORIAL_final.pdf. Acesso em: 24 out. 2022.

BROOKER, G.; STONE, S. **O que é Design de interiores?** São Paulo: Senac, 2014.

CASTELLI, G. **Hospitalidade: na perspectiva da gastronomia e da hotelaria**. São Paulo: Saraiva, 2005.

CLARKE, A.; CHEN, W. **International hospitality management**. São Paulo: Elsevier, 2007.

CRUZ, R. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003.

CURY, M. D. A.; DELGADO, D. P. N.; PIMENTA, A. de B. Conceitos e atmosferas na arquitetura de interiores: subsídios para debate sobre atuação do profissional. **CES Revista**, [S. l.], v. 30, n. 1, p. 130-144, 2016.

Design Institute of Australia. **Interior Design/Architecture**. Disponível em: <https://www.design.org.au/designindustry/design-disciplines-2/interior-architecture-design>. Acessado em: 17 mai. 2022.

FREIRE, K. Reflexões sobre o conceito de design de experiências. **Strategic design Research Journal**, v. 2, n. 1, p. 37-44, 2009.

GIBBS, J. **Design de interiores: guia útil para estudantes e profissionais**. Barcelona: Gustavo Gili, 2013.

GIBBS, J. **Design de interiores: Guia útil para estudantes e profissionais**. 1. Ed. São Paulo: G. Gili, 2015.

GILMORE, J. H.; PINE II, B. J. **Differentiating hospitality operation via experiences: why selling services is not enough**. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 43(3), 87-96, 2002.



GOMES, S. L. R. **Design do Lobby de Hotel:** requisitos necessários para o lobby contemporâneo. 2017. Dissertação (Mestrado em design de Equipamento) – Faculdade de Belas-Artes, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2017.

GOPALAN, R.; NARAYAN, B. **Improving customer experience in tourism:** a framework for stakeholder collaboration. *Socio-Economic Planning Sciences*, v. 44, Issue 2, p. 110-112, 2010.

GUERIN, D.; MARTIN, C. The career cycle approach to defining the Interior Design profession's body of knowledge. **Journal of Interior Design**, v. 30, n. 2, p. 1–22, 2004.

GUERIN, D.; MARTIN, C. **The Interior Design profession's body of knowledge and its relationship to health, safety, and welfare.** College of Design, University of Minnesota, 2010.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na sociologia.** 4.ed. Petrópolis: Vozes, 1995.

HOTEL design é a novidade no Brasil. **Folha de Londrina**, [S. l.], p. 1-1, 3 mar. 2001. Disponível em: <https://www.folhadelondrina.com.br/imobiliaria-e-cia/hotel-design-e-novidade-no-brasil-325488.html>. Acesso em: 24 out. 2022.

HULTÉN, B. **Sensory Marketing:** Theoretical and empirical grounds. New York: Routledge, 2015.

JENSEN, R. **The Dream Society:** How the coming shift from information to imagination will transform your business. New York: McGraw-Hill, 1999.

KRISHNA, A. An integrative review of sensory marketing: engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. **Journal of Consumer Psychology**, v. 22, issue 3, p 332-351, 2012.

LEAL, W. **O real e o virtual no turismo da Paraíba.** João Pessoa: Arpoador Gráfica, 2001.

LEANDRO, A. G. **O turismo em João Pessoa e a construção da imagem da cidade.** 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2006.

LEES-MAFFEI, G. Introduction: professionalization as a focus in interior design history. **Journal of Design History**, v. 21, n. 1, p. 1–18, 2008.



LINDSTROM, M. **Brand sense**: a marca multissensorial. Tradução de Beatriz Affonso Neves. Porto Alegre: Bookman, 2007.

MALTA, M.C.M.; MARIANI, M.A.P.; Arruda, D.O. Reflexões acerca da sustentabilidade no âmbito da gestão de empreendimentos hoteleiros. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.6, n.2, p.534-553, maio/jul. 2013.

MINAYO, M. **Pesquisa Social**: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

MOREIRA, S. QDP-design: metodologia para gerar soluções assertivas a partir de conceitos criativos. In: 9º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em design, Universidade Anhembi Morumbi, **Anais**, São Paulo, 2010.

MOTTA, A. et al. Conceituação de hotéis exclusivos. **Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, 2007, v. 2, n. 4, p. 1-13, dez. 2007.

NEAULT, C. **Le tourisme de luxe, c'est chic!** Reseau de Veille Tourisme, Québec, 2011.

NIEMEYER, L. **Design no Brasil**: Origens e instalação. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2007.

NOVOS Talentos Brasileiros. **Design & Arte**. [S./], Disponível em: <https://novostalentos.dodesign.com/>. Acesso em: 1 dez. 2022.

OMENA, T. A procura do equilíbrio do mercado turístico. **Boletim Técnico Senac**, v.15, n. 1, p. 29-39, jan./abr. 1989.

PETROCCHI, M. **Hotelaria planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2002

PERULLO, N. Filosofia della gastronomia laica: il gusto come esperienza. **Rivista di Estetica**, Roma, v. 45, p. 191-192, jul. 2010.

PHILIPPINE Institute of Interior Designers. **What is Interior Design?** Disponível em: <http://piid.org.ph/interiordesigner.html>. Acesso em: 17 mai. 2022.

PILE, J.; GURA, J. **A history of Interior Design**. 4.ed. New Jersey: John Wiley & Sons, 2014.

PINE, B.J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy**. Boston: Harvard Business School Press, 1999.



PINE, B. J., e GILMORE, J. H. **The Experience Economy**: work is theater & every business a stage. Boston: Harvard Business School Press, 2011.

PINE, B. J., e GILMORE, J. H. **Autenticidade**: o que realmente querem os consumidores. Lisboa: Actual, 2010.

RITCHIE, J. R. B., TUNG, V. W. S., & RITCHIE, R. J. B. Tourism experiential management research: emergence, evolution and future directions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, v.23, issue 4, p. 419-438. 2010.

SANTOS, R.O. O Impacto da arquitetura na experiência do hóspede. **Revista Hotéis**, 2017. Disponível em: <https://www.revistahoteis.com.br/o-impacto-da-arquitetura-na-experiencia-do-hospede/>. Acesso em: 30 de mai. 2022.

SILVA, W.C.D.; SPOLON, A.P. **Hotelaria – Volume 1**, Rio de Janeiro, Fundação CECIERJ, 2011.

TAN, Lindsay. A review of environmental symbology: origins and contributions toward a theoretical framework. **Journal of Interior Design**, v. 36, n. 2, p. 39–49, 2011.

TISSIANI, K.; CEREZA, S. **Design Sensorial** - O que esperar? Ambientação da sala de espera para consultório odontológico infantil. In: Seminário de Iniciação Científica, Seminário Integrado de Ensino, Pesquisa e Extensão e Mostra Universitária, **Anais**, p. 382, 2014.

TRIGO, L. A viagem como experiência significativa. **Turismo de experiência**, v. 1, p. 21-41, 2010.

UREN, F. H. R.; CRÍZEL, L. C.; MIYASAKI, R. T. C.; GAZZONI, B.; AMPOLINI, H. D; Hotéis e a nova estética do espaço. **Revista Especialize On-line IPOG**. Goiânia, dezembro de 2013. Disponível em: <https://silo.tips/download/hoteis-e-a-nova-estetica-do-espao>. Acesso em: 20 mai 2019.

VANZELLA, E.; BRAMBILLA, A. **Parahyba do Norte**: diários da Hotelaria. João Pessoa: CCTA, 2022.

VELOSO, C. **Introdução ao universo da hospitalidade**. Campinas, SP: Papirus, 2005.

NASCIMENTO, Felipe Gomes do

Doutorando em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Mestre em Desenvolvimento e Meio Ambiente pela Universidade Federal da Paraíba (PRODEMA-UFPB) e Bacharel em Hotelaria pela mesma instituição. Atualmente, é Facilitador do Projeto Orla e atuou no projeto: "Brasil, essa é nossa Praia". Pesquisador do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET), na qual coordena as linhas de Pesquisa Turismo Sustentável e Dark Tourism, e do Grupo de Estudos em Gestão do Turismo (GESTUR) - Diretório do CNPQ. Desenvolve pesquisas nas temáticas: planejamento e gestão turística responsável/sustentável; dark tourism no contexto brasileiro. Atua como presidente do conselho de turismo da cidade de Itapororoca (COMTUR) e secretário do Fórum Regional de Turismo Sustentável Vale do Mamanguape-PB.

ACESSIBILIDADE EM RESTAURANTE PARA O PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE NA CIDADE DE AREIA-PB

Felipe Gomes Nascimento

O envelhecimento populacional tem sido considerado um fenômeno mundial nas últimas décadas, pois, observa-se crescimento no número de idosos em vários países. Esse aumento está atrelado às modificações existentes na sociedade atual, na qual os indivíduos estão mais preocupados com a saúde e adotando posturas mais saudáveis, além disso, o avanço da ciência, e dos meios tecnológicos tem contribuído significativamente para o aumento na perspectiva de vida (EVANGELISTA, BULCÃO, *et al.*, 2018).

Toda essa mudança na estrutura demográfica tem lançado novos desafios para os diversos setores econômicos, dentre eles, o turismo, pois, as pessoas que fazem parte do grupo chamado terceira idade têm apresentado mais disponibilidade e motivação para realização de atividades turísticas. Machado (2018), afirma que o turismo é uma atividade que proporciona para o idoso uma quebra de rotina, gerando a sensação de liberdade e autonomia, espontaneidade, interação com outras pessoas, afetando diretamente sua qualidade de vida.

Na atividade turística o público de terceira idade, como qualquer outra demanda turística, usufrui dos serviços turísticos como meios de hospedagem, transportes turísticos, locação de veículos e equipamentos, espaços para eventos, entretenimento, informação turística, passeios, alimentação entre outros serviços (IGNARA, 2013).



No que diz respeito ao setor de alimentação, em especial aos ofertados em restaurantes, um dos grandes obstáculos que se coloca ao desenvolvimento de atividades nesses empreendimentos são as inadequações das condições de acessibilidade da estrutura física, pois há certas características deste público que devem ser observadas para que eles possam ter asseguradas as condições adequadas de utilização dos serviços de alimentação, embora esse público apresente mais disposição, saúde e novos desejos, o envelhecimento promove naturalmente a perda de aspectos fisiológicos e físicos que precisam de atenção e de adequação por parte dos empreendimentos (RIBEIRO, 2013).

Mediante o exposto, o objetivo deste estudo é analisar as condições de acessibilidade para a terceira idade de um restaurante localizado em uma comunidade rural da cidade de Areia-PB de forma a verificar se a mesma atende às necessidades deste público, segundo a NBR 9050/2015 da ABNT.

Esse trabalho justifica-se pela necessidade de expandir o assunto de acessibilidade para a terceira idade em diferentes serviços e infraestrutura turística, além disso, esse trabalho possibilitará debate sobre a importância dos aspectos arquitetônicos para a experiência turística. Outrossim, é que essa avaliação proporcionou para o fenômeno em estudo, um diagnóstico que pode ser utilizado para melhor estruturar o empreendimento.

A discussão alinhavada organiza-se sob a forma de seções. A problemática foi exposta nesta introdução e posteriormente é



apresentado na seção 2, o referencial teórico que discute os temas: “terceira idade e turismo” e “acessibilidade e restaurante”. Em seguida, na seção 3, contextualiza-se os procedimentos metodológicos utilizados. Na seção 4 apresentam-se os resultados da investigação bem como sua discussão. Por fim, são apresentadas as considerações finais que se expõe a sistemática do trabalho realizado, ao tempo em que aponta algumas possibilidades de pesquisas futuras.

Terceira idade e Turismo

O envelhecimento é um processo natural da vida humana, sendo assim, é preciso que a sociedade e o poder público estejam engajados para promoção de ações no processo de inclusão destes indivíduos, tanto na criação de políticas públicas, como na sensibilização da sociedade no acolhimento destas pessoas, fazendo com que eles possam sentir úteis, produtivos, respeitados e aceitos no meio social (FROMER e VIEIRA, 2003).

Para Duarte, Santos e Souza (2014), a pessoa idosa pode ser caracterizada como aquele que possui 65 anos em países desenvolvidos e acima de 60 anos para países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. É esperado que até o ano de 2025, o Brasil seja o sexto país do mundo em número de idosos (OMS, 2005). As projeções sugerem ainda que no ano de 2030, esse número passará para 41,5 milhões de pessoas, e que quase duplicará no ano de 2060, atingindo a marca dos 73,5 milhões



de habitantes com idade superior aos 60 anos (BORGES, CAMPOS e SILVA, 2015). Esse cenário é reflexo das políticas públicas de saúde, diminuição de natalidade e mortalidade, avanços nas ciências que têm produzido conhecimentos e contribuído para longevidades do ser humano (MELO, BRAMBILA, VANZELLA, 2020). Ainda, segundo os autores, o envelhecimento não pode se limitar à quantidade de anos vividos e a aspectos biológicos, mas, como os anos foram vividos e quais reflexo dos aspectos culturais e sociais dessas pessoas no contexto atual, ultrapassando opiniões relacionadas ao corpo.

A partir dos argumentos apresentados, percebe-se a necessidade de se lançar um novo olhar sobre o envelhecimento, encarando essa fase da vida com mais leveza e que promova para as pessoas idosas experiências extraordinárias e adequadas para seu estilo de vida. Para a Organização Mundial da Saúde (2015), a população idosa da atualidade dispõe de mais saúde, vigor físico, são mais independentes e dispostas, além disso, encontram-se aposentados, com tempo disponível para planejarem e realizarem atividades diferentes das habituais. Neste sentido, diversas atividades podem ser feitas por eles, uma delas, é o turismo.

Segundo o Ministério do Turismo (2015), o público de terceira idade tem apresentado como promissor no setor de viagens no Brasil, em pesquisa realizada em 2015, mostrou que esse público está mais disposto para colocar o plano de viajar em prática (27,8%), dentre os motivos para isso estão a renda mais elevada, tempo e disposição para viajar. Além disso,



o Ministério do Turismo, lançou no ano de 2007 o projeto Viaja Mais Melhor Idade, com objetivo de incentivar a inclusão das pessoas acima de 60 anos no mercado de viagens com descontos, condições especiais e pacotes personalizados para que esse público pudesse usufruir da melhor forma possível. Esse programa apresentou bons resultados, e foi lançado novamente no ano de 2013, promovendo incremento do turismo, e fazendo com que os destinos pudessem amenizar os efeitos da sazonalidade (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020), pois este público costuma a viajar na baixa temporada para aproveitar as oportunidades de descontos (MELO, SILVA, *et al.* 2018).

Para Brambilla, Vanzella e Baptista (2013), o turismo representa para o idoso, uma “quebra” da rotina, proporcionando um ócio criativo, na qual o público de terceira idade pode aproveitar para aprender coisas novas e entrar em contato com outras experiências.

O público de terceira idade procura no turismo atividades de encontros, de vivência de cultura, eventos, e práticas que relacionem a qualidade de vida e saúde. Esse fato demonstra um nicho bem específico e que precisa de atenção por parte dos planejadores da área turística. (DUARTE, SANTOS E SOUZA, 2014).

Mesmo que se tenha lançado um novo olhar sobre o turista idoso, cabe mencionar que algumas características de modificações funcionais e psicológicas podem refletir na interação do indivíduo com o ambiente (EVANGELISTA, BRAMBILLA, VANZELLA 2018). Para Ribeiro (2013, p.24):



o processo de envelhecimento produz diversas mudanças na vida de um indivíduo, não só fisiológicas e psicológicas, mas também mudanças de hábitos. As mudanças provocadas pelo envelhecimento influenciam também a tomada de decisões de compra e o consumo, o que exige diversas adaptações por parte das empresas e, dentre essas, aquelas relacionadas ao turismo.

A partir disso, faz-se necessária a adequação das infraestruturas turísticas de modo a atender às necessidades dos turistas idosos e, oportunizar melhoria na forma de relacionamento com o ambiente a qual ele está inserido. Além da infraestrutura, os profissionais que atuam nessa atividade precisam estar atentos e bem preparados para receber, cuidar e atender a qualquer necessidade desse público (COUTINHO, VANZELLA, BRAMBILLA, 2018).

Acessibilidade em Restaurante

O termo restaurante teve sua origem em Paris, na França e era conhecido como estabelecimento que tinha como objetivo inicial oferecer caldos restaurativos para os comensais, denominados “*restaurant*” que revigora a saúde e o bem-estar dos comensais (MEES, 2019). Uma versão popular sobre a história da origem do restaurante, afirma que:

No ano de 1765, o senhor *Boulangier*, um pequeno empresário francês, abriu na cidade de Paris uma casa de comidas e na fachada fixou um cartaz, com escrita em latim vulgar, no qual se lia “*Venis ad me omnes qui stomacho laboratis et ego restaurabo vos*” e cujo o significado era “Vinde a mim os que tendes o estômago vazio que eu os restaurarei”. Assim, de forma geral, o restaurante pode ser entendido como o estabelecimento que, mediante pagamento, fornece serviços voltados à alimentação e ao consumo de bebidas (MEES, p.12, 2019).



Para Fonseca (2018), os restaurantes podem ser classificados como estabelecimentos que propõem a preparação e a comercialização de alimentos a partir das características de um determinado público exclusivo. Walker (2012) contribui para essa discussão, afirmando que eles são um dos poucos lugares onde se pode vivenciar os cinco sentidos humanos: olfato, paladar, tato, visão e audição, pois, o conjunto é a soma desses sentidos que proporcionará uma experiência agradável na atmosfera e na degustação dos alimentos e bebidas.

No período moderno, os restaurantes passaram por um processo de reinvenção, sendo considerados lugares sofisticados, compostos por refeições bem elaboradas, dispostas em cardápio, sendo considerados um importante serviço para o turismo (MEES, 2019).

Para Silva e Leal (2011), o restaurante é peça fundamental dentro do setor turístico, tanto por atender a uma necessidade biológica, como agregar valor para o turista durante a viagem, pois nesses estabelecimentos é proporcionado encontros, as pessoas podem apreciar pratos típicos de uma localidade, ouvir uma boa música, e apreciar aspectos artesanais da cultura na ambientação. Eles reforçam essa ideia, acrescentando que os restaurantes vão além de ambientes de alimentação e nutrição, são lugares de interação e sociabilidade que têm como principais características a predominância de identidade de um povo, como traços da gastronomia local como predominância de produtos regionais, modos de preparo e a própria apresentação dos pratos e ambiente tornam uma experiência única para o visitante e transformam as experiências experimentadas no turismo.

Nesse contexto, os restaurantes vão assumindo novos lugares dentro do produto turístico, mas para que eles cumpram esse novo papel,



precisam adequar-se às normas de acessibilidade existentes, de modo a incluir todas as pessoas com deficiência e com mobilidade reduzida que possuem desejo de visitar esses lugares, inclusive o público de terceira idade.

A ABNT (2015, p.2) define a acessibilidade como:

possibilidade e condição de alcance, percepção e entendimento para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, mobiliários, equipamentos urbanos, edificações, transportes, informação e comunicação, inclusive seus sistemas e tecnologias, bem como outros serviços e instalações abertos ao público, de uso público ou privado de uso coletivo, tanto na zona urbana como na rural, por pessoa com deficiência ou mobilidade reduzida.

Para o Ministério do Turismo (2006, p. 10):

a acessibilidade pode ser entendida como a possibilidade de permitir que pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida possam usufruir de ambientes, equipamentos e mobiliários sociais, bem como de edificações, dos sistemas de transportes, e meios de comunicações e informações com segurança e autonomia.

Como visto, tanto os conceitos da Associação Brasileira de Normas Técnicas, quanto do Ministério do Turismo, apresentam intercessão no conceito, tendo como destaque a segurança e a autonomia como pontos norteadores. Lima, Almeida, *et al.* (2018), constata que a acessibilidade é uma conquista social, pois, reforça o direito à cidadania, na oferta de espaços urbanos que oferecem igualdade de oportunidades para todos, aumentando a inclusão social e diminuindo estigmas excludentes. Sansiviero e Dias (2005), afirmam que “o caminho para se atingir a inclusão no Lazer e no Turismo exige que, primeiramente, se



tenha consciência das dificuldades existentes”. Desta forma Sasaki (2009) destaca e classifica a acessibilidade em seis dimensões específicas que auxiliam na compreensão do estudo:

Quadro 1: Dimensões da acessibilidade

DIMENSÃO ARQUITETÔNICA	tem como premissa para a diminuição de barreiras em espaços físicos e em infraestruturas.
DIMENSÃO ATITUDINAL	preconiza o combate do preconceito e estigma as pessoas com deficiência sofrem em sociedade.
DIMENSÃO PROGRAMÁTICA	relacionada à operação imperceptível em políticas institucionais.
DIMENSÃO INSTRUMENTAL	atual no processo de aprimoramento de instrumentos de uso recreativos em diversos ambientes, como escola, empresas entre outros lugares.
DIMENSÃO COMUNICACIONAL	voltada a redução de obstáculos na comunicação, e aperfeiçoamento do processo comunicativo, seja ela escrita, virtual ou interpessoal.
DIMENSÃO METODOLÓGICA	foco no estabelecimento de métodos e técnicas de trabalhos que possam considerar as limitações pessoais de um indivíduo, seja no campo do lazer, educação.

Fonte: adaptado de Sasaki, 2009

Para atender aos tipos de acessibilidade, a Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) criou normas que permeiam a orientação prática da acessibilidade em cada ambiente, oferecendo orientações para os diversos ambientes e infraestrutura. No que diz respeito a adaptações necessárias para pessoas com mobilidade reduzida em restaurante, não existe uma norma que regulariza diretamente esse setor, sendo regidas pela a NBR 9050/2015 que entende-se por pessoa com mobilidade reduzida aquela que tem sua capacidade de relacionar-se com o meio limitada, seja temporariamente ou permanentemente e que “estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade” (ABNT, 2015, p.1). Essa norma



apresenta caracterização geral da acessibilidade a edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos, apresentando uma sessão sobre restaurante e similares. Cabe mencionar que a avaliação utilizada nesta pesquisa, utilizou essa norma para a confecção do *checklist* que será apresentada na metodologia.

METODOLOGIA

Caracterização da área de estudo

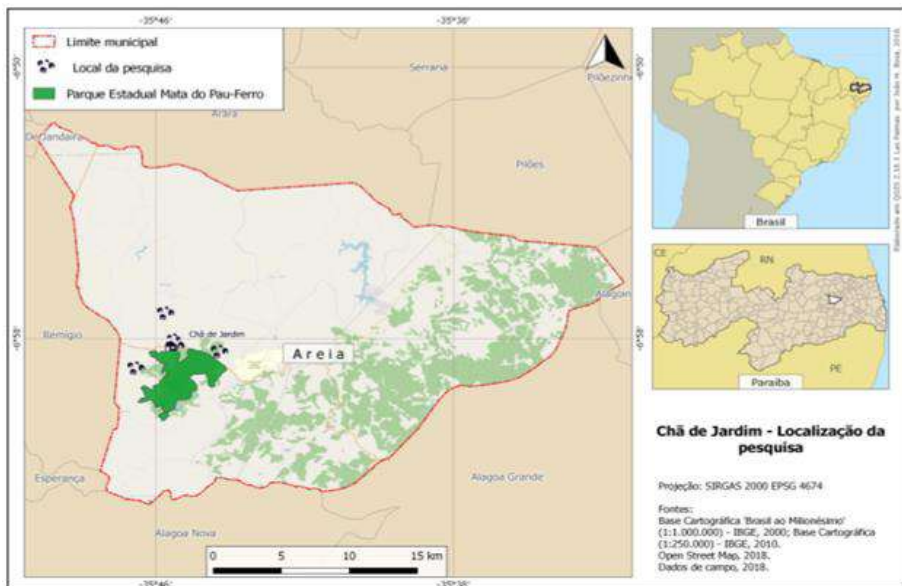
O estudo foi realizado em um restaurante na comunidade rural da cidade de Areia. O município de Areia está localizado no Brejo Paraibano, com uma população estimada em 23.829 pessoas (IBGE, 2019). É conhecida nacionalmente e internacional pela produção de cachaça, açúcar, rapadura, clima e pelo seu patrimônio histórico e cultural. Tem como destaque na economia a união da agropecuária, indústria, e a colaboração da atividade turística com a oferta de serviços em diversos empreendimentos (SILVA e CÂNDIDO, 2016).

No ano de 2006, o conjunto histórico e urbanístico da cidade foi tombado pelo IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), promovendo abertura para exploração do turismo como atividade econômica na região. Atualmente a cidade vem explorando diversas modalidades de turismo, tendo destaque para o turismo rural com a utilização dos engenhos, o ecoturismo na reserva da Mata do Pau-ferro, o turismo cultural pelo desenvolvimento de feiras culturais, festas populares, pelo artesanato, gastronomia local e o turismo histórico através de museus e casarões antigos, além disso, a cidade conta com microclima que chama a atenção por suas baixas temperaturas em alguns (PREFEITURA MUNICIPAL DE AREIA, 2019).



A comunidade específica em estudo desenvolve um turismo pautado nos princípios de turismo de base comunitária, preconizado a participação dos moradores na produção e execução dos serviços turísticos e na conversação da tradição rural.

Figura 01: Mapa de localização da comunidade Chã de Jardim, município de Areia-PB.



Fonte: Rosa, 2018.

Caracterização da pesquisa, coleta e análise de dados

Com o objetivo de analisar as condições de acessibilidade para a terceira idade em um restaurante localizado em comunidade rural na cidade de Areia-PB, de forma a verificar se a mesma atende às necessidades do público de terceira idade, segundo a NBR 9050/2015 da ABNT, esse estudo caracterizou-se por uma pesquisa exploratória e descritiva, pois, se propõe a observar, registrar, analisar, debater e correlacionar os dados achados sobre o respectivo problema (BEUREN,



2006). De caráter qualitativo, pois tem como finalidade a análise de características, predominantemente subjetivas, dos indivíduos e contextos que são difíceis de serem descritos numericamente (MOREIRA e CALEFFE, 2008), e sobre estudo de caso, por auxiliar na análise criteriosa de uma unidade, indivíduo, grupo, organização, instituição ou até mesmo uma comunidade (GODOY, 1999).

A primeira etapa deste estudo foi realizada a partir da pesquisa bibliográfica em livros, sites da internet, revistas e periódicos acadêmicos, objetivando conhecer como o tema tem sido abordado na literatura; e a pesquisa documental, de materiais como estatuto do idoso, normas da ABNT, a fim de proporcionar mais aproximação com as leis e normas do público em estudo.

A coleta de dados foi realizada a partir da observação e da aplicação de *check-list*. O *check-list* foi baseado na NBR 9050/2015 que “estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade” (ABNT,2004, p.1). O *check-list* contemplou questões referentes: 1) caracterização do empreendimento (localização, dias e horários de visitação, taxas de pagamento). 2) verificação dos seguintes pontos no empreendimento: acessos externos à edificação, acesso privados à edificação, sanitários, autonomia e segurança, rampas, escadas, tratamento de desníveis, recepções, e estacionamento ou locais de embarque/desembarque. A observação e aplicação do *check-list* ocorreu no mês de janeiro de 2020. Para melhor fundamentar o estudo, foram feitos



registros fotográficos com o intuito de verificar a existência ou não de acessibilidade para turistas com idade acima dos 60 anos.

A análise de dados ocorreu de forma qualitativa a partir da análise de conteúdo, que segundo Bardin (2016) consiste na utilização de técnicas de análise das comunicações que devem ser definidas categoricamente, usando critérios semânticos/temáticos, sintáticos, léxicos ou expressivos objetivando dessa forma, alcançar indicadores que permitam a dedução de conhecimentos inerentes às condições de produção e recepção de mensagens.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Caracterização do restaurante rural

O restaurante em análise está localizado à margem da rodovia PB-079, na adjacência do Parque Estadual Mata do Pau-ferro. Foi inaugurado no ano de 2013, e oferece um cardápio de comidas e bebidas regionais, elaboradas através de receitas tradicionais, utilizando de ingredientes naturais e orgânicos cultivados pela própria comunidade. Sua ambientação remete às características da ruralidade, envolvendo traços da religiosidade e do artesanato local. Todos os itens utilizados na ambientação foram produzidos pelos artesãos locais.

Atualmente o restaurante tem capacidade para aproximadamente 270 pessoas, e é aberto de terça-feira a domingo das 11h às 15h, com concentração de visitantes no sábado e domingo (final de semana), pois, a comunidade recebe grupo para realizar atividades turísticas no Parque Estadual Mata do Pau Ferro, e turistas que estavam conhecendo o centro



histórico de Areia, além disso, é oferecido atração musical durante a refeição. O serviço de alimentação oferecido é o *buffet* em um valor de dezoito reais (R\$ 18,00).

Figura 02: Parte interna do restaurante rural.



Fonte: dados da pesquisa, 2020.

Condições de acessibilidade no restaurante rural

O primeiro item do *checklist* estava relacionado ao atendimento ao turista idoso; tinha como objetivo verificar a existência de pessoas treinadas para atender este público, sendo constatado a inexistência. Os responsáveis pelo atendimento do restaurante passam por capacitações constantemente para atualizar seus conhecimentos, mas, nada diretamente relacionado com o atendimento ao turista idoso ou com deficiência, porém, foi indicado que existe interesse em qualificar e aperfeiçoar as pessoas nessa área segundo a empreendedora responsável. Esse mesmo dado foi constatado por Melo, Brambilla e Vanzella (2020), na avaliação de condições de acessibilidade para idosos na praia de Tambaú. Destaca-se que o atendimento adequado para pessoas com mobilidade reduzida é



fundamental para o desenvolvimento da atividade turística, uma vez que o serviço é o principal produto ofertado, e as pessoas são os intermediários destes serviços e precisam estar treinados para atender aos diversos tipos de turistas, sendo facilitadores ao consumo e proporcionando qualidade no serviço, evitando qualquer tipo de barreira atitudinal.

Posteriormente, avaliou-se o acesso externo à edificação, tendo como itens de análise, o estado de conservação e especificação do tipo de piso externo, calçadas, guias rebaixadas, rampas acessíveis, sinalização de alerta em interferência.

Em relação ao estacionamento ou locais de embarque e desembarque, verificou-se que não existe local específico para a realização, sendo realizado no portão de acesso do estabelecimento, na qual os carros param em frente à entrada do restaurante (Figura 3). Esse dado chama a atenção, pois na entrada do restaurante não existe as especificações da norma, possuindo desníveis, criando situação de insegurança para os idosos.

Não existe estacionamento, os carros são estacionados ao lado do restaurante, ou em uma pequena vila que fica em frente ao empreendimento do lado oposto da PB-079, fazendo com que os turistas precisem atravessá-la, sendo um fator de risco para esse público, já que alguns deles tem dificuldade de locomoção e existe um grande fluxo de carro na PB-079. Para amenizar esse problema foi colocado alguns sinalizadores que indica a ultrapassagem de pedestre, mas que se mostra pouco eficiente. Outro ponto que chama a atenção é que em dias chuvosos, a estrada molhada fica escorregadia para os turistas idosos que precisam ter cuidado para ter acesso ao estabelecimento.



Figura 3: Local de embarque e desembarque



Fonte: dados da pesquisa, 2020

Observou-se que no item acesso privado à edificação, o estabelecimento apresentou um bom estado de circulação interna. Possui largura adequada para circulação com piso antitrepicante, antiderrapante e escoamento de água adequado, assegurando autonomia e segurança ao público da terceira idade. (Figura 4)

Figura 4: Área externa do restaurante



Fonte: dados da pesquisa, 2020



No que diz respeito à entrada de acesso ao restaurante, verificou-se a presença de rampa acessível, identificada, localizada na lateral do estabelecimento que dá acesso ao salão, na qual acontece o serviço de alimentação e demais atrativos.

A rampa possui corrimão, porém, ele não condiz com que especifica a norma que preconiza que “os corrimãos podem ser acoplados aos guarda-corpos e devem ser construídos com materiais rígidos. Devem ser firmemente fixados às paredes ou às barras de suporte, garantindo condições seguras de utilização” NBR 9050/2015, (p.63). Além disso, observa-se incongruência ao verificar que a barra é feita de material não apropriado, o que denota fragilidade no acesso ao ambiente, pois com o tempo ela pode deteriorar e apresentar perigo para quem precise utilizá-la. (Figura 5).

Figura 5: Rampa de acesso para a parte interna do salão do restaurante.



Fonte: dados da pesquisa, 2020.



Verificou-se que o acesso aos ambientes internos não atende às necessidades de acessibilidade, pois, o espaço do salão é pequeno e as mesas ficam dispostas próximas umas das outras, dificultando a passagem durante o serviço de alimentação. O espaço de maior circulação está direcionado no canto esquerdo da figura 6 que corresponde ao espaço destinado a fila para se servir durante o serviço de alimentação.

Constatou-se que o piso do salão é antitrepicante e antiderrapante, apresentando adequação com o que preconiza a lei.

Figura 5: Salão interno do restaurante.



Fonte: dados da pesquisa, 2020.

No que se refere aos banheiros, constatou-se a existência de quatro, sendo que dois deles, apresentam adaptação para a acessibilidade, sendo um feminino e outro masculino, ambos em rota acessível para pessoas com mobilidade reduzida como idosos e pessoas com deficiência.



Verificou-se que a maçaneta da porta possui formato de fácil manuseio, de acordo com recomendação da norma técnica. Além disso, a largura da porta é maior que 80 cm, tornando assim, acessível para um idoso cadeirante.

Identificou que os acessórios para sanitário estão em disposição que dificulta o acesso para um idoso cadeirante, para a ABNT (2015, p.105), “os acessórios tais como cabides, saboneteiras e toalheiros, devem ter sua área de utilização dentro da faixa de alcance confortável estabelecida”. O espelho também se mostrou inadequado, ABNT (2015, p.105), preconiza que “os espelhos podem ser instalados em paredes sem pias. Podem ter dimensões maiores, sendo recomendável que sejam instalados entre 0,50 m até 1,80 m em relação ao piso acabado “. (Figura 7)

Figura 7: Acesso externo dos banheiros.



Fonte: dados da pesquisa, 2020.



Em relação a parte interna dos banheiros, verificou-se que os sanitários estão em uma altura adequada para um idoso cadeirante, além de possuir um bom espaço de circulação. Porém o ponto que chamou a atenção foi a instalação de barras de apoio que estão instaladas inadequadamente. Segundo a NBR 9050/2015 “as barras em “L” podem ser em uma única peça ou composta a partir do posicionamento de duas barras retas, desde que atendam ao dimensionamento mínimo dos trechos verticais e horizontais”. Sendo assim, verifica-se que os banheiros atendem parcialmente às normas de acessibilidade. (Figura 8).

Outro ponto negativo, foi a ausência de pia dentro de cada banheiro, esse fato pode provocar uma quebra na privacidade dos usuários e gerar transtorno caso o estabelecimento esteja lotado.

Figura 8: Parte interna do banheiro



Fonte: dados da pesquisa, 2020.



Como observado o restaurante em estudo atende parcialmente a alguns aspectos preconizados pela a NBR 9050/2015, necessitando de adequações. Para Faria e Silva (2011), os aspectos físicos e de atendimento são fundamentais para a inclusão e fidelização, pois, os idosos valorizam locais confortáveis, preços justos e atenção da equipe. Logo, se percebe que para atingir esse público, é preciso de atenção em todos os detalhes que envolve a oferta e a comercialização nesses estabelecimento, A autora ainda acrescenta que investir em ambientes acessíveis, além de proporcionar inclusão social, favorece para outras pessoas que possam vir a precisar da utilização de ambientes acessíveis.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O público da terceira idade tem procurado por novas experiências, dentre elas, o turismo. Quando realizam viagem, precisam usufruir de diversos serviços, dentre eles, do serviço de alimentação e bebidas em restaurantes. Na atualidade estes empreendimentos têm se constituído como lugares de encontro e de socialização dentro do produto turístico, mas as condições de acessibilidade das infraestruturas e das instalações desses locais, é um fator preocupante, principalmente para o público de terceira idade que possui mobilidade reduzida e precisam de ambientes acessíveis.

Dessa forma, o objetivo deste estudo foi analisar as condições de acessibilidade para a terceira idade em um restaurante localizado em uma comunidade rural na cidade de Areia-PB. Para isso foi aplicado um *checklist* referentes a NBR 9050/2015 que contemplou questões dos



seguintes pontos no empreendimento: acessos externos à edificação, acesso privados à edificação, sanitários, autonomia e segurança, rampas, escadas, tratamento de desníveis, estacionamento ou locais de embarque/desembarque.

Os resultados demonstraram que o estabelecimento está parcialmente acessível, com destaque para o piso da área externa e salão do empreendimento, os banheiros no seu interior e a rampa de acesso ao salão de refeições que se mostraram como pontos importantes na avaliação.

Os pontos mais críticos encontrados foram referentes a inexistência de estacionamento e precariedade no embarque e desembarque que dificulta o acesso ao empreendimento, principalmente em dias chuvosos. A rampa de acesso possui corrimão inadequado, devido ao material e disposição. A circulação interna do restaurante dificulta a locomoção de idosos cadeirantes devido ao pequeno espaço e disposição de cadeiras e mesas. Outro ponto que merece destaque, são os acessórios dos sanitários que estão dispostos em locais inadequados e os banheiros que não possuem barra de apoio instalada no local correto.

A partir dos dados coletados, verificou-se a necessidade de adequação dos estabelecimentos com a NBR 9050/2015 que “estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliários, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade”, a fim de proporcionar para o público de terceira idade maior autonomia e segurança.



Recomenda-se por fim que seja realizado capacitação para as pessoas que atendem ao público da terceira idade, para que eles possam estar preparados para atender essa demanda, e trabalhos de pesquisa que caracterizem o perfil e a satisfação dos idosos que frequentam esse estabelecimento.



REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). NBR 9050/2015. **Acessibilidade a Edificações, Mobiliário, Espaços e Equipamento Urbanos**. Rio de Janeiro: ABNT, 2015.

BEUREN, I. M. (Org.). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2006. 200p.

BORGES, G. M.; CAMPOS, M.; B; SILVA, L. G. D. C. Transição da estrutura etária no Brasil: oportunidades e desafios para a sociedade nas próximas décadas. In: R. ERVATTI, G. M.; BORGES, A. P.; **Mudança Demográfica no Brasil no Início do Século XXI. Subsídios para as projeções da população**. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E.; BAPTISTA, M. M. T. R. CULTURAL TOURISM IN THE CITY OF JOÃO PESSOA: a look focused on elderly tourist. **Academia.edu**, 2013. Disponível em: <https://www.academia.edu/2482877/CULTURAL_TOURISM_IN_THE_CITY_OF_JO%C3%83O_PESSOA_a_look_focused_on_elderly>. Acesso 28 de ago de 2020.

BULCAO, J.N.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. Avaliação dos níveis de Satisfação dos Clientes de um Restaurante no Bairro de Tambaú. **EDUCERE (REF FAESNE)** – João Pessoa - VOL. IX – Nº 1 – Jan/Jun. 2019

COUTINHO, D.H.G.; VANZELLA, E. BRAMBILLA, A. O Verão Acessível Como Atrativo Turístico para Cadeirantes Na Cidade De João Pessoa. In: VANZELLA, E. BRAMBILLA, A.; SILVA, M.F. **Turismo e Hotelaria no Contexto da Acessibilidade**. João Pessoa, PB: CCTA, 2018.

DUARTE, D. C.; SANTOS, R. J. U. DOS; SOUZA, C. F. DE. Turismo e hospitalidade: um estudo sobre a acessibilidade para o turista da terceira idade nos bares e restaurantes de Brasília. **Anais: XII Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**, n. 2005, 2015.

EVANGELISTA, G. P. D. BULCÃO, J.N.; NASCIMENTO, F.G.; VANZELLA, E. Acessibilidade De Embarcação Para O Público De Terceira Idade Nas Piscinas Naturais Do Seixas, João Pessoa. [s.d.]. **Anais: IV Congresso Internacional de Envelhecimento Humano**.

EVANGELISTA G.P.D., BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. Acessibilidade Para Idosos: Um Estudo Aplicado Ao Theatro Santa Roza. In: VANZELLA, E. BRAMBILLA, A.; SILVA, M.F. **Turismo e Hotelaria no Contexto da Acessibilidade**. João Pessoa, PB: CCTA, 2018.



FARIA, M.D.; SILVA, J.F. Composto para restaurantes: atendendo consumidores com deficiência visual. **Revista de Administração**, vol. 10, núm. 1, 2011, pp. 11-32

FONSECA, M.T. **Tecnologias Gerenciais de restaurante** – São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2018.

FROMER, N.; VIEIRA, D.D. **Turismo e terceira idade**. São Paulo: Aleph, 2003.

GODOY, A.S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. **Revista de administração de empresas**.v. 35, n. 3, p. 20-29, 1995.

IBGE- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. Disponível em: < <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pb/areia/panorama> > Acesso em: 15 de set de 2019.

IGNARA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 3ª ed. rev. E ampl. – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2013. 205p.

MACHADO, B.L. **Efeitos da experiência de viagem em turistas idosos: uma análise quanto às relações entre turismo e qualidade de vida**. Tese de Doutorado – 2018.

MELO, P.F.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. SEGMENTO SOL E PRAIA: condições de acessibilidade para pessoas da terceira idade na praia de Tambaú-João Pessoa. In: BRAMBILLA, A. VANZELLA, E. FÉRNANDES, M.D.; MANRIQUEZ, M.R. **Turismo e Hotelaria no Contexto da Responsabilidade Social**. João Pessoa, PB: CCTA, 2020.

MELO, P.F.C. SILVA, D.G.; VANZELLA, E. BRAMBILLA, A. Terceira Idade e Hotelaria: um olhar sobre os Trabalhos Científicos. 2018. Anais.

MEES, L. A. L. DO DESEJO DE RESTAURAÇÃO À BUSCA PELA REFEIÇÃO RÁPIDA: práticas de alimentação e comensalidade, do surgimento do restaurante à modernidade. In: OLIVEIRA, M.A.S.A.; VANZELLA, E., BRAMBILLA, A. **ALIMENTAÇÃO E CULTURA: PROCESSOS SOCIAIS: sistemas culinários em contexto de ressignificações, comensalidade processos discursivos e religiosos**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Tempo e dinheiro motivam viagens na terceira idade. Disponível em:< https://www.researchgate.net/publication/334684666_Turismo_acessível_uma_análise_sobre_a_acessibilidade_dos_atrativos_turisticos_localizados_no_Centro_Historico_de_Porto_Alegre-RS >. Acesso em: 25 de ago de 2020.



MINISTÉRIO DO TURISMO. **Viaja Mais Melhor Idade**. Disponível em: <<http://www.viajamais.gov.br/vm/.A>>. Acesso em: 27 de ago de 2020.

NOGUEIRA, D.L., ALMEIDA, E.A.M.; SARMENTO, B.R.; COSTA, A.D.L.; Espaços Turísticos Acessíveis E Seu Potencial Para O Público Idoso: Um Olhar Sobre A “Bica” Em João Pessoa/Pb. In: VANZELLA, E. BRAMBILLA, A.; SILVA, M.F. **Turismo e Hotelaria no Contexto da Acessibilidade**. João Pessoa, PB: CCTA, 2018.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). Organização Mundial da Saúde: **Relatório mundial de envelhecimento e saúde**, 2015. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/186468/WHO_FWC_ALC_15.01_por.pdf?sessionid=15BDD1F50FA66DCB3D3889F92F3E72DD?sequence=6>. Acesso em: 27 de ago de 2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE AREIA-PB. (2015). **História**. Disponível em: <<http://www.aria.pb.gov.br/historia/>>. Acesso em 06 nov de 2019

RIBEIRO; M. S. M. J. (2013). **Turismo da terceira idade: um segmento de mercado em crescimento**. Monografia apresentada ao curso de Administração (bacharelado) –Universidade de Brasília, Departamento de Administração, Brasília.

SASSAKI, R. K. Inclusão: acessibilidade no lazer, trabalho e educação. **Revista Nacional de Reabilitação (Reação)**, São Paulo, Ano XII, mar./abr. 2009, p. 10-16.

SILVA, Y.S.S.; SILVA, F.S.S.; MENEZES, P.D.L.M.; VIERIA, P.P.F. Perfil de Acessibilidade nos Restaurantes e Hotéis da Orla Marítima de João Pessoa: verificação da Implantação de Medidas de Acessibilidade. IN: MACHADO, M.W.K. **Impactos das tecnologias nas ciências humanas e sociais aplicadas**. – Ponta Grossa (PR): Atena Editora, 2019.

SILVA, I. C. LEAL, S. R. Acessibilidade: visita técnica a três dos melhores restaurantes de Natal, Rio Grande do Norte, Brasil. **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v. 4, n. 2, p. 343-362, outubro de 2011.

SILVA, N. C; CÂNDIDO, G. A. Sistema de indicadores de sustentabilidade do desenvolvimento do turismo: um estudo de caso do município de Areia – PB. **Rev. Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 10(3), pp. 475-496, set./dez. 2016.

SOUSA, A. A. Um Enfoque Da Legislação Brasileira Sobre Acessibilidade Para As Atividades Culturais E Turísticas. In VANELLA, E.; BRAMBILLA, A.; SILVA, M. F. DA. **Turismo e Hotelaria no Contexto da Acessibilidade**. João Pessoa: CCTA, 2018.



ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE -OMS. **Envelhecimento ativo: uma política de saúde**; Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005. 60p.: il.

WALKER, J.R. **Introdução à Hospitalidade**. Baureri: São Paulo: Editora Manoel, Ltda, 2002.

SILVA, Stephanie Ciqueira

Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Graduação em BA. Architecture. University of Portsmouth, OP, Inglaterra. Estágio na University of Portsmouth no Architecture School Office. Arquiteta na Empresa Damasceno Assessoria Empresarial, DA, Brasil.

MORANO, Raquel Pessoa

Graduada em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de Fortaleza - UNIFOR, Pós Graduada em Projeto Bioclimático e Sustentável pela Universidade de Fortaleza, Mestre em Arquitetura, Urbanismo e Design pela Universidade Federal do Ceará - UFC.

SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto

Arquiteta e Urbanista pela Universidade Federal do Ceará. Mestre em Arquitetura e Urbanismo (FAUUSP). Doutora em Educação (Faced/UFC). Docente do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design/Universidade Federal do Ceará (UFC). Membro do Grupo de Pesquisa LoCAU - Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização/UFC.

NA TRILHA DO TURISMO SOCIAL E INCLUSIVO: ACESSIBILIDADE EM MEIOS DE HOSPEDAGEM TIPO HOSTEL

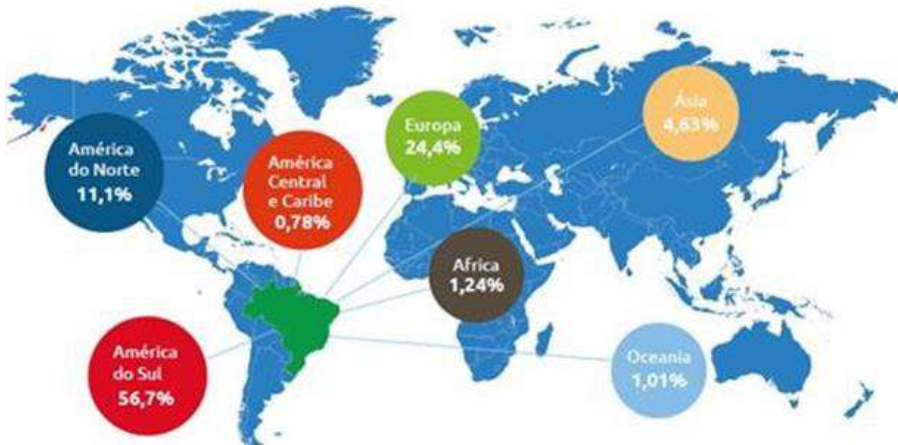
Stephanie Ciqueira Silva
Raquel Pessoa Morano
Zilsa Maria Pinto Santiago

O contínuo crescimento do turismo em todo o mundo, e principalmente no Brasil, conduz a uma necessidade de diversificação e aumento da oferta de serviços aos turistas que chegam, levando a uma segmentação de mercado que possa melhor atender a cada público com suas individualidades. O Plano Nacional do Turismo de 2018-2022 previa até 2022 resultados de aumento da chegada de estrangeiros de 6,6 milhões para 12 milhões e a ampliação da receita cambial do turismo dos atuais US\$ 6,6 bilhões para US\$ 19 bilhões (Brasil, 2018).

Nota-se assim um esforço por parte do governo em inserir o Brasil entre as maiores potências do turismo no mundo, impulsionando assim a economia e aumentando a oferta de empregos. Salientada a importância do turismo para o mundo e para o Brasil (Figura 1), o que se tem notado também nas últimas décadas são fortes mudanças no segmento do turismo, com serviços cada dia mais personalizados. Cada vez mais grupos de turistas buscam por viagens flexíveis e baratas, feitas com pequenos grupos.



Figura 1: Mapa do fluxo turístico internacional para o Brasil – 2016



Fonte: MTur, 2017.

Assim sendo, tipologias alternativas começam a ganhar força, como pode-se verificar no Estudo da Demanda Turística Internacional (2015), que mostra o crescimento do interesse de estrangeiros por *campings*, albergues e hospedagens de baixo custo, de 1,6% em 2014 para 5,5% em 2017. Seguindo as pesquisas com gasto per capita por tipo de hospedagem nos anos de 2018-2019, observa-se também um crescimento na tipologia de *campings* e albergues maior que de hotel, flat ou pousada e resort, conforme gráfico 1.

Gráfico 1: Gasto per capita, por tipo de hospedagem – 2018-2019



Fonte: Pesquisa de Caracterização e Dimensionamento do Turismo no Brasil



O *hostel* surge neste cenário como um tema interessante por ser diferente das tipologias comumente encontradas no Brasil, oferecendo aos hóspedes espaços de convívio, compartilhamento de unidades de hospedagem e preços mais acessíveis. Para além da diversidade de hospedagem, em busca de elevar os debates acerca da acessibilidade universal em equipamentos de turismo, levando em conta as determinações da Lei brasileira de Inclusão, Lei n. 13.146/2015, além da última atualização da ABNT NBR 9050 em 2020, é de fundamental importância verificar seus rebatimentos no âmbito da arquitetura hoteleira, especificamente, no caso deste capítulo, da tipologia *hostel*.

Não há uma data específica ou um marco inicial que relacione a inclusão de pessoas com deficiência e o turismo. Foram anos de luta para se dar o mínimo a uma classe excluída dos processos de planejamento e decisões que regem a sociedade contemporânea para se ganhar um espaço, que, somente há poucas décadas, foi garantido por direito e não por meios conflitantes.

O tema Turismo para pessoas com deficiência vem sendo discutido em vários países. Conforme Moreira (2008, s/p),

Nos Estados Unidos, foi criada há trinta anos, a Society for Accessible Travel & Hospitality (SATH), que representa viajantes com deficiências. Na França, também existe a Association Tourism & Handicaps, que entre outros programas tem atuado em um projeto de certificação de locais acessíveis a pessoas com deficiência.

Os estudos sobre as experiências das pessoas com deficiência no turismo no estado de Nova Gales do Sul (Austrália) foram usados como



estimativas para o governo conhecer o tamanho do mercado e desenvolver as primeiras recomendações para a atividade turística no país, servindo também de base para organização das Olimpíadas e Paraolimpíadas de Sydney no ano 2000 (HONORIO, 2014).

Uma questão recorrente no turismo para estes grupos é a falta de condições de acessibilidade condizentes com as suas peculiaridades: meios de transporte inadequados, pacotes turísticos que não atendem às suas necessidades, equipamentos de hospedagem despreparados, ausência de serviços de apoio condizentes com suas características (HONORIO, 2014).

Ao se pensar na formação dos produtos turísticos, é essencial verificar as condições de acessibilidade, buscando meios para incrementar informações da demanda local, nacional e internacional de pessoas com deficiência. E no que diz respeito às condições de hospitalidade, o espaço deve proporcionar condições para a interação entre as pessoas, independentemente de sua condição física e/ou social. É importante pontuar que a acessibilidade é de responsabilidade do Poder Público, tendo a iniciativa privada parcela de comprometimento com a qualidade no acesso ao turismo ofertado às pessoas com deficiência (CARVALHO; MOREIRA; LIMA, 2009).

Reconhecendo os direitos da pessoa com deficiência e o respeito à diversidade dos usuários de todos os bens e serviços da sociedade, torna-se essencial o debate e a implementação de equipamentos e serviços turísticos acessíveis, de forma a permitir, incentivar e proporcionar a plena



participação desse público no turismo, com igual direito de oportunidades. O objetivo deste capítulo é fomentar discussões acerca do turismo acessível e de um meio alternativo de hospedagem, o *hostel*, de baixo custo e espacialmente acessível, de forma a possibilitar o turismo a um maior número de pessoas, especialmente jovens, inclusive pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

METODOLOGIA

Para a fundamentação teórica, buscou-se leitura de livros e artigos relacionados às diversas formas de turismo, à temática de hotelaria, em especial a *hostels* ou albergues da juventude, bem como a pesquisa em fontes de dados oficiais, como o Ministério do Turismo e a Organização Mundial do Turismo (OMT), sobre o turismo no Brasil e no mundo e a legislação e normas que dizem respeito à acessibilidade em espaços edificados.

Além da revisão literária, foram consultadas as recomendações da *Hostelling International* (HI), que anteriormente era conhecida como *International Youth Hostel Federation*, é uma associação sem fins lucrativos criada em 1931. É a única rede global de Associações de Albergues da Juventude, contando com cerca de 4.000 estabelecimentos espalhados nos mais de 80 países filiados. Ela contribui com os governos e organizações filantrópicas desses países e auxilia na propagação do turismo, propõe um turismo sustentável, baseado em uma conscientização ambiental (SATYRO e PINHEIRO, 2006).



Analisando as fontes, foi possível constatar um crescimento do turismo no litoral do Ceará, que justifica um possível investimento nesse ramo na região do Pontal do Maceió, área de recorte espacial de estudo que mais adiante será relatado. Posteriormente, como pesquisa exploratória na área de estudo, foi realizada análise das condições de meios de hospedagem existentes na Praia de Pontal do Maceió, no Fortim, litoral do Ceará, tendo como foco principal a busca pela tipologia *hostel* como alternativa, diante da oferta hoteleira de alto padrão na região. A visita a um empreendimento da tipologia presente na praia, teve a finalidade também de entender o funcionamento de um *hostel* e verificar as condições de acessibilidade da tipologia implementada no litoral do Estado.

Neste capítulo, para além das temáticas envolvidas na discussão sobre formas de turismo e hospedagem, são apresentados aspectos relevantes de projeto de um *hostel acessível* como forma de contribuir para o debate da acessibilidade em edificações destinadas a receber público de turismo social e acessível.

Turismo e suas diversas formas

A palavra turismo deriva de *tour*, que se originou do radical latino *tornus*, do verbo *tornare*, que significa girar, voltar, circular. O primeiro conceito relativo ao turismo, refere-se ao ato de viajar, tendo o propósito de deslocamento, com intenção de retorno ao local de partida, local de moradia permanente, portanto, um deslocamento por tempo determinado (VARGAS, 2016).



Na pós-modernidade as economias passam a ter na atividade turística uma base significativa, com a cultura também como produto comercializado, gerando todos os anos milhões de empregos diretos e indiretos por todo o mundo. A seguir serão explorados alguns conceitos importantes sobre o turismo para melhor compreensão do fenômeno e do presente capítulo.

Turismo sustentável

A atividade turística, ao mesmo tempo que induz o desenvolvimento regional sustentável, também depende dele, e a sustentabilidade não está apenas na preservação dos recursos naturais, mas também na preservação da cultura e das comunidades em que se insere. No guia “Turismo e Sustentabilidade” do Ministério do Turismo (2016) são apresentados conhecimentos e medidas para tornar os estabelecimentos mais sustentáveis, e o Turismo Sustentável é conceituado: atividade que satisfaz as necessidades dos visitantes e as necessidades socioeconômicas das regiões receptoras, enquanto os aspectos culturais, a integridade dos ambientes naturais e a diversidade biológica são mantidas para o futuro” (BRASIL, 2016).

As relações entre turismo e sustentabilidade são trabalhadas em âmbito nacional pelo Ministério do Turismo tomando como base quatro princípios do desenvolvimento sustentável, fundamentais para o Programa de Regionalização do Turismo: sustentabilidade ambiental;



sustentabilidade sociocultural; sustentabilidade econômica;
sustentabilidade político-institucional (BRASIL, 2016).

Turismo Social

Conforme a declaração de Montreal (1996), no Congresso do Bureau Internacional de Turismo Social – BITS:

todos os seres humanos têm direito a descansar, a um tempo de ócio, a um limite de horas trabalhadas e a férias pagas”; “o objetivo primário de todas as iniciativas de desenvolvimento turístico deve ser a realização plena das potencialidades de cada indivíduo, como pessoa e como cidadão (BRASIL, 2006).

A principal missão do turismo social é a de incluir, a todos, sem discriminação, promovendo o acesso ao turismo àquelas pessoas que por algum motivo, geralmente financeiro, ou mesmo por limitações físicas, ficam impedidas de desfrutar desse tipo de atividade de lazer. O Ministério do Turismo (2006) destaca esse segmento como “forma de conduzir e praticar a atividade turística, promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão” (BRASIL, 2006).

Turismo Acessível

Com relação ao viés acessível do turismo social, já houve uma tentativa dos governos nos últimos anos, visando possibilitar a inclusão social e o acesso de pessoas com deficiência ou com mobilidade reduzida à atividade turística, com segurança e autonomia.



Ministério do Turismo criou para o período de 2012 a 2014 o *Programa Turismo Acessível*, que realizou uma série de estudos que resultaram em cartilhas e guias para melhorar a qualidade dos serviços oferecido ao público com deficiência e mobilidade reduzida, tendo como resultado um conjunto de ações para receber bem a todos e com estrutura permanente implantada na época da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016, sendo os frutos perpetuados depois dos eventos.

Mesmo antes de 2012, haviam os decretos, normas e a produção de cartilhas para esclarecimento de políticas de acessibilidade. De acordo com o Manual de Orientações (Brasil, 2006), para a concessão de Alvará de Funcionamento e da Carta de Habite-se deverá ser observado o cumprimento da acessibilidade previsto respectivamente no § 1º e § 2º do art. 13 do Decreto nº. 5.296/2004 e nas normas técnicas de acessibilidade da ABNT. Lembrando ainda, que em edificações de uso coletivo, o Decreto 5.296 de 2004, em seu Art. 11. determina que:

A construção, reforma ou ampliação de edificações de uso público ou **coletivo** [grifo nosso], ou a mudança de destinação para estes tipos de edificação, deverão ser executadas de modo que sejam ou se tornem acessíveis à pessoa portadora de deficiência ou com mobilidade reduzida. (BRASIL, 2004, p. 13)

Mais recentemente, a Lei Brasileira de Inclusão, Lei n. 13.146 de 2015, referindo-se especificamente aos meios de hospedagem, define em seu Art. 45 e parágrafos 1 e 2 que:



os hotéis, pousadas e similares devem ser construídos observando-se os princípios do desenho universal, além de adotar todos os meios de acessibilidade, conforme legislação em vigor.

§ 1º Os estabelecimentos já existentes deverão disponibilizar, pelo menos, 10% (dez por cento) de seus dormitórios acessíveis, garantida, no mínimo, 1 (uma) unidade acessível.

§ 2º Os dormitórios mencionados no § 1º deste artigo deverão ser localizados em rotas acessíveis.

Conforme o item 4.2.1 do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018-2022, faz parte a iniciativa de melhorar a infraestrutura nos destinos e nas regiões turísticas brasileiras, tendo o Estados e municípios, individualmente ou em parceria com o Governo Federal, o compromisso de apoiar os investimentos de infraestrutura e sinalização turística, para permitir a expansão da atividade e a melhoria da qualidade dos destinos e produtos das regiões turísticas brasileiras, com base nos princípios da sustentabilidade, garantindo acessibilidade às pessoas com deficiência e mobilidade reduzida. (BRASIL, 2018).

Neste sentido, trazemos para o debate da acessibilidade nos meios de hospedagem, a forma alternativa de hospedagem – o *hostel*, embora, ainda não encontre espaço na categorização de hotelaria como veremos a seguir, se alinha com esta perspectiva social do turismo, podendo contemplar também o turismo acessível.

Meios de hospedagem

O Ministério do Turismo possui o Sistema Brasileiro de Classificação dos Meios de Hospedagem(SBClass), que tem por objetivo



organizar o setor hoteleiro e estabelecer um padrão nos serviços de hospedagem. De acordo com o SBClass, os meios de hospedagem variam de 1 a 5 estrelas e são classificados conforme Portaria nº 100 de 16/06/2011 / Mtur, Art. 7º - Os tipos de meios de hospedagem, com as respectivas características distintivas, são:

I - HOTEL: estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária;

II - RESORT: hotel com infraestrutura de lazer e entretenimento que disponha de serviços de estética, atividades físicas, recreação e convívio com a natureza no próprio empreendimento;

III - HOTEL FAZENDA: localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo;

IV - CAMA E CAFÉ: hospedagem em residência com no máximo três unidades habitacionais para uso turístico, com serviços de café da manhã e limpeza, na qual o possuidor do estabelecimento resida;

V - HOTEL HISTÓRICO: instalado em edificação preservada em sua forma original ou restaurada, ou ainda que tenha sido palco de fatos histórico-culturais de importância reconhecida;

VI - POUSADA: empreendimento de característica horizontal, composto de no máximo 30 unidades habitacionais e 90 leitos, com serviços de recepção, alimentação e alojamento temporário, podendo ser em prédio único com até três pavimentos, ou contar com chalés ou bangalôs;

VII - FLAT/APART-HOTEL: constituído por unidades habitacionais que disponham de dormitório, banheiro, sala e cozinha equipada, em edifício com administração e comercialização integradas, que possua serviço de recepção, limpeza e arrumação.



Como se pode notar, embora os albergues ou *hostels* sejam levados em consideração nas pesquisas, eles não entram na classificação oficial do MTUr. Sem uma regularização dos órgãos competentes a difusão da tipologia se torna mais complicada, por não haver um padrão de qualidade nem de regras de funcionamento.

Origem dos *hostels* e a *Hostelling International*

O conceito de *hostel* surgiu na Alemanha, com o professor Richard Schirmann, um pouco antes da Primeira Guerra Mundial. No Brasil, a ideia do albergue foi trazida e difundida em 1961, pelo casal de professores cariocas Joaquim e Yone, que conheceram a tipologia na França em 1956 e decidiram ser pioneiros no ramo, instalando a ‘Residência Ramos’ no bairro de Ramos, no Rio de Janeiro (SILVA, 2019).

O website da Hostelling International define hostel ou albergue como uma acomodação de boa qualidade que oferece uma noite de sono confortável em uma atmosfera amigável e a um preço acessível. Os albergues também oferecem a maneira perfeita de conhecer um país a baixo custo e conhecer muitos viajantes. É interessante ressaltar que (*Youth*) Hostel e Albergue da Juventude têm mesmo significado e designam a mesma tipologia. A palavra hostel provém de *hospitale* e *hospice* e do francês velho e do latim medieval, um lugar para abrigar viajantes, lugar de hospitalidade.

No Brasil, a palavra albergue adquiriu sentido depreciativo, servindo para indicar local de recolhimento para desabrigados, idosos, moradores de rua etc. Isto porque a adoção de albergue vem da época do



Império, em que que viajantes, geralmente pobres comerciantes, exploradores e estudiosos, se abrigavam. Possuíam instalações precárias e sua principal função era fornecer comida e local de descanso para os animais desses viajantes, não havendo muita preocupação com o conforto e hospitalidade.

O termo *hostel* é utilizado em todo o mundo, mesmo os países que não possuem o inglês como idioma oficial, o usam para definir esse tipo de hospedagem. Faz mais sentido, portanto, adotá-lo até mesmo para estar em consonância com o mercado mundial, facilitando a identificação dos turistas estrangeiros.

Um *hostel*, difere de um hotel ou pousada, pois oferece quartos que têm de quatro a vinte leitos, masculinos, femininos e mistos, mas em uma atmosfera jovem, alegre, gerando no viajante um sentimento de respeito ao próximo, sensação de coletividade, possibilitando o convívio com pessoas dentro e fora das unidades de hospedagem. A sala de TV é geralmente o ambiente mais frequentado, onde os hóspedes se reúnem para conversar, ler algum livro disponível no acervo da biblioteca que os *hostels* geralmente têm. A cozinha se apresenta como outro ambiente bastante utilizado por todos.

Embora não haja regulação específica para *hostels* no Brasil a EMBRATUR, através da Deliberação Normativa nº 433, de 30 de dezembro de 2002, determinou que qualquer empresa que explore ou administre a prestação de serviços de hospedagem em unidades mobiliadas e equipadas e outros serviços a hóspedes, sob qualquer denominação, estará sujeita às normas legais que regem as atividades



comerciais ou empresariais, como é o caso do Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem, anexo da Deliberação Normativa nº 429 de 23 de abril de 2002. Outro requerimento é cumprir os requisitos básicos da *Hostelling International* referentes ao atendimento, segurança, limpeza, conforto e privacidade. Quanto à organização, Sandes (informação pessoal, 2018) assinala que é necessário que o hostel apresente em sua edificação: quartos coletivos; quartos para casal/família; cozinha aberta para uso dos hóspedes; sala de convivência; recepção; área de refeições; roupa de cama na diária; empresa constituída legalmente.

No Brasil, e mesmo no Ceará, é bem pequeno o número de *hostels* associados à rede. Em 2016 dados do IBGE apontavam a existência de 480 *hostels*/albergues da juventude em todo o Brasil, sendo 17 no Ceará, revelando assim que a grande maioria dos albergues são independentes. O lado negativo dessa situação é a falta de uniformidade no serviço oferecido, uma vez que, ao contrário do que ocorre no exterior, em que os *hostels* já são bem difundidos.

Turismo no litoral leste do Ceará – aproximação da área de estudo

O turismo é uma das atividades mais relevantes no Ceará desde 1980, quando no governo de Tasso Jereissati – o chamado “governo das mudanças”, foram feitas mudanças significativas por meio da implementação de políticas públicas que visavam alavancar o turismo. Essas iniciativas ajudaram a construir uma nova imagem do Ceará, associando-a às belezas naturais e deixando para trás a ideia de sertão/seca. Para isso, o governo implantou o Programa Nacional de Desenvolvimento



e Estruturação do Turismo (PRODETUR). Programa do Ministério do Turismo, que tinha como objetivo contribuir para a estruturação dos destinos turísticos brasileiros, pelo fomento ao desenvolvimento local e regional, por meio de parcerias com estados e municípios. O Prodetur, possibilitou a construção de novas rodovias, duplicou e pavimentou as que já existiam e investiu em aeroportos, tudo para encurtar as distâncias e facilitar o acesso ao litoral. Posteriormente, o Ceará também recebeu investimentos do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e do Prodetur Nacional, que permitiram a ampliação do aeroporto Pinto Martins e contribuíram para diversificar e interiorizar o turismo no Estado, deixando-o mais competitivo.

Esses investimentos nas estradas encurtaram as distâncias entre a capital Fortaleza e o litoral, mas uma das ações mais significativas dos programas foi a criação do aeroporto Dragão do Mar, em Aracati, um novo portão de entrada para turistas nacionais e internacionais, fundamental para impulsionar o turismo do litoral leste. Nesse contexto, a ‘Costa do Sol Nascente’, acabou se consolidando como uma das áreas mais dinâmicas da costa litorânea do estado.

O Pontal do Maceió

A Praia de Pontal do Maceió encontra-se na citada Costa do Sol Nascente, sendo apresentada aqui como estudo de caso justificado por dois fatores: primeiro pelo fato de estar em desenvolvimento acelerado nas últimas décadas como receptor de turistas nacionais e internacionais



(Figura 2) e, segundo, por estar apresentando novas formas alternativas de hospedagem, o *hostel*, objeto de interesse de estudo, à medida que sendo hospedagem alternativa, pode vir a se considerar também como turismo social e inclusivo. É neste recorte espacial que apresentamos algumas ideias que um *hostel* pode se propor como acessível.

Localizado a 150 km da capital Fortaleza, o distrito Maceió faz parte do município de Fortim, que conta com a proximidade do novo Aeroporto Regional de Canoa Quebrada Dragão do Mar, situado no município vizinho, de Aracati. A Praia do Pontal de Maceió foi muito tempo uma praia desconhecida pela maioria dos turistas, ela tem sido mais procurada nos últimos anos, após ter sido visitada pelo francês Jean Michel Chaufour, que encontrou o Pontal do Maceió, uma vila de pescadores com uma beleza única e intocada. Logo, os visitantes que recebia começaram a sugerir que ampliasse o local para receber outros franceses e visitantes do Brasil e do mundo. Foi quando Jean decidiu propor ao filho Célian a ideia de abrir um hotel no lugar, e assim o fizeram. Compraram uma casa à beira mar e transformaram em um hotel, o Vila Selvagem Hotel Contemporâneo. Atualmente este hotel conta com 28 bangalôs e ainda se encontra em fase de expansão em sua área de 20.000 m².

O crescimento do Pontal do Maceió trouxe um aumento significativo no número de opções de hospedagem disponíveis, mas o que se nota é uma tendência de acomodações de luxo, principalmente mais próximo à praia, com valores consideravelmente altos.



Figura 2: Opções de hospedagem no Pontal de Maceió - Fortim - CEI – 2019

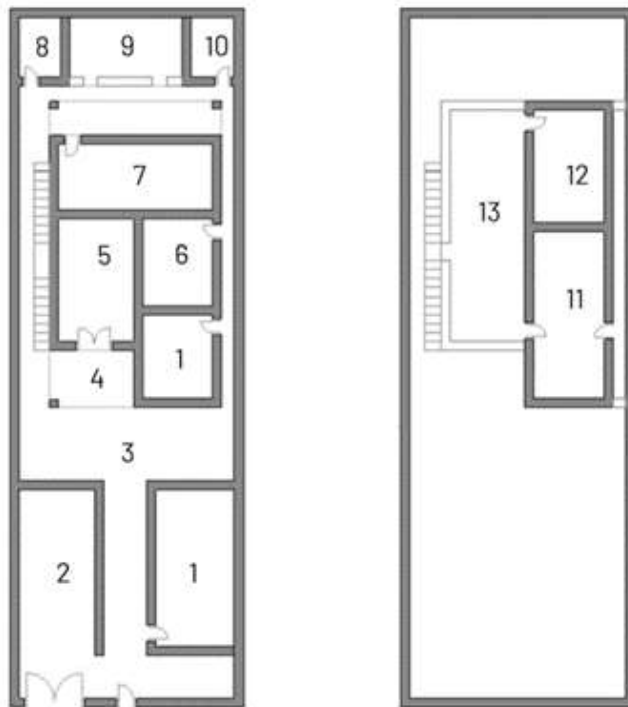


Fonte: SILVA, 2019

Nesta pesquisa, em busca de hospedagem alternativa na Praia do Pontal de Maceió, verificou-se a existência do *Equilibrium Hostel*. Inaugurado em novembro de 2017, o *Equilibrium Hostel*, chefiado pelo casal Jorge e Perina Canário, conta com duas suítes privativas, que têm uma cama de casal e uma de solteiro, dois quartos compartilhados, um feminino e outro masculino (Figura 5) e um misto (Figura 3). Atualmente, este empreendimento está em fase de mudança de endereço, provavelmente nova construção.



Figura 3: Esquema da planta do *Equilibrium Hostel*.



Fonte: SILVA, 2019.

1. Quarto Casal - 2. Garagem - 3. Pátio - 4. Varanda - 5. Recepção/ Estar - 6. Quarto Coletivo Masculino - 7. Refeições - 8. Lavanderia - 9. Cozinha - 10. Banheiro - 11. Apto. Hostess - 12. Quarto Coletivo Feminino - 13. Salão de jogos

Excetuando-se o quarto misto, que apresenta banheiro externo, os demais são suítes. As áreas comuns são compostas por sala de estar com TV, videogame e biblioteca, tudo no mesmo ambiente em que se encontra a recepção; e um terraço superior coberto, com mesas de jogos, como sinuca, mesas e bancos, área de convivência (Figura 4). Conta ainda com uma cozinha aberta, utilizada pelo *hostel* e pelos hóspedes, próximo à uma área aberta, destinada a refeição.



Figuras 4 e 5: Espaço coletivo e dormitório coletivo do *Equilibrium Hostel*.



Fonte: SILVA, 2019.

Na visita ao *hostel* existente no Pontal de Maceió ficou claro que este não atende satisfatoriamente às condições de acessibilidade constantes no Plano Nacional de Turismo 2018-2020 como também em relação à NBR 9050, norma brasileira que apresenta critérios e diretrizes de projeto para acessibilidade espacial.

Pela visita aos ambientes, verificou-se que as condições de acessibilidade se restringem às áreas comuns de convivência e acesso ao térreo. O que não caracteriza denominar este *hostel* como acessível, mas sim, visitável.

Requisitos para um *hostel* acessível

Em função de contribuir com o debate sobre hospedagem alternativa inclusiva, apresentamos alguns aspectos da proposta da Arquiteta Stephanie Silva, que inseriu esta problemática, objeto de estudo de pesquisa em acessibilidade e turismo social no seu Trabalho de Conclusão de Curso - TCC apresentado em junho de 2019 no Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará.

A proposta contempla unidades de hospedagem (UH) tendo como pressuposto básico a hospedagem acessível e o turismo social. Para



o desenvolvimento do projeto primeiro foram seguidas as recomendações e exigências de a *Hostelling International* a fim garantir o padrão de qualidade esperado para tal empreendimento. Tendo a acessibilidade como premissa projetual e, havendo a necessidade da criação de mais de um pavimento com vista a aproveitar o terreno e o visual da praia da melhor forma, um dos principais desafios foi o acesso aos pavimentos, já que um elevador seria, de certo modo, não conveniente pelo fato da existência da forte maresia e pelo alto custo. A solução veio com a ideia de tomar partido de uma rampa central para unir os dois blocos e com isso propiciar a criação de um grande espaço de convivência central do *hostel*, tornando-se assim, o coração da edificação (Figura 6).

Figura 6: Planta de Implantação

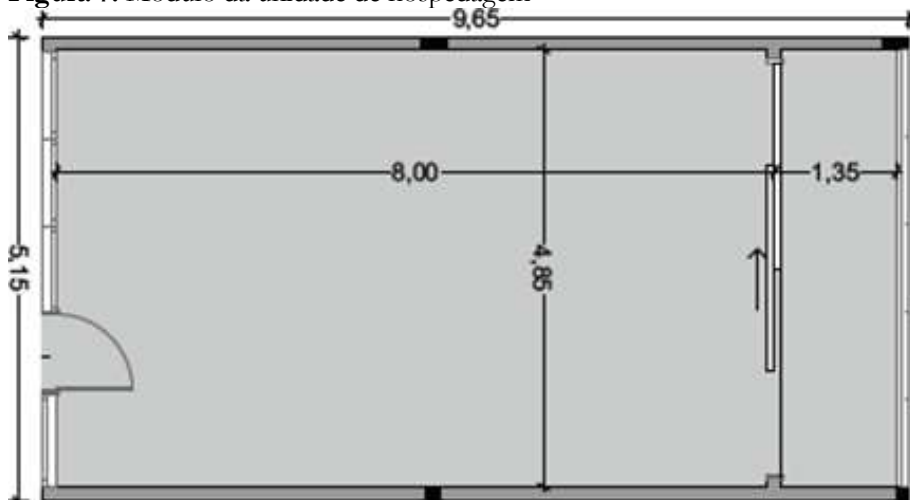


Fonte: SILVA, 2019.



Para a condição de modulação adequada a vários tipos de UH e, pensando em facilitar a distribuição da estrutura, foi adotado um módulo baseado nas necessidades da UH. Seu dimensionamento foi concebido de forma a organizar espacialmente o mobiliário, o banheiro acessível e deixar livre um espaço satisfatório para manobras com a cadeira de rodas e, pensado para que pudesse comportar todas os tipos de UH propostas sem necessitar alteração na modulação (Figura 7). Isto demonstra como as questões espaciais relativas à acessibilidade devem ser pensadas e solucionadas desde a concepção do projeto, inclusive com a participação de pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, para que projetos, obras e fiscalizações estejam alinhados em sintonia com as normas e legislações (Santiago et al, 2016).

Figura 7: Módulo da unidade de hospedagem



Fonte: SILVA, 2018.

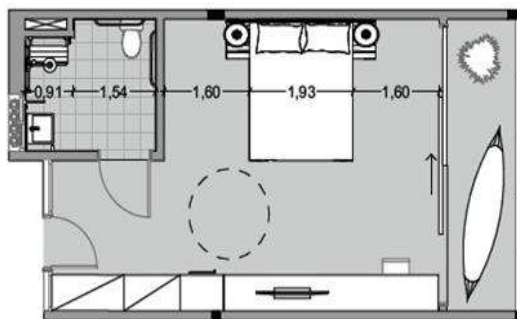


O módulo tem 4,85 x 8,00 m na parte interna do quarto e o módulo total de 5,15 x 9,65 m. Este módulo proporcionou espaços internos para arranjos de mobiliário e circulação acessível a todas as tipologias de UH. Com intuito de atender diversos públicos, foram criadas 4 modalidades de UH: 1. quartos casais (Figura 8); 2. quartos família (Figura 9); 3. quartos quádruplos (Figura 10) e 4. quarto óctuplo (Figura 11). Os quartos casal e família são para aqueles que buscam por maior privacidade e podem pagar um valor mais alto.

Figura 8: Módulo da unidade de hospedagem (quarto casal)



- Banheiro privativo acessível
 - Cama *king size*
 - Bancada de apoio
 - TV e Frigobar
 - Rede tradicional na varanda
- Fonte: SILVA, 2019



No quarto família, além da cama de casal foi proposto o beliche acessível (Ver Figuras. 9 e 17)

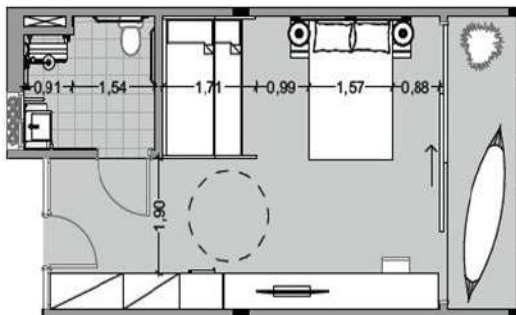


Figura 9: Módulo da unidade de hospedagem (quartos família)



- Banheiro privativo acessível
- Cama *queen size*
- Beliche acessível
- Bancada de apoio
- TV e Frigobar
- Rede tradicional na varanda

Fonte: SILVA, 2019



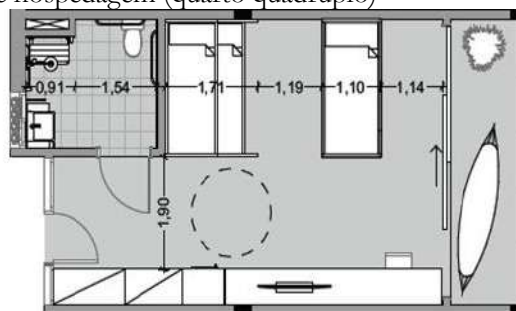
O quarto quádruplo pode ser ocupado tanto por pessoas sozinhas quanto ser fechado por um grupo de amigos que queira maior privacidade. Nele são organizados dois beliches, sendo um comum e um acessível. (Ver Figuras 10 e 17).

Figura 10: Módulo da unidade de hospedagem (quarto quádruplo)



- Banheiro privativo acessível
- Beliche regular
- Beliche acessível
- Bancada de apoio
- TV e Frigobar
- Rede tradicional na varanda

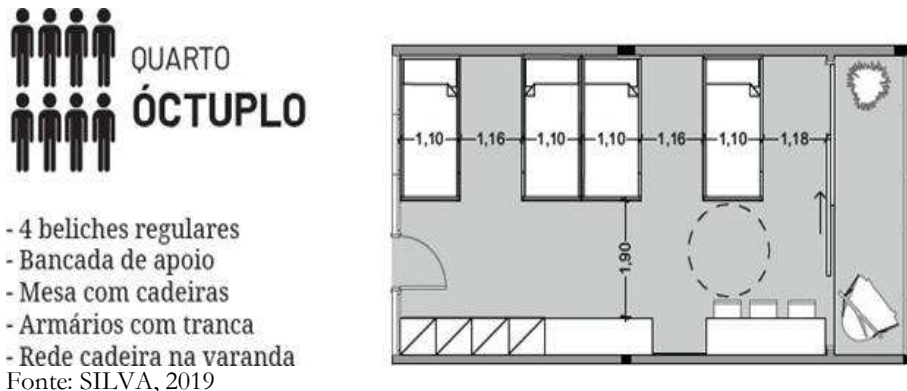
Fonte: SILVA, 2019



Finalmente, o quarto óctuplo é voltado tanto para viajantes sozinhos quanto em grupos, mas que querem pagar um valor menor e estão dispostos a interagir com pessoas diferentes durante a estadia (Figura 11).



Figura 11: Módulo da unidade de hospedagem (quarto óctuplo)



Para as UH óctuplas foram criados banheiros coletivos no segundo pavimento. Todos os quartos, com exceção dos óctuplos, possuem banheiros internos e acessíveis, com condição de acomodação de usuário em cadeira de rodas, seguindo o que na época do projeto era recomendado pela ABNT NBR 9050/2015, de todo modo, também atende a norma atualizada em 2020, da seguinte maneira:

- 1. Chuveiro** - As barras de transferência da área de chuveiro de um banheiro acessível são de extrema importância, visto que através delas o usuário de cadeira de rodas consegue sair da cadeira e sentar-se no banco de banho (barras 4 e 5 da elevação 01) e, no caso de gestantes, idosos ou pessoas com muletas, se levantar do mesmo (barra 3 da elevação 01). O banco de 70cm de largura é revestido com madeira naval (resistente à água) e é dobrável para que, caso a pessoa já esteja em uma cadeira de banho, ela consiga entrar embaixo do chuveiro. Ele está a 46 cm do piso, mesma altura da cadeira de rodas, seguindo assim o princípio 6 do desenho universal, baixo esforço físico: fazer o uso dos equipamentos com menor esforço físico possível. O chuveiro está posicionado distando 70 cm do banco de banho para que ao sentar a



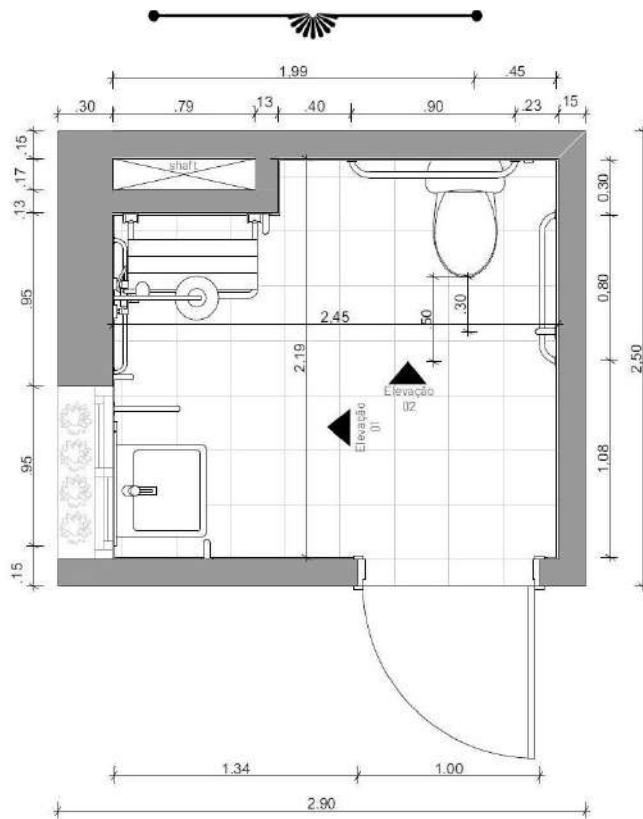
pessoa consiga ter controle sobre que momento entrar embaixo da água, sem risco de afogamento. Seu acionamento é feito por alavanca, permitindo que mesmo alguém sem os dedos ou com algum tipo de atrofia nas mãos possa acioná-lo.

Figura 12: Imagem do Banheiro acessível no projeto Hostel



Fonte: SILVA, 2019

Figura 13: Planta Banheiro acessível no projeto Hostel

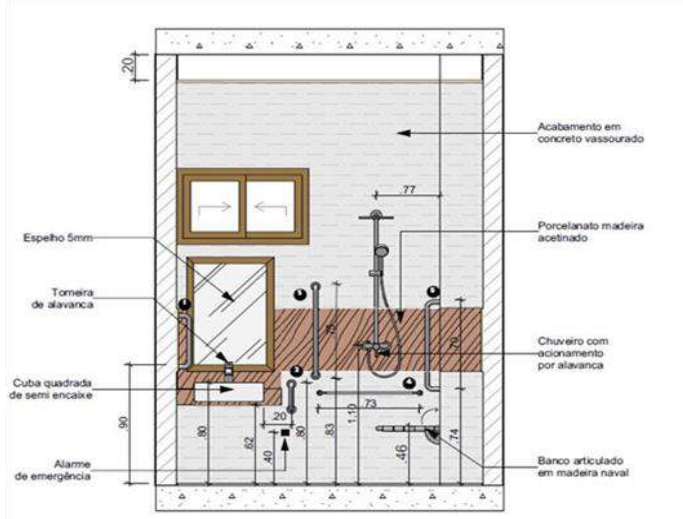


Fonte: SILVA, 2019

2. Lavatório – de semi encaixe, bancada livre a 73 cm do piso, garantindo a área de aproximação ao cadeirante. A distância da face do lavatório para a torneira é de 50cm, para que apenas esticando os braços a pessoa na cadeira de rodas consiga acionar a torneira de alavanca (com 23N de força para acionamento). Barras de apoio vertical, para que assim mais pessoas com diferentes tipos de necessidades possam utilizá-las, como gestantes, idosos e pessoas com muletas. A barra vertical (barra 1 da elevação 01) deve estar a 90 cm do chão e a barra horizontal (barra 2 da elevação 01) deve distar no máximo 20 cm da cuba. O espelho, máximo a 90cm do piso para que a pessoa consiga se ver de corpo inteiro de frente.

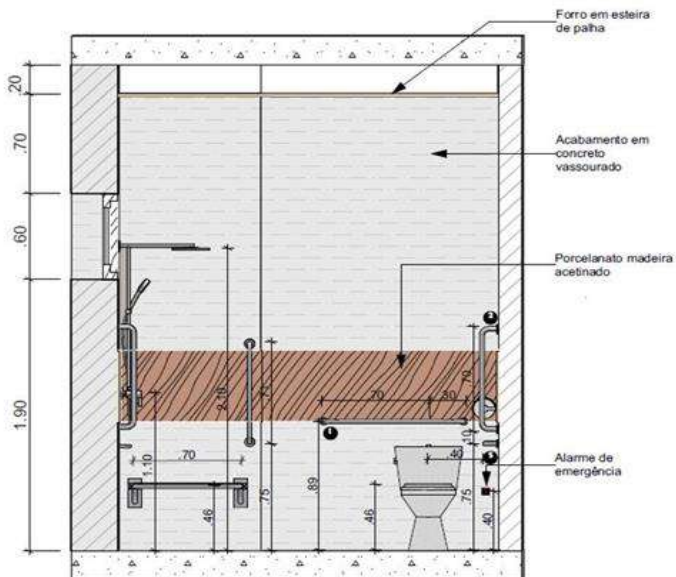


Figura 14: Vista Banheiro acessível 1



Fonte: SILVA, 2019

Figura 15: Vista Banheiro acessível 2



Fonte: SILVA, 2019



3. Sanitário - A área do sanitário deve contar obrigatoriamente com duas barras horizontais, uma ao fundo do sanitário (barra 1 da elevação 02) e outra na lateral (barra 3 da elevação 02), e uma barra na vertical (barra 2 da elevação 02), permitindo tanto a transferência lateral como a perpendicular com facilidade. A barra do fundo deve se estender 0,30 m além do eixo da bacia em direção à parede lateral, permitindo maior conforto e segurança no momento da transferência. Com a vasta utilização do uso da caixa acoplada desde a norma de 2015 e 2020 a barra do fundo passa a ter 89 cm de altura, para facilitar o acionamento do botão da caixa acoplada (o botão de acionamento deve ser alavanca ou botão elevado), enquanto a barra lateral deve estar a 75cm. A tampa da bacia sanitária também deve estar a 46cm de altura, mesma altura da cadeira de rodas, para que com baixo esforço físico a pessoa consiga realizar a transferência.

O chuveiro/ducha da área da piscina também deve ser concebido seguindo requisitos de acessibilidade (Ver Figura. 16). No caso específico deste projeto na praia, as barras de apoio são de madeira.

Figura 16: Detalhes Chuveirão
DETALHE CHUVEIRÃO

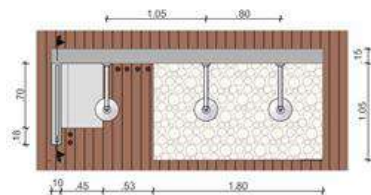


Figura 5.29 Chuveirão em planta.
Fonte: autora.

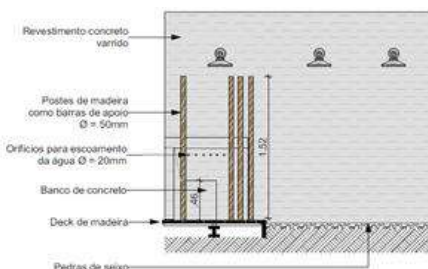


Figura 5.32 Chuveirão em vista.
Fonte: autora.

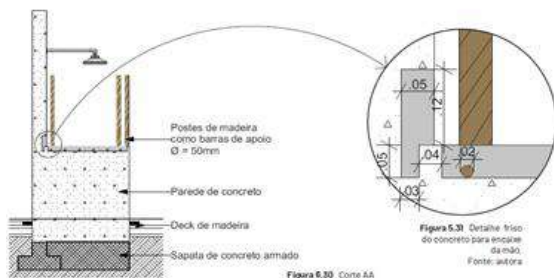


Figura 5.31 Detalhe: friso de concreto para encaixe da barra.
Fonte: autora.

Figura 5.30 Corte AA

Como a acessibilidade é uma das premissas do projeto, toda a área de lazer foi pensada para que pudesse ser utilizada o mais facilmente por todos. Sendo assim, o projeto conta com uma área de chuveiros com banco de banho que possibilita a utilização por cadeirantes e outras pessoas que necessitem de maior apoio para utilizá-los. As barras laterais tradicionais foram substituídas por postes de madeira e frisos na parede de concreto, permitindo que a pessoa obtenha o apoio necessário.

Fonte: SILVA, 2019



Por se tratar de uma tipologia para atendimento ao público de turismo social e inclusivo, o mobiliário teve que ser pensado de forma mais econômica e ergonômica para atingir os objetivos propostos pelo projeto do *hostel*.

O mobiliário dos quartos foi feito com OSB e *pallets*, pensando na questão da sustentabilidade. O OSB (Oriented Strand Board) é um painel estrutural de tiras de madeira orientadas perpendicularmente, em diversas camadas, o que aumenta sua resistência mecânica e rigidez. Essas tiras são unidas com resinas aplicadas sob altas temperatura e pressão. Através desse processo de engenharia automatizado, os painéis permanentemente controlados e testados para verificar seus níveis de acordo com os padrões de qualidade. É um painel ecologicamente correto.

O *pallet* é construído de madeira, alumínio, aço, plástico, fibra, etc. Os mais comuns são os *pallets* de madeira. Já o OSB permite uma grande variedade de usos e aplicações, tendo sido utilizado para os beliches e para o mobiliário interno como armários e mesas, assim como para móveis das áreas comuns, algumas vezes com pintura branca em uma das superfícies. Os *pallets*, foram utilizados para ascamas de casal e para os sofás das áreas comuns. Ressalta-se a proposta de beliche com a cama inferior mais larga que a superior para melhor acomodar pessoa obesa ou usuário de cadeira de rodas. (Ver Figura. 17- Beliche acessível).



Figura 17: Mobiliário com OSB e *pallets*
Casal



Beliche



**Beliche
acessível**



Fonte: SILVA, 2019.

As imagens apresentadas nas figuras 18 e 19 a seguir, demonstram espaços descontraídos de convivência ao ar livre e espaços internos de uso comum, nos três níveis do *hostel*, numa configuração que caracteriza o *hostel* na trilha do turismo social e inclusivo.

Figura 18: Vista externa área da piscina



Fonte: SILVA, 2019



Figura 19: Corte/Vista interna recepção



Fonte: SILVA, 2019

Com estes requisitos de acessibilidade contemplados, esta proposta de *hostel* à beira do mar na praia do Pontal de Maceió vem contribuir com o debate para ampliação do turismo, ou seja, que o turismo acessível e social seja ampliado nos municípios litorâneos com espaços agradáveis, acolhedores e acessíveis.



CONSIDERAÇÕES FINAIS

É um desafio trabalhar esta temática da tipologia hostel, ainda em expansão no Brasil. Na busca por referências, principalmente teóricas, sobre a temática dos meios de hospedagem, em especial, sobre hostels, se observa que seu estudo no Brasil ainda está em um nível de desenvolvimento, começando a despertar a curiosidade de alguns, ainda não atingiu o status de classificação dos meios de hospedagem na rede de turismo.

Quanto às questões de acessibilidade, nas referências estudadas o que se observa é que a temática é muitas vezes deixada para um segundo momento, não estando nos planos desde o início, porém para uma boa produção de arquitetura, no sentido de espaços inclusivos é necessário tratar estes aspectos como premissas na concepção do projeto e não tratar de adequações a posteriori, para que não venha a ser uma adaptação, quando poderia ser um projeto acessível.

Trazer o projeto do Jangada Hostel neste capítulo também foi uma forma de contribuir na discussão dos meios de hospedagem e se pensar nas questões de viés econômico e social, projetando com foco nos usuários, inclusive as pessoas com deficiência e mobilidade reduzida, refletindo sobre como a arquitetura pode desempenhar seu papel social e contribuir para tais questões através da criação de espaços mais agradáveis e inclusivos, além de contribuir para ampliação do turismo.



REFERÊNCIAS

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR 9050**. Acessibilidade e edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro. 2015; 2020.
- BRASIL. Embratur. **Deliberação Normativa nº 433**, de 30 de dezembro de 2002.
- BRASIL. Embratur. Regulamento Geral dos Meios de Hospedagem, anexo da **Deliberação Normativa nº 429** de 23 de abril de 2002.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo e Sustentabilidade**. Orientações para prestadores de serviços turísticos. Brasília, DF: Mtur, 2016. Disponível em: www.turismo.gov.br
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos conceituais**. Brasília, DF: Mtur, 2006.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo da Demanda Turística Internacional**. Brasília, DF: Mtur, 2015; 2016.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Estudo da Demanda Turística Internacional Brasil – 2019**. Brasília, DF: Mtur, 2020.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Portaria Mtur Nº 39**, de 10 de março de 2017. Estabelece regras e critérios para a formalização de instrumentos de transferência voluntária de recursos, para execução de projetos e atividades integrantes do Programa Turismo e respectivas Ações Orçamentárias, e dá outras providências. Brasília, DF: Mtur, 2017.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo (PNT) 2018-2022**. Brasília, DF: Mtur, 2018.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Portaria nº 100 de 16/06/2011**. Brasília, DF: Mtur, 2011.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Turismo e acessibilidade: manual de orientações**. 2. ed. – Brasília: Mtur, 2006.
- CARVALHO, A. S.; MOREIRA, C. B. G.; LIMA, T. P. A. **A Acessibilidade dos Lugares: Reflexões e Práticas**. In: VI SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 6., São Paulo, 2009.
- HONORIO, I.C. **Desenho Universal no Turismo: acessibilidade para pessoas com deficiência no segmento do turismo de eventos em Fortaleza, CE**. Dissertação de Mestrado apresentada ao Curso de Mestrado Profissional em Gestão de Negócios



Turísticos da Pró-Reitoria de Pós- Graduação e Pesquisa do Centro de Ciências e Tecnologia e Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará, 2014.

MENDES, Bruna C.; PAULA, Nilma Morcef de. **A Hospitalidade, o Turismo e a Inclusão Social para Cadeirantes**. Revista Turismo em Análise, v. 19, n. 2, ago. 2008, p. 329-343.

MOREIRA, Marisa Macedo. A Inclusão de Pessoas com Deficiência pelo Turismo. A Democratização de Benefícios na Atividade Turística. In: **V SeminTUR. Seminário de Pesquisas em Turismo no Mercosul Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina**. Caxias do Sul, 2008.

SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto; QUEIROZ DE SANTIAGO, Cibele; SILVEIRA SOARES, Thaís. ACESSIBILIDADE NO ESPAÇO PÚBLICO: O CASO DAS PRAÇAS DE FORTALEZA. Ergodesign & HCI, [S.l.], v. 4, n. 2, p. 32-39, dec. 2016. ISSN 2317-8876. Disponível em: <<http://periodicos.puc-rio.br/index.php/revistaergodesign-hci/article/view/69>>. Acesso em: 09 feb. 2023. doi: <http://dx.doi.org/10.22570/ergodesignhci.v4i2.69>.

SATYRO, Antonella Guimarães; PINHEIRO, Zumécia. **Os albergues independentes como um novo meio de hospedagem e prestação de serviços. Estudo de caso: Red Hostel**. UNOPAR Cient., Ciênt. Juríd. Empres., Londrina, v. 7, p. 31-38, mar. 2006.

SASSAKI, Romeu Kazume. **Inclusão no lazer e turismo: em busca da qualidade de vida**. São Paulo: Áurea, 2003.

SANDES, Marisa. **Informações sobre filiação**. [mensagem pessoal] recebida por <stephaniesilva@gmail.com> em 23-04-2018.

SILVA, Stephanie Ciqueira. **Jangada Hostel: uma proposta de hospitalidade aberta**. Trabalho de Conclusão de Curso. Departamento de Arquitetura, Urbanismo e Design. Universidade Federal do Ceará. 2019. 132f. il. color.

VARGAS, Heliana Comin; PAIVA, Ricardo Alexandre (Org). **Turismo, Arquitetura e Cidade**. Barueri, SP: Manole, 2016.

Sites

HOSTELLING INTERNATIONAL. **Perguntas frequentes**. Disponível em <<https://www.hihostel.com/pt//pages/469>> Acesso em: 2019-06-21.

HOSTELLING INTERNATIONAL. <https://www.hihostels.com/>

Masisa do Brasil LTDA. Disponível em: <http://www.montage.com.br/osb.htm>

FORMIGA, Maria Clara Virgínia Araruna

Graduada em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bolsista do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) da Universidade Federal da Paraíba.

BRAMBILLA, Adriana

Doutora pelas Universidades de Aveiro e do Minho (Portugal). Graduada em Administração de Empresas pela FAAP (Fundação Armando Álvares Penteado - SP), Mestre em Administração pela UFPB (Universidade Federal da Paraíba) e Professora do Departamento de Turismo e Hotelaria da UFPB, coordenadora do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo e colaboradora do Grupo de Pesquisa CLLC da Universidade de Aveiro (Portugal).

VANZELLA, Elídio

Doutorado e mestrado em modelos de decisão em saúde (Estatística) pela UFPB, especialista em gestão de pessoas e graduado em administração. Professor na Unifuturo, orientador para o Programa de Mestrado em Educação da Florida Christian University nos EUA e em 2018 aderiu ao Education Without Borders Program como “Professor Sem Fronteiras”. Pesquisador do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (base CNPq).

ACESSIBILIDADE PARA IDOSOS NO SETOR DE A&B DA CIDADE DE JOÃO PESSOA/PB

Maria Clara Virginio Araruna Formiga
Adriana Brambilla
Elídio Vanzella

Oturismo possibilita distintas modalidades e, em sua amplitude, uma das formas de segmentar ocorre pela variável demográfica, como exemplo a faixa etária, dando origem ao segmento turismo para a terceira idade. Esse perfil etário desperta a atenção do setor turístico, porque gosta de viajar e de aproveitar o tempo livre a aposentadoria lhe proporciona.

No Brasil, em concordância com o cenário mundial e das projeções da ONU (Organização das Nações Unidas) que apontam para um aumento da expectativa de vida, mesmo com a pandemia de Covid19 (ALVES, 2022), se observa o crescimento progressivo do segmento das pessoas com 60 anos e mais. Com isso, os agentes do turismo, incluindo os serviços de alimentos e bebidas, também conhecidos por A&B, perceberam uma maior necessidade de investimentos em acessibilidade, pois nesses estabelecimentos, essa deficiência pode comprometer o atendimento adequado aos idosos. Nesse contexto, ressalta-se a importância que esses estabelecimentos estejam em conformidade com as normas de acessibilidade e, assim atendam às necessidades dos visitantes, pois a hospitalidade é o ato de bem receber e, nesse sentido, se inclui a



acessibilidade oferecida pelos estabelecimentos voltados à alimentação dos visitantes, especificamente os restaurantes. Diante desse contexto, este trabalho tem como objetivo analisar, em relação ao público da terceira idade, as condições de acessibilidade dos restaurantes localizados na orla da cidade de João Pessoa-PB.

A escolha pela cidade ocorreu em virtude de receber um grande número de visitantes idosos, além de possuir uma parcela significativa deste público em sua população (IBGE, 2022).

Os desafios da acessibilidade no turismo para a terceira idade

A temática da acessibilidade voltada ao público idoso tem feito parte de diversos debates e, dentre os vários setores que têm se preocupado com essa questão, o turismo se destaca, pois tem demonstrado interesse em buscar melhorias no atendimento. A realização da atividade turística, como apontam Evangelista, Brambilla e Vanzella (2018), pode ser considerada uma forma de manter uma vida saudável e ativa. Este ponto, para a experiência do turista da terceira idade, auxilia na sua integração social, oferecendo experiências que saiam do cotidiano e com atividades que ocupem seu tempo livre.

Cada vez mais as pessoas com sessenta anos e mais estão participando de diversas atividades, incluindo as viagens. Isso faz com que o segmento do turismo de terceira idade continue crescendo, principalmente porque a maioria das pessoas desse segmento etário possui mais tempo livre e disponibilidade financeira para vivenciar experiências



turísticas (MELO, VANZELLA e BRAMBILLA, 2019). No entanto, este público pode possuir limitações, sendo assim, é primordial que o setor turístico e o poder público se atentem às necessidades desse segmento, em todos os aspectos, para assim conseguir acolhê-los da melhor forma.

Sena, González e Ávila (2007) consideram que as pessoas que se enquadram em um grupo de vulnerabilidade específica devem receber mais atenção dos profissionais de turismo a respeito das suas necessidades. Dias (2018) reforça este pensamento quando discute sobre algumas necessidades públicas fundamentais para o melhor atendimento às pessoas idosas, como, por exemplo: acessibilidade, saúde e mobilidade, que quando combinados garantem a independência na vida cotidiana.

A acessibilidade nos espaços turísticos colabora para evitar a exclusão social e física, principalmente das pessoas que possuem mobilidade reduzida. Neste grupo estão incluídas as pessoas idosas, as obesas, grávidas, pessoas acompanhadas por criança de colo ou carrinho de bebê, além de qualquer indivíduo que possua mobilidade reduzida de natureza permanente ou provisória (ABNT 9050, 2015).

As contribuições da arquitetura e do design na oferta da acessibilidade nos estabelecimentos de A&B.

Segundo a Associação Brasileira de Normas Técnicas - ABNT, por meio da norma NBR 9050/2015, os estabelecimentos que oferecem serviços de alimentos e bebidas devem atentar-se aos aspectos dos seus ambientes no que diz respeito à circulação de pessoas, principalmente nas



áreas comuns do local, de modo a proporcionar, a todos os seus consumidores, condições adequadas de visitação. A padroniza o exigida por meio desta norma diz respeito a ambientes públicos e privados (ABNT, 2015).

A observa o e o cumprimento da NBR 9050 pelos estabelecimentos de alimentos e bebidas, desde a idealiza o do local, facilita a concretiza o da acessibilidade em todo o ambiente e nos mais diversos aspectos. De forma geral, torna-se necessário que os ambientes disponibilizem infraestrutura inclusiva de modo a oferecer espaços acessíveis para todos e para que isto aconteça, torna-se importante o papel da arquitetura no desenvolvimento de espaços inclusivos que atendam às necessidades de todos os usuários dos locais.

A arquitetura, quando utilizada para resolu o de problemas de mobilidade nos estabelecimentos, busca garantir o acesso das pessoas da maneira mais eficaz possível. Balbi e Silva (2011) discorrem sobre a importância da correla o da acessibilidade com a mobilidade de modo a oferecer espaços seguros para pessoas com mobilidade reduzida e assim evitar a exclusão social destas pessoas.

Almeida, Pedroso e Cury (2016) explicam como os ambientes são planejados pensando mais na sua estética do que na sua real funcionalidade, deixando de oferecer assim um espaço seguro para todos que desejam utilizá-los. Os autores asseveram, ainda, sobre como um ambiente seguro para a pessoa idosa consegue influenciar na qualidade de



vida deste público e apontam a importância da adaptação dos espaços para este público:

projetar um ambiente destinado ao público idoso, não significa retirar ou alterar todas as barreiras físicas, mas sim, dar a possibilidade ao idoso que ainda consegue exercer algumas atividades, que continue exercendo. Um exemplo são as escadas. Não é necessário substituir todas as escadas por rampas, às vezes, simples soluções como corrimãos fixos e em altura adequada e um piso antiderrapante são capazes de trazer mais segurança ao idoso que irá utilizá-la, sem ter a necessidade de privar esse idoso que ainda consegue subir uma escada, de subi-la (ALMEIDA, PEDROSO e CURY, 2016, p. 89).

Sabe-se que com o envelhecimento, o indivíduo passa a ter algumas necessidades que influenciam e são influenciadas diretamente pelo uso dos espaços físicos. Dorneles (2006) discorre a respeito das restrições que a pessoa idosa pode ter por conta do processo de envelhecimento e enfatiza que restrição é a dificuldade que uma pessoa pode ter ao realizar alguma atividade, considerando as suas condições físicas e as características dos ambientes. A autora também expõe como o desenho universal auxilia para que as pessoas, independente das suas condições físicas, utilizem os espaços e realizem atividades com autonomia e independência (DORNELES, 2006).

O desenho universal, também conhecido como design universal, é utilizado para fornecer ao usuário dos produtos e ambientes a sua independência, eliminando as mais variadas barreiras de uso (SÁ e ELALI, 2021). Começou a ser usado, segundo Feitosa e Righi (2016), na criação de projetos voltados para a arquitetura e urbanismo, nos Estados Unidos, por conta do aumento da população idosa e das pessoas com deficiência.



Tal alteração demográfica, resultou na criação de leis específicas para assegurar os direitos básicos dessas pessoas. Nesse contexto, possui sete princípios universais que devem ser adotados, são eles: uso equitativo (o projeto deve ser adequado e inclusivo para pessoas com habilidades diferentes); uso flexível (o projeto deve ser desenvolvido para atender um grande número de preferências); uso simples e intuitivo (o projeto ser de fácil entendimento, não dependendo da experiência ou conhecimento prévio do usuário); informação de fácil percepção (as informações a respeito do uso devem ser comunicadas da maneira mais eficiente); tolerância ao erro (o projeto deve ter poucas chances de consequências que possam gerar acidentes); baixo esforço físico (o projeto deve possibilitar conforto no momento em que a atividade é realizada) e dimensões e espaço para aproximação e uso (o projeto deve ser feito para que qualquer usuário independente da sua mobilidade ou tamanho possa usá-lo) (PORTO e REZENDE, 2016).

No Brasil, segundo Porto e Rezende (2016), o debate a respeito do uso do design universal foi iniciado no ano de 1980 e a conscientização deu-se a partir do ano de 1981, quando ocorreu o Ano Internacional de Atenção às Pessoas com Deficiência e que levou ao desenvolvimento de leis e regulamentações voltadas para pessoas com deficiências ou mobilidade reduzida. Logo após, no ano de 1985, foi idealizada a primeira norma técnica brasileira a respeito da acessibilidade: a NBR 9050, que desde então sofreu revisões e alterações em 1994, 2004 e 2015.



Para realizar o planejamento de um ambiente, é necessário conhecer as necessidades de quem vai frequentar e, desta forma, eliminar ou minimizar as dificuldades no ambiente que podem ser obstáculos para o uso. Porto e Rezende (2016) explicam que, com base nos princípios do design universal, existem quatro grupos que devem ser considerados no momento do desenvolvimento de um projeto: as crianças, os adultos, os idosos e as pessoas com deficiências. O uso do desenho universal voltado para o público idoso pode ser utilizado para o desenvolvimento e adaptação de ambientes que forneçam segurança, saúde, independência e conforto para essas pessoas. Ao desenvolver projetos de ambientes com características que facilitem a experiência destas pessoas, os designers e arquitetos passam a oferecer os mesmos atributos para outros públicos, aumentando assim o número de usuários finais.

Metodologia

Este trabalho foi desenvolvido com base no Projeto de Iniciação Científica que faz parte do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica (PIBIC) através da Pró-reitoria de Pesquisa da Universidade Federal da Paraíba (Propesq/UFPB) cujo título é “Acessibilidade para idosos: um estudo aplicado nos restaurantes da cidade de João Pessoa-PB” no âmbito do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (GCET).

Para o desenvolvimento do estudo, adotou-se a pesquisa bibliográfica, documental e descritiva com abordagem qualitativa, cujo instrumento de pesquisa elaborado foi a *checklist* com itens de acessibilidade em consonância com a norma técnica NBR 9050/2015.



Inicialmente foi realizado um levantamento dos bares e restaurantes localizados nas praias do Bessa, Manaíra, Tambaú e Cabo Branco na cidade de João Pessoa/PB. A escolha pelos estabelecimentos instalados nesses bairros ocorreu em virtude de ser a região que concentra o maior fluxo turístico.

A pesquisa de campo ocorreu no período de março a julho de 2022, sendo selecionados os estabelecimentos ativos no Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (Cadastur), do Ministério do Turismo e os que fazem parte da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel), totalizando 30 estabelecimentos, entre bares e restaurantes.

O instrumento de pesquisa foi aplicado nesses empreendimentos tendo como foco verificar as condições de acessibilidade para os turistas idosos, contemplando questões relacionadas a norma ABNT 9050/2015.

Análise e discussão dos resultados:

O instrumento de pesquisa, elaborado conforme as normas da NBR 9050/2015, permitiu que fossem observados os aspectos da acessibilidade no cenário da pesquisa. Foram avaliados pontos como acessibilidade na entrada do local, estacionamento disponível, acesso às mesas, disponibilidade de banheiro acessível, assim como o piso utilizado nos estabelecimentos, sinalização de segurança e disponibilidade de cardápios em Braille e com caracteres ampliados, além de outros pontos que possam facilitar a visita e permanência de idosos e pessoas com deficiência nos bares e restaurantes.



O instrumento de pesquisa foi aplicado em onze estabelecimentos do bairro do Bessa, nove do bairro de Tambaú, cinco do bairro de Manaíra e em cinco estabelecimentos do bairro de Cabo Branco, totalizando trinta empreendimentos. Para melhor entendimento, os dados foram organizados em tópicos e divididos em tabelas. Abaixo são expostos os dados obtidos durante as visitas de todos os pontos observados nos estabelecimentos que fizeram parte da pesquisa.

Tabela 1- Avaliação das mesas

Porcentagem de adaptação	Pontos de acessibilidade observados nas mesas
90%	Mesas acessíveis com altura entre 0,75 cm e 0,85 cm do piso
90%	As mesas acessíveis estão interligadas a uma rota acessível

Fonte: dados da pesquisa, 2022.

O primeiro ponto a ser analisado foi referente às mesas, onde foi observado se as mesas disponíveis estavam localizadas em um ponto acessível no salão dos restaurantes. Neste ponto, como em relação à altura das mesas, que deve ser entre 0,75 cm e 0,85 cm do piso do local (NBR 9050/2015), foi observado que 90% dos estabelecimentos visitados estavam de acordo.

Tabela 2 – Avaliação dos cardápios

Porcentagem de adaptação	Pontos de acessibilidade observados nos cardápios
33,3%	Possui cardápio em Braille
23,3%	O cardápio possui texto com caracteres ampliados
33,3%	O cardápio possui cores fortes e de fácil visualização

Fonte: dados da pesquisa, 2022.



Em relação aos cardápios dos estabelecimentos foi observado se possuíam caracteres ampliados, neste ponto foi constatado que 23,3% dos locais disponibilizavam cardápios com caracteres maiores para facilitar sua leitura. Ainda sobre as características dos cardápios, foi observado se possuíam cores fortes que ajudassem também no momento da leitura, neste ponto, 33,3% dos restaurantes estavam de acordo. Também foi verificado se os restaurantes disponibilizavam cardápio em Braille e foi constatado que 33,3% dos locais visitados possuíam.

Figura 1- Cardápio em Braille e com fonte ampliada encontrado na pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Tabela 3 – Avaliação dos banheiros

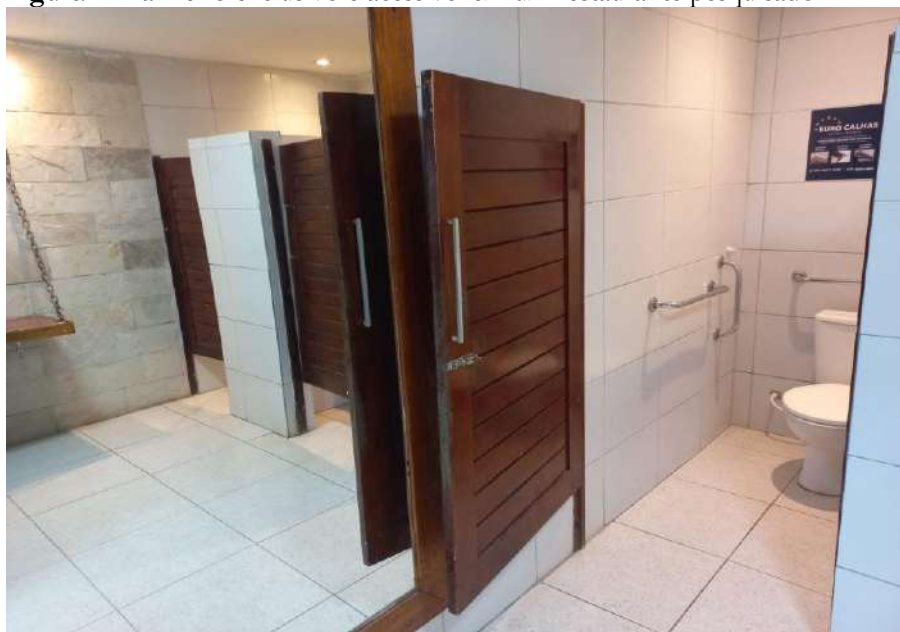
Porcentagem de adaptação	Pontos de acessibilidade observados nos banheiros
90%	A rota acessível inclui o acesso ao sanitário acessível
0%	Disponibilidade de cadeira higiênica
100%	Possui banheiros acessíveis
100%	O banheiro possui barras de apoio

Fonte: dados da pesquisa, 2022.



No que se referem aos banheiros, todos os estabelecimentos visitados possuem banheiros acessíveis com barras de apoio e maior espaço no seu interior, para que sejam utilizados por pessoas com algum tipo de deficiência. Ainda em relação aos banheiros, nenhum dos locais visitados dispunha de cadeira higiênica e, 90% dos locais tinham seus banheiros acessíveis localizados em uma rota de fácil acesso.

Figura 2- Banheiro exclusivo e acessível em um restaurante pesquisado



Fonte: Dados da pesquisa, 2022



Figura 3- Banheiro acessível visitado em um dos restaurantes pesquisados



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Tabela 4 – Avaliação dos estacionamentos

Porcentagem de adaptação	Pontos de acessibilidade observados nos estacionamentos
30%	Possui quantidade mínima de vagas no estacionamento exigida por lei
26,6%	As vagas possuem sinalização acessível horizontal
3,3%	As vagas possuem sinalização acessível vertical
13,3%	As vagas possuem espaço direcional com largura mínima de 1,20m
33,3%	As vagas estão vinculadas às rotas acessíveis
16,6%	As vagas estão localizadas de forma a evitar a circulação entre veículos

Fonte: dados da pesquisa, 2022.



No que diz respeito à acessibilidade nos estacionamentos, foi observado que 30% possuem quantidade mínima de vagas reservadas para P.C.R (Pessoa em Cadeira de Rodas). Destes, 3,3% possuíam sinalização vertical da vaga, 26,6% possuía sinalização horizontal visível, 13,3% possuía vagas com espaço direcional de no mínimo 1,20m. Por fim, foi observado se as vagas estavam localizadas a uma rota acessível, neste ponto 33,3% dos locais dispuseram suas vagas reservadas em um ponto considerado acessível. Também foi analisado se as vagas estavam localizadas de forma adequada sem dificultar a movimentação das pessoas em direção à entrada do estabelecimento, neste quesito, 16,6% dos estabelecimentos estavam de acordo. Nesse contexto, percebeu-se que é um ponto para melhorias e que precisa de mais atenção por parte da gestão dos estabelecimentos e do setor público.

Figura 4- Estacionamento sinalizado de um dos estabelecimentos pesquisados



Fonte: Dados da pesquisa, 2022



Figura 5- Estacionamento encontrado com deficiência nas marcações



Fonte: Dados da pesquisa, 2022

Tabela 5 – Avaliação das áreas comuns, salão e circulação

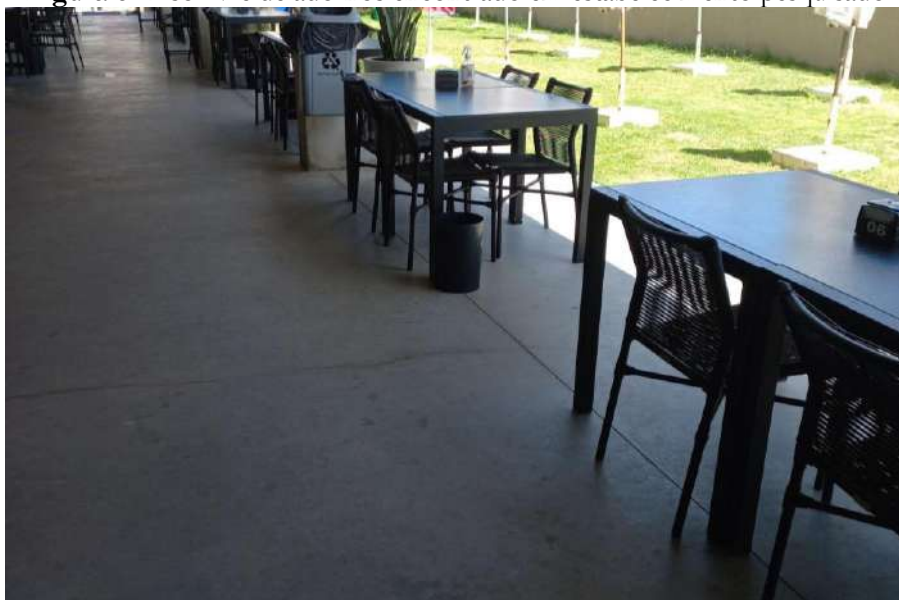
Porcentagem de adaptação	Pontos de acessibilidade observados nas áreas comuns
3,3%	Existe sinalização, Braille e piso tátil nas escadarias
40%	Possuem piso antiderrapante e antitrepidante nas áreas comuns
26,6%	Os tapetes e capachos estão fixados ou embutidos
3,3%	Existe sinalização tátil e cromo diferenciado no piso
43,3%	Piso antiderrapante nas áreas escorregadias, com diferentes texturas e cores contrastantes

Fonte: dados da pesquisa,2022.



Também foi analisado se o piso das áreas comuns dos bares e restaurantes era de material antiderrapante, se possuíam sinalização tátil, se os tapetes e capachos eram fixados ao piso para evitar possíveis acidentes e se as escadarias existentes possuíam sinalização, Braille no corrimão ou piso tátil. Em relação ao piso, foi verificado que 40% possuem piso antiderrapante nas áreas comuns e 43,3% dos estabelecimentos possuíam esse piso em áreas escorregadias. Em relação às escadarias, 3,3% dos locais possuíam sinalização. No que diz respeito aos tapetes e capachos encontrados nas áreas comuns, cerca de 26,6% dos restaurantes mantêm estes adornos fixados ao chão. Por fim, em relação à sinalização diferenciada no piso das áreas comuns, foi observado que apenas 3,3% dos locais possuíam alguma sinalização. Demonstrando a necessidade de melhorias nos empreendimentos.

Figura 6- Piso livre de adornos encontrado em estabelecimento pesquisado



Fonte: Dados da pesquisa, 2022



Tabela 6 – Avaliação da sinalização

Porcentagem de adaptação	Pontos de acessibilidade acerca da sinalização dos locais
13,3%	Sinalização de emergência visual e sonora na rota de fuga
0%	Alarme sonoro na saída de emergência
70%	Alarme visual na saída de emergência

Fonte: dados da pesquisa, 2022.

Na avaliação da sinalização visual ou sonora na rota de fuga/saída de emergência dos bares e restaurantes, foi verificado que nenhum possui alarme sonoro e 70% possuem alarme visual, como placas informando o lado da saída de emergência e luzes de emergência que são ligadas quando necessário. Além disto, em relação a sinalização de emergência visual e sonora na rota de fuga dos estabelecimentos visitados, foi observado que somente 13,3% dos locais possuíam tal sinalização.

Figura 7- Placa de sinalização encontrada num dos estabelecimentos avaliados



Fonte: Dados da pesquisa, 2022



Por fim, também foi verificado na *checklist* se os estabelecimentos ofertavam capacitações aos funcionários para o atendimento de pessoas com algum tipo de deficiência. Foi constatado que 36,6% dos locais visitados oferecem ou já ofereceram alguma capacitação aos seus funcionários em relação a atendimento diferenciado.

Foi observado que 23,3% dos bares e restaurantes visitados não possuem acessibilidade, oferecendo menos de 30% dos pontos observados da *checklist* aplicada. Do total, 56,7% dos estabelecimentos, oferecem acessibilidade insuficiente, estando de acordo de 30 a 49% dos pontos verificados no instrumento de pesquisa. Apenas 20% dos empreendimentos pesquisados oferecem acessibilidade de acordo com a avaliação realizada. Assim, foi constatado que nenhum dos estabelecimentos visitados oferece acessibilidade em seus ambientes de forma a atender a norma ABNT 9050/2015.

Tabela 7- Quadro geral da acessibilidade

Quantidade	%	Conceito	% de inclusão
0	0,0	Totalmente acessível	90 a 100%
0	0,0	Boa acessibilidade	70 a 89%
6	20,0	Com acessibilidade	50 a 69%
17	56,7	Acessibilidade insuficiente	30 a 49%
7	23,3	Sem acessibilidade	< 30%

Fonte: dados da pesquisa, 2022.



Após todas as visitas e verificação de todas as checklists que foram aplicadas nos estabelecimentos que fizeram parte do estudo, pode-se observar que alguns pontos que não atenderam a NBR 9050 se repetiam em boa parte dos restaurantes, como por exemplo: falta de alarme sonoro na saída de emergência dos locais e indisponibilidade de cadeira higiênica. Alguns outros pontos também foram pouco considerados por boa parte dos estabelecimentos visitados como: sinalização nas vagas acessíveis nos estacionamentos assim como fácil localização das mesmas, sinalização nas escadarias, piso tátil e cromo diferenciado no piso das áreas comuns de livre acesso dos consumidores e sinalização sonora e visual na rota de fuga dos locais. No entanto, os itens que não estão de acordo com a norma ABNT 9050/2015 são de fácil correção, mas é preciso que os gestores tenham atenção e atitude para mudar essa situação.

Considerações finais

Com a análise dos restaurantes, selecionados para a pesquisa, na cidade de João Pessoa, foi possível identificar uma adaptação apenas parcial dos estabelecimentos aos itens de acessibilidade que constam na NBR 9050/2015. Foi observado que uma parte desses locais oferecem acessibilidade, mas de maneira incompleta, principalmente nos ambientes onde os consumidores possuem livre acesso e, com isso, emerge a necessidade de mais envolvimento do setor público para orientar e auxiliar esses estabelecimentos a se adequarem aos padrões de acessibilidade preconizados na norma NBR 9050/2015.



Dos pontos avaliados, apenas a existência de banheiros acessíveis e adaptados com barras de apoio foram avaliados como satisfatórios nos restaurantes pesquisados. E, embora seja apenas um item, deve ser ressaltado, pois demonstra que os demais requisitos também podem ser alcançados.

Com a pesquisa foi possível perceber que, embora os restaurantes de João Pessoa não atendam completamente as exigências da norma sobre acessibilidade, estes estabelecimentos forma geral, apresentam condições regulares de acessibilidade para as pessoas idosas e para pessoas com dificuldade de mobilidade, pois foi possível observar ações mínimas que facilitam a permanência e a independência deste público nos locais.



REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Y. S.; PEDROSO, E. S. R.; CURY, M. D. A. Qualidade de vida na terceira idade: A influência da arquitetura na melhoria das condições de vida dos idosos. **Tópicos em Ciências da Saúde**, Volume 12, p. 7, 2016. Disponível em: <https://www.editorarealize.com.br/editora/anais/cieh/2017/TRABALHO_EV075_MD4_SA16_ID2246_11102017192809.pdf>. Acesso em 28 ago. 2022.

ABNT- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 9050: Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Rio de Janeiro, p. 2. 2015.

BALBI, R. S.; SILVA, J. C. P. Mobilidade, Acessibilidade e Design: uma relação necessária. **Anais Desenhando o Futuro**, v. 01, n. 01, p. 01-08, 2011. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/134721>>. Acesso em: 25 ago. 2022.

DIAS, C. D. S. **Envelhecimento e turismo: Importância da acessibilidade nas praças do Projeto Reviver do Centro Histórico de São Luís**. 2018. Disponível em: <https://rosario.ufma.br/jspui/handle/123456789/2955>. Acesso em: 20 jun. 2022.

DORNELES, V. G. Acessibilidade para idosos em áreas livres públicas de lazer. **Dissertação de Mestrado**. 2008.

EVANGELISTA, G. P. D.; BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E. Acessibilidade para idosos: um estudo aplicado ao Theatro Santa Roza. In: BRAMBILLA, A.; VANZELLA, E.; SILVA, M.F. T & H - **Turismo e Hotelaria no Contexto da Acessibilidade**, p. 248-279, 2018. Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/hotelaria/turismo-e-hotelaria-no-contexto-da-acessibilidade/thcontexto_acessibilidade.pdf>. Acesso em 20 jun. 2022.

FETTOSA, L. S. R., RIGHI, R. Acessibilidade Arquitetônica e Desenho Universal no Mundo e Brasil. **Revista Nacional de Gerenciamento de Cidades**, v. 4, 2016. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Lucas-Feitosa-5/publication/312247395_Acessibilidade_Arquitetonica_e_Desenho_Universal_no_Mundo_e_Brasil/links/5fb7aa95a6fdcc6cc64f80a3/Acessibilidade-Arquitetonica-e-Desenho-Universal-no-Mundo-e-Brasil.pdf>. Acesso em: 21 set. 2022.

Florianópolis, 2006. 178p. **Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo)** – Programa de Pós graduação, UFSC, 2006.

MELO, P. F. C.; VANZELLA, E.; BRAMBILLA, A. Turismo de sol e praia: um estudo sobre a acessibilidade para a terceira idade na praia da Penha – João Pessoa.



Anais VI CIEH. Campina Grande: Realize Editora, 2019. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/54271>>. Acesso em: 16 ago. 2022.

PORTO, C. F.; REZENDE, E. J. C. Terceira idade, design universal e aging-in-place. **Estudos em Design.** Rio de Janeiro, p.152-168, 2016. Disponível em: <<https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/301>>. Acesso em: 12 set. 2022.

SÁ, D. C., ELALI, G. A. Pensando mobilidade, projetando acessibilidade. **II Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo. Natal.** 2012. Disponível em: <http://projedata.grupoprojetar.ct.ufrn.br/dspace/bitstream/handle/123456789/1431/2_ENANPARQ_2012_S%c3%81_ELALI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em 12 set. 2022.

SENA, M. F. A., GONZÁLEZ, J. G. T., ÁVILA, M. A. **Turismo da terceira idade: análises e perspectivas.** 2007. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/pdf/1154/115416294008.pdf>> Acesso em: 04 set. 2022.

CESÁRIO, Marília Ferreira Paes

Doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Especialista em Planejamento e Gestão do Turismo pela Universidade de Pernambuco (FCAP/UPE) e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Desenvolve pesquisas nas temáticas: Experiência do turista, Comportamento do Consumidor, Destinos Turísticos Inteligentes e Tecnologia do Turismo.

HOSPITALIDADE URBANA TECNOLÓGICA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: CONCEITUAÇÃO E ANÁLISE DAS POSSIBILIDADES EXISTENTES

Marília Ferreira Paes Cesário

A atividade turística, quando acontece em uma localidade, tende a provocar inúmeras mudanças e reestruturações em diversos aspectos, sejam eles de cunho social, econômico ou mesmo estrutural. Uma dessas mudanças percebidas é sobre o que acontece com o traçado urbano das localidades nas quais essa atividade se instala. Isso significa que, independentemente das proporções que a função turística assuma em um local, ou seja, do impacto que ela gere, ela não deixa de fazer alterações e provocar interferências na estrutura preexistente, sejam essas modificações positivas ou negativas.

Sendo assim, não é possível conceber que a atividade turística possa vir a acontecer de qualquer maneira, sem que haja, minimamente, uma intervenção planejada ou uma idealização da melhor forma de receber essa nova função. Do contrário, acontecerão alterações e mudanças na configuração das cidades, contudo, de forma negativa, sem planejamento e sem cuidado.

E é exatamente por esse motivo que é preciso trabalhar o planejamento turístico, acompanhando toda a implantação das estratégias de viabilização do espaço urbano para a integração de mais essa atividade, que é a de receber os visitantes da maneira mais adequada possível sem,



contudo, causar transtornos à população local. É importante ressaltar, que a população do local visitado precisa fazer parte do processo, ser inserida nas ações de melhoria e a gestão local deve fazer o possível para que a chegada da atividade turística afete de maneira mais positiva que negativa os seus moradores.

Sobre essa preparação das estruturas pré-existentes na cidade, bem como sobre a conscientização dos moradores, para proporcionar esse acolhimento aos visitantes, pode-se inserir um importante princípio, que é tão antigo quanto à atividade turística, que é o da hospitalidade. Alguns autores já procuraram conceituar esse termo, como fez Lashley (2004), que mencionou que a hospitalidade consiste em um conjunto de comportamentos originários da base da sociedade e que se manifesta nos domínios social, privado e comercial.

Ou como um outro autor, que no Brasil é uma referência nesta área, que traz o conceito de hospitalidade, do ponto de vista analítico e operacional, tal como um processo de interação humana em contexto doméstico, urbano, comercial e virtual, dentro do qual um anfitrião recebe, eventualmente ainda hospedando, e/ou alimentando e/ou entretendo, um visitante/hóspede temporariamente deslocado de seu “habitat” natural (CAMARGO, 2019).

Por outro lado, esse mesmo autor, em um outro estudo de 2008, menciona um importante fato que está ligado à conexão que é feita entre o visitante e o espaço visitado também, ou seja, uma conexão não apenas entre as pessoas. Ele afirma que, na relação da hospitalidade, o domínio do espaço físico tem um papel preponderante, já que este espaço tem a



capacidade de aproximar ou afastar essas relações. Então, seus elementos físicos e sua configuração espacial estão intimamente ligados ao modo como a cidade mostra sua capacidade de acolher e bem receber, que é o que se conhece como hospitalidade urbana.

Nas últimas décadas, com a evolução tecnológica que se apresentou e ainda se apresenta em constante aceleração, viu-se surgir um novo consumidor e conseqüentemente, um novo visitante. Fala-se aqui do comportamento dos consumidores que tem surgido após o maior acesso e disponibilidade dos *smartphones*, que apoiados no aumento da disponibilidade e maior facilidade de uso da internet, tornaram-se indivíduos hiperconectados.

Estão assim, mais informados sobre aquilo que desejam, mais apressados em realizar suas atividades e que usam esses dispositivos em quase todos os seus processos de compra, seja desde as pesquisas iniciais sobre os produtos ou serviços que querem até a concretização final da aquisição. E com a atividade turística não tem sido diferente.

Estes avanços recentes e as novas ferramentas tecnológicas que surgiram, tais como a computação em nuvem, a realidade virtual e aumentada, as tecnologias móveis e a adoção de mídias sociais, foram responsáveis por impulsionar o surgimento da inteligência no turismo (XIANG; FESENMAIER, 2017). E assim, o turista agora quer e precisa de informações, de conexões e de cidades preparadas para recebê-los da melhor maneira em termos de disponibilidades tecnológicas.

Dessa forma, acredita-se que uma cidade hospitaleira passa também por uma cidade que não apenas recebe bem o turista, em termos



de estrutura física e acolhimento social, mas possui disponibilidade de informações através de recursos tecnológicos e conectividade para que o mesmo, ao chegar por conta própria na cidade, não se sinta perdido e possa ter recursos tecnológicos e informacionais à sua disposição.

Acredita-se, que essas características podem ser mais facilmente encontradas nas chamadas cidades inteligentes (*Smart Cities*), que quando da inserção da atividade turística, podem transformar-se em Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), que é uma temática ainda pouco pesquisada, uma vez que nem todas as localidades possuem as características necessárias para serem classificadas como tal.

Além disso, um outro fator que chegou com grande impacto, principalmente para o turismo, foi a Pandemia de Covid-19, que de acordo com Hall, Scott e Gossling (2020), começou como uma pneumonia de causa desconhecida detectada na cidade de Wuhan, na China, relatada pela primeira vez ao Escritório de Países da OMS (Organização Mundial de Saúde) em 31 de dezembro de 2019. Iniciou-se uma crise sanitária de proporções não vistas nas últimas décadas e que, rapidamente, transformou as relações entre os indivíduos e a maneira como esses usavam os serviços (HOSSAIN, 2021).

Principalmente, pelo fato de que a disseminação desta doença se dá através do contágio e o turismo é um grande gerador de trocas entre as pessoas de todo o mundo. Desta forma, viu-se aumentar o uso das tecnologias nos serviços em geral, como uma possibilidade de limitar e até evitar o maior contato entre as pessoas. Assim, serviços como entregas de comidas por aplicativos, uso de *totens* de autoatendimento em comércio,



na aviação e na hotelaria e até mesmo robôs substituindo pessoas, foram vistos em vários lugares do mundo.

De acordo com Çakar e Aykol (2020) tudo isso tornou-se mais aparente com o surto de COVID-19, que não apenas demonstrou, por exemplo, o emprego de robôs em tarefas cotidianas, mas também revelou a possibilidade destes serem usados em uma variedade de outros campos, incluindo distribuição, entretenimento, limpeza, orientação e segurança.

Então, com a intenção de perceber como essa tecnologia vem sendo usada pelas localidades turísticas, o objetivo desse estudo é fazer uma análise da relação existente entre a hospitalidade urbana e o uso das novas tecnologias e sua influência na experiência turística. Assim, justifica-se esta pesquisa pela crescente ascensão de uso das tecnologias e pelo fato dos turistas estarem buscando as destinações por conta própria, o que faz com que estas tenham que estar ainda mais preparadas em termos de disponibilidade de informações e de estruturas.

E, para tanto, além de uma revisão bibliográfica inicial, se fez uma pesquisa em bases de dados para avaliar o que vem sendo publicado sobre a relação existente entre essas temáticas e quais as lacunas de pesquisas que existem frente a esse tema, que carece não apenas de estudos e pesquisas, como também deve fazer parte do planejamento e implementação da gestão turística das localidades.

METODOLOGIA

Com a intenção de chegar aos objetivos propostos, desenvolveu-se uma pesquisa de caráter exploratório-descritivo, com abordagem



qualitativa. E no que se refere à coleta de dados, optou-se por fazê-la em algumas etapas: em um primeiro momento, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre a temática da hospitalidade e seus tipos, mais especificamente sobre a hospitalidade urbana e a conceituação do termo para o uso das novas tecnologias na hospitalidade. Posteriormente, partiu-se para a realização de uma revisão sistematizada da literatura, com análise de conteúdo (BARDIN, 2011), em uma das principais bases de publicações científicas – a Scopus (Elsevier), que foi escolhida por ser uma das maiores e com muitas publicações internacionais.

Tudo isso, com a intenção de verificar o que está sendo produzido no mundo, sobre essas temáticas e ainda, identificar se existem publicações que se aproximam da intenção de falar dessa hospitalidade urbana com o uso das novas tecnologias. Então, neste momento da pesquisa, fez-se uma busca dos termos elencados na base de dados Scopus, através dos títulos, resumos e palavras-chave que estavam disponíveis, para identificar as pesquisas já realizadas e poder fazer uma análise maior de algumas informações, tais como o ano de publicação, os principais locais e autores dos estudos e, posteriormente, buscou-se o que existe, em termos de documentos que abordassem a temática aqui proposta.

Desta maneira, as pesquisas foram realizadas no dia 10 de outubro de 2022, aplicando a expressão “*hospitality*”, sem nenhum refinamento inicial, quando surgiram 20.840 documentos no total. Em uma segunda etapa, para refinar a busca, aplicou-se o operador *booleano* “*and*” e acrescentou-se o termo “*tourist experience*”, para encontrar os documentos sobre hospitalidade e sua relação com a experiência turística, chegando



então a um grande volume, com um total de 13.840 documentos (Quadro 1).

E então, para chegar à proposta desse estudo, fez-se mais um refino, dessa vez acrescentando o operador *booleano* “and” e o termo “*new technologies*”. Nesta fase de busca geral, fez-se também um refino buscando apenas os documentos em formato de “artigos” que foram escritos sobre o tema e, assim foi possível, acessar uma quantidade bem menor de documentos com um total, agora, de 59 publicações.

Embora tenha-se aqui a intenção de falar sobre a hospitalidade urbana e as tecnologias, é importante mencionar que não se fez uma limitação nas palavras-chave quanto ao uso do termo “hospitalidade urbana”, uma vez que essa já é uma temática muito pouco pesquisada, se comparada à hospitalidade de um modo geral. Assim, foi possível analisar tudo que estava sendo publicado nesta base de dados sobre hospitalidade, as experiências turísticas e as novas tecnologias, para a partir dessa pesquisa identificar se existe alguma ação nas cidades que especificamente aborde estes temas.

Importante frisar, também, que para evitar a inclusão de artigos que ainda estavam em processo de publicação, optou-se por limitar o horizonte temporal até o ano de 2022. E mais, com a intenção de permitir a leitura na íntegra de todos os artigos, para identificar onde eles faziam relação com as novas tecnologias, optou-se por fazer o refino de acesso, buscando todos aqueles que eram “*all open access*”, e assim, chegou-se ao quantitativo de 16 documentos. Desses, todos os resumos foram lidos, com a intenção de avaliar se, de fato, abordavam a questão do uso das



novas tecnologias frente às questões de hospitalidade e da experiência turística.

Quadro 1: Critérios para seleção dos documentos

Dados	Etapa 01	Etapa 02	Etapa 03	Etapa 04
Base de Publicação Científica	Scopus	Scopus	Scopus	Scopus
Palavra-chave / Expressão	<i>“hospitality”</i>	<i>“hospitality”</i> AND <i>“tourist experience”</i>	<i>“hospitality”</i> AND <i>“tourist experience”</i> AND <i>“new technologies”</i>	<i>“hospitality”</i> AND <i>“tourist experience”</i> AND <i>“new technologies”</i>
Idioma	Inglês	Inglês	Inglês	Inglês
Horizonte Temporal	Exceto 2023	Exceto 2023	Exceto 2023	Exceto 2023
Tipo de documento	Não especificado	Não especificado	Artigos	Artigos
Áreas Pesquisadas	Não especificadas	Não especificadas	Não especificadas	Não especificadas
Acesso	Não especificado	Não especificado	Não especificado	<i>Open Access</i>
Total de Estudos	20.840	13.840	59	16

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Após a leitura dos resumos, observou-se que seis artigos não correspondiam à temática pesquisada e foram excluídos, restando dez artigos para serem lidos na íntegra e analisados seus contextos e objetivos principais.

Desta maneira, foi possível observar o que vem sendo produzido dentro dessas temáticas pesquisadas como uma possibilidade, inclusive, de propor novas pesquisas ou até mesmo o preenchimento de lacunas de estudo existentes na área.



As possibilidades de uso da tecnologia na hospitalidade turística

Para entender melhor as possibilidades de conceituação e uso dessa temática tão importante dentro da função turística, que é o acolhimento, o bem-receber e as inúmeras maneiras de fazer tal ação, buscou-se aqui, explorar como esse conceito vem sendo trabalhado na literatura já produzida, no passado e no presente para tentar identificar lacunas existentes.

Desta maneira, é extremamente importante que se comece essa discussão, falando sobre a importância do morador local, que é peça-chave nesse acolhimento, que precisa querer a função turística na cidade, ou seja, precisa saber da sua importância e vislumbrar os possíveis benefícios e entraves que podem surgir com a mesma. E principalmente, se beneficiar de alguma forma, através da realização desta atividade, uma vez que para Camargo (2008), ainda na década de 1970, a estudiosa Valene Smith e seu grupo inauguraram a antropologia do turismo, colocando em relevo a figura do morador local.

Contudo, a própria noção de impacto turístico já deixa entrever que o foco era assentado no visitante e nas marcas positivas e negativas que este deixa sobre o solo e a população visitada. Mas, sabe-se que é sempre imprescindível pensar no visitado e nas consequências da realização da atividade turística para ele e para o seu cotidiano. Tudo isso arraigado em valores de troca. E assim, um outro estudo de Camargo (2019), já mais atual e mais amplo, traz a hospitalidade como um processo de interação humana em contexto doméstico, urbano, comercial e virtual.



Isto tudo mostra que a hospitalidade como valor, é acima de tudo, uma prática de encontro com o outro e, sobretudo, uma ação geradora de experiência e de inevitáveis trocas. Ao pensar na atividade turística, a hospitalidade é um conceito quase que intrínseco à mesma, uma vez que é preciso necessariamente pensar no acolhimento que será dado ao visitante e na maneira como o espaço será preparado para recebê-lo (SOARES, 2013).

Desta maneira, para Grinover (2006), no contexto da hospitalidade social ou pública, uma cidade pode ser ou não hospitaleira, em função da coexistência de três dimensões fundamentais: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, intimamente relacionadas pela “escala”, pelas medidas geográficas e temporais, que proporcionam a compreensão da cidade, seja para o habitante, seja para quem dela se aproxima, nela se introduz e dela se apropria.

É de suma importância que essa hospitalidade esteja sendo realizada de forma acessível a todos, ou seja, é preciso garantir o acolhimento, o bem-estar e a qualidade do ambiente nos destinos turísticos, por se tratar de um espaço que se torna lugar como signo de acolhimento. E, ademais, a qualidade do espaço físico deve assegurar a legibilidade do mesmo e os signos de identidade do lugar, de modo a proporcionar a emoção e possibilitar a leitura deste lugar pelos turistas (GRINOVER, 2006).

Corroborando com essa visão da hospitalidade como um conjunto de ações integrativas, Severini e Panosso Neto (2022), tentam compreender as múltiplas relações instauradas entre aquele que recebe e o que é recebido num determinado espaço, e para eles, a hospitalidade como



campo das ciências sociais aplicadas, vem se mostrando uma forma alternativa e inovadora de investigar os fenômenos socioespaciais do turismo.

Para melhor entender o conceito, vale ressaltar que, diferentemente do que ocorre nos outros domínios (ou esferas), na hospitalidade urbana, o espaço designado para sediar as relações sociais entre hóspede e anfitrião não é privado, mas sim, público e é assim, uma parte essencial das cidades. Afinal, é neste local que as pessoas circulam, se encontram, se manifestam, se exercitam e quando da chegada dos turistas, é ali que eles têm as suas primeiras opiniões e impressões sobre o local a ser visitado (SEVERINI; PANOSSO NETO, 2022).

Por outro lado, Mendes-Filho *et al.* (2018), afirmam que as mudanças que ocorreram no modo como as pessoas fazem pesquisas e tomam suas decisões de compra influenciou diversos setores. E com a atividade turística não seria diferente, uma vez que agora, os visitantes com seus *smartphones* ou tablets nas mãos, substituíram os mapas, panfletos e livros de viagem físicos, sendo assim urgente um novo olhar sobre a maneira de recepcioná-los nas destinações turísticas, proporcionando a hospitalidade necessária para uma boa experiência no local visitado.

Ainda para Mendes-Filho *et al.* (2018), os turistas estão se fortalecendo, avaliando melhor suas opções e sendo mais autônomos nas decisões de viagem, reduzindo desta forma, a dependência de especialistas. Tem-se atualmente, uma geração de demanda mais auto planejada, que faz com que seja necessário um acesso mais fácil às informações e orientações ao chegarem as destinações, uma vez que a maioria já está indo por conta



própria, sem necessariamente, estar fazendo parte de uma excursão, como era de costume há alguns anos.

As novas tecnologias, tais como a realidade virtual e aumentada, a robótica, a inteligência artificial, a internet das coisas (IOT – *Internet of Things*), big data ou as tecnologias de reconhecimento podem ser aplicadas para gerar conhecimento, engajamento e valor para o destino. Desta maneira, uma nova gestão de destinos está sendo construída sobre as múltiplas oportunidades que as TICs oferecem (IVARS-BAIDAL *et al.*, 2017).

Com base nessa realidade, todas as informações precisam estar acessíveis no clicar de um dispositivo. Para Paes-Cesário e Mendes-Filho (2021), muito embora o acesso e a utilização de cada um dos tipos de tecnologias possam variar bastante, o mercado turístico usufrui hoje de diversos processos que estão totalmente inseridos nessas inovações tecnológicas em alguns lugares do mundo, tais como: aplicativos de receptivo, *totens* de autoatendimento em aeroportos e rodoviárias com *check-ins*, *totens* de pagamentos em lojas e até mesmo informações gerais em *box* de informações turísticas, através do uso destes dispositivos.

Nesse âmbito do maior uso e acesso às novas tecnologias na atividade turística, já foi mencionado que existe atualmente um tipo de hospitalidade que está intrinsecamente ligado à essa área, que é a chamada hospitalidade virtual (CAMARGO, 2019). E, para entender melhor esse conceito, é importante analisar o estudo de Soares (2013), que menciona que a hospitalidade virtual envolve as relações entre o acolhedor (*website*) e o acolhido (internauta - usuário) através de uma interface virtual.



O site, como ambiente virtual (e muitas vezes comercial), busca atender às expectativas de informações do seu público-alvo e pode ou não, carregar traços de acolhimento que se traduzam em um serviço hoteleiro. Assim, a hospitalidade virtual não engloba unicamente o encontro entre dois atores no ambiente virtual, o anfitrião (vendedor) e o hóspede (cliente), mas, também, a relação entre os clientes e os aspectos ergonômicos do site, contribuindo assim para o aumento da confiança por parte do consumidor *online* (CAMARGO, 2019).

Então, considerando que essa hospitalidade virtual se refere basicamente ao ambiente virtual através de um computador, de um modo amplo e que pode ser acessado, por exemplo, até mesmo da residência de um potencial turista quando pesquisa sobre localidades, percebe-se uma lacuna quanto ao estudo do uso das tecnologias na hospitalidade urbana, ou seja, no espaço físico das cidades e empreendimentos de acolhimento ao turista.

Fala-se aqui das estruturas que estão ou poderiam estar sendo adotadas pelas cidades, tais como placas de sinalização com códigos QR, *totens* e equipamentos informacionais que poderiam estar mais disponíveis através de dispositivos de novas tecnologias no espaço físico das cidades para melhor receber, acolher e informar o turista.

Com base nisto, propõe-se o termo “Hospitalidade Urbana Tecnológica” que seria a possibilidade dos locais oferecerem recursos estruturais e informacionais, através das novas tecnologias, aos usuários que estariam visitando a cidade, tanto com a estrutura física da cidade, como em monumentos, placas e até mesmo desenhados ou pintados em calçadas ou nas empresas da cadeia produtiva do turismo local.



Equipamentos tais como *QR Codes* com informações de atrativos e monumentos, aplicativos com mapeamento atualizado das cidades, informações em tempo real sobre equipamentos turísticos, dados sobre as possibilidades de mobilidade urbana, além da automação dos empreendimentos de parte da cadeia produtiva do turismo.

Uma vez que o contato humano tem sido ultimamente, em virtude da Covid-19, mais reduzido nesses momentos, toda essa estrutura seria pensada e implantada para acolhê-lo da melhor maneira possível através dessas tecnologias inteligentes, em diversos idiomas, com o intuito de não deixar os visitantes sem as informações necessárias.

É fato, que essa hospitalidade urbana tecnológica seria mais facilmente alcançada através das *smart cities* ou mais especificamente nas Destinações Turísticas Inteligentes (DTI), uma vez que, elas já possuiriam certas características que viabilizam melhor essa experiência.

Para uma maior compreensão desses destinos, convém buscar a conceituação de Destino Turístico Inteligente que foi definida em 2013 pela *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*, S.A.M.P - SEGITTUR, que o conceitua como “um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2022).

Então, a criação de um DTI tem como base a estruturação e a convergência de pilares como Governança, Experiência, Acessibilidade,



Segurança, Inovação, Promoção e Marketing, Mobilidade e Transporte, Tecnologia, Criatividade e Sustentabilidade.

O Brasil também tem se mostrado interessado nesse assunto, quando o primeiro grupo de destinos no programa que foi criado pelo Ministério do Turismo tem as cidades: Curitiba, Recife, Salvador, Palmas, Florianópolis, Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Brasília, Palmas e Campo Grande, como as primeiras destinações a serem trabalhadas para tornarem-se DTI's.

Sabendo-se que o objetivo final é conectar a todo momento os lugares, as pessoas, os produtos e os serviços, criando redes e ecossistemas que apoiem tanto o turista quanto o setor. Essa pode ser considerada uma oportunidade para o futuro do turismo, para a retomada da economia e para o novo consumidor que surgiu na pandemia (CONNECTEDSMARTCITIES, 2022).

Atributos, como infraestrutura, mobilidade e conectividade, presentes nas Destinações Turísticas Inteligentes facilitarão essa “hospitalidade tecnológica urbana” permitindo ao turista um deslocamento mais fácil e seguro, com mais informações e através de uma série de dados existentes que poderão atender especificamente às suas necessidades.

O uso dessas tecnologias inteligentes nas cidades já é uma realidade posta, uma vez que muitas empresas já fazem esse uso de *totens* de autoatendimento, de leitores de *QR Codes* para transmitir alguma informação (cardápios, produtos etc.) ou realizar pagamentos, dentre tantas outras opções. E segundo o relatório da MGI ainda do ano de 2018, (MGI - MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE, 2018), *apps* de cidades



inteligentes podem melhorar a qualidade da vida urbana em vários aspectos, desde segurança, mobilidade, saúde e até no relacionamento entre os cidadãos.

Desta maneira, acredita-se que essas informações, ao serem passadas para os turistas, podem fazer com que estes se sintam mais confiantes e confortáveis ao andar pela cidade e visitar espaços turísticos e empreendimentos de uma maneira geral, usufruindo dessa hospitalidade urbana tecnológica, da melhor maneira possível.

Para melhor conduzir o debate sobre a necessidade de falar e promover a hospitalidade também através desses recursos nas cidades, optou-se por fazer uma análise do que já está sendo pesquisado atualmente em uma das principais bases de dados, com a intenção de corroborar com a teoria aqui apresentada ou, até mesmo, lançar possibilidades de pesquisas e de novos estudos sobre esses temas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como resultado desta pesquisa, pôde-se perceber que a hospitalidade, de uma maneira geral, é um tema bastante pesquisado em todo mundo, com uma grande quantidade de documentos relacionados ao mesmo. A hospitalidade relacionada com a experiência turística é uma temática pouco abordada, e ao relacionar o tema hospitalidade às novas tecnologias, percebeu-se uma quantidade ainda menor de documentos.

A análise foi feita em uma das principais bases de dados, a Scopus, com a intenção de ver como essa temática vem se apresentando de uma maneira geral e, por isso, não foram colocadas muitas limitações nesta primeira busca. Então, como mencionado na metodologia, do total de



documentos pesquisados, usando como referência os termos que poderiam constar nos títulos, resumos e palavras-chave, quando inserido o termo “*hospitality*” foram encontrados um total de 20.840 documentos.

Posteriormente, foi adicionado o operador *booleano* “*and*” e incluído o termo “*tourist experience*” para ver quantos documentos surgiam quando era relacionada a hospitalidade com a experiência turística. Nesta etapa da pesquisa, chegou-se ao total de 13.840 documentos. Fazendo mais alguns refinamentos, ao optar apenas pelo formato de artigo, associar mais um operador booleano e a expressão “*new technologies*”, chegou-se ao total de 59 artigos.

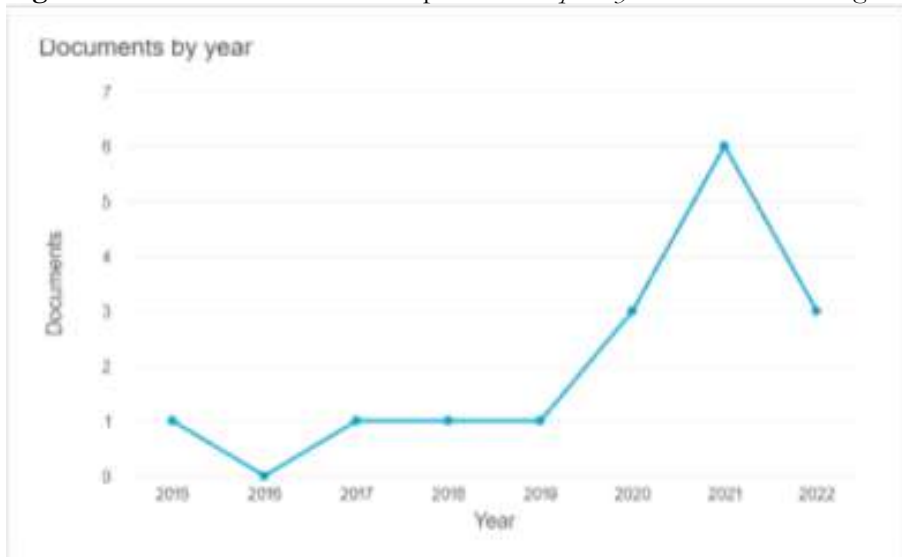
Contudo, para que fosse possível ler todos os artigos na íntegra, optou-se apenas pelos de acesso aberto, findando então, com um total de 16 artigos para terem seus resumos lidos com o intuito de analisar se correspondem de fato à temática pesquisada.

Como resultado geral da busca dos termos “*hospitality*” e “*new technologies*”, tem-se que o número total de documentos encontrados com essas temáticas foi maior no ano de 2021 (Figura 1), o que pode estar intimamente relacionado com as questões já mencionadas ao maior uso das tecnologias em virtude do acontecimento da Covid-19.

Já no que se refere aos documentos por área de interesse, com as mesmas temáticas, tem-se em primeiro lugar a área de negócios, com 46,2% dos documentos, seguida por Ciências Sociais com 26,9% e, apenas em terceiro lugar, que encontra-se a área de Ciências da Computação, com 7,7% dos documentos. Isso mostra que o uso das tecnologias na hospitalidade tem sido, de fato, um assunto de interesse dos empreendimentos e do turismo, como um todo (Figura 2).

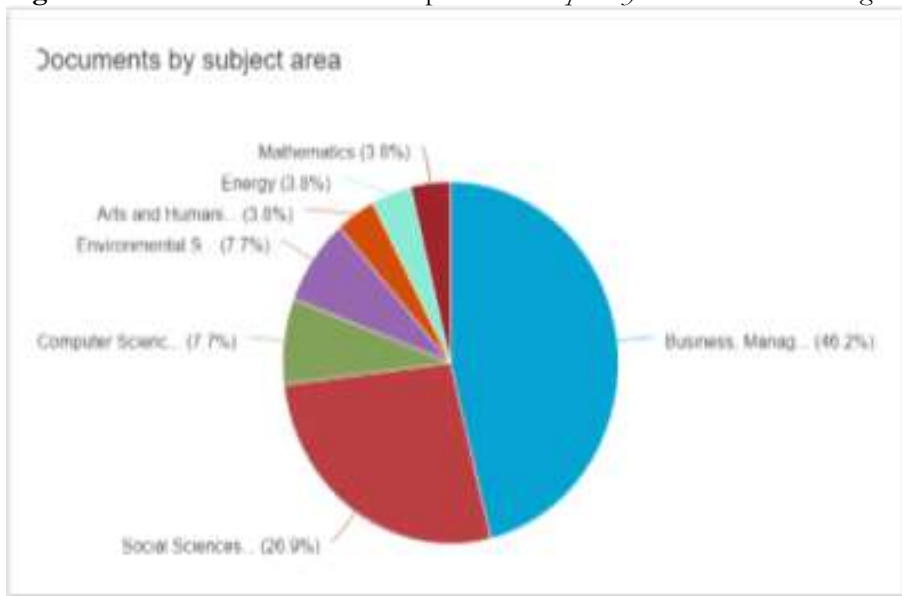


Figura 1 – Número de documentos por ano “*hospitality*” AND “*new technologies*”.



Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)

Figura 2 – Número de documentos por área “*hospitality*” AND “*new technologies*”.

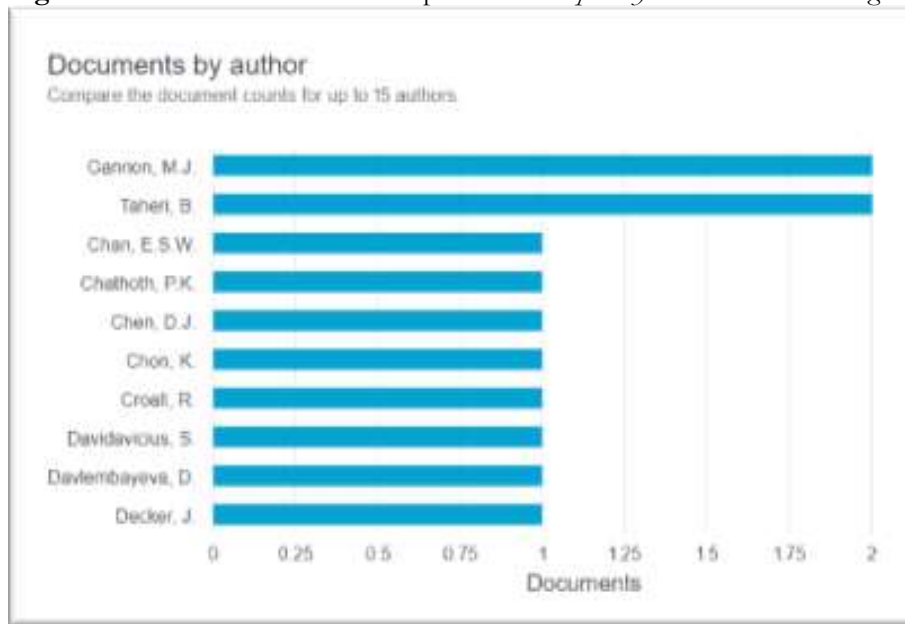


Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)



Com relação ao número de documentos por autores, empatados em primeiro lugar, nesta base de dados, com 2 artigos cada, observou-se os autores M.J. Gannon e B. Taheri (Figura 3). E quanto aos países que mais publicaram artigos com essas temáticas tem-se também um empate entre o Reino Unido e os Estados Unidos, ambos com 3 publicações cada (Figura 4).

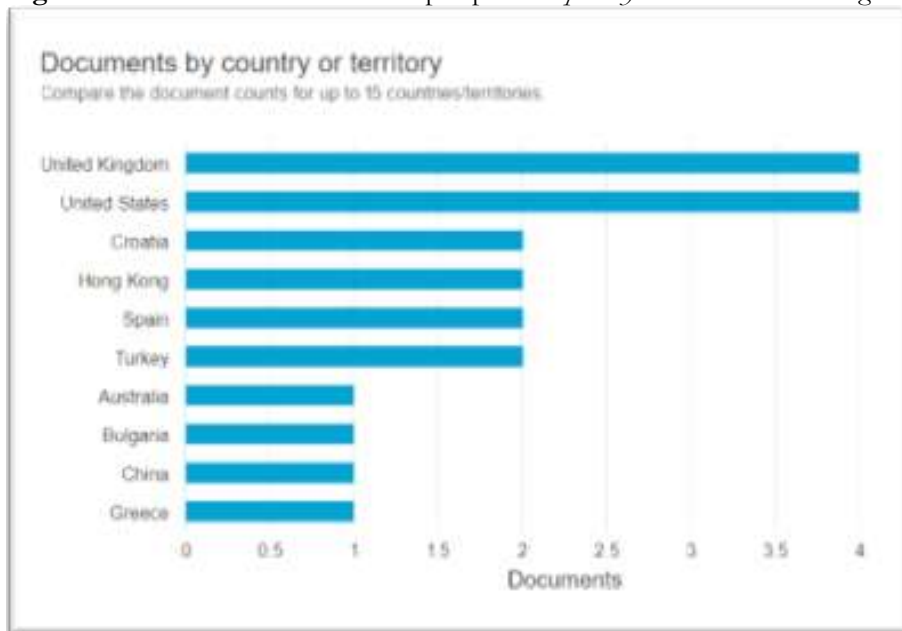
Figura 3 – Número de documentos por autor *“hospitality” AND “new technologies”*



Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)



Figura 4 – Número de documentos por país “*hospitality*” AND “*new technologies*”



Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)

Foi possível perceber que, de fato, ainda é uma temática muito pouco pesquisada quando da junção desses dois fatores, a hospitalidade e as novas tecnologias. E até mesmo por isso, acredita-se que seja possível construir ainda um vasto campo de conhecimento nessa área. Então, seguindo com a análise, fez-se a leitura de todos os resumos, para avaliar quais de fato, abordavam essas temáticas de maneira integrada, ainda que não necessariamente propondo a hospitalidade urbana tecnológica, uma vez que esta é ainda menos trabalhada.

Então, depois de todos os resumos lidos, seis artigos foram excluídos por não se adequarem à relação existente entre as temáticas e, assim, chegou-se a um total final de 10 artigos (Quadro 2) para serem lidos



na íntegra e analisados quanto ao uso das novas tecnologias na hospitalidade das cidades, seus objetivos e contextos.

Quadro 2: Relação dos artigos analisados e seus objetivos

Artigo	Autores	Ano	Objetivo
Effects of Resistance Barriers to Service Robots on Alternative Attractiveness and Intention to Use	Lee, G., Kim, Y.	2022	Examinou as barreiras de resistência na atratividade alternativa de robôs de serviço e intenção de uso no efeito da resistência à inovação do comportamento do cliente.
The Myth of Contactless Hospitality Service: Customers' Willingness to Pay	Hao, F., Qiu, R.T.R., Park, J., Chon, K.	2022	Explorou os serviços sob a perspectiva da disposição a pagar dos hóspedes do hotel (WTP)
Tourism getting back to life after COVID-19: Can artificial intelligence help?	Perić, M., Vitezić, V.	2021	Explora intenções dos consumidores ao usar serviços de hospitalidade, quando do relaxamento das restrições ao COVID-19 e a percepção da importância da segurança ao visitar acomodações.
A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward	Utkarsh, Sigala, M.	2021	Analisa o impacto da COVID-19 nas decisões turísticas, marketing de destino, adoção da tecnologia e bem-estar dos turistas.
The effect of perceptions on service robot usage intention: A survey study in the service sector	Meidute-Kavaliauskiene, I., Çiğdem, Ş., Yıldız, B., Davidavicius, S.	2021	Investigou as percepções dos turistas sobre vantagens e desvantagens dos robôs e o efeito do valor percebido em sua intenção de usá-los.
Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: Exploring the Drivers of Intention to Stay in Smart Accommodation	Papagiannidis, S., Davlembayeva, D.	2021	Explora o valor funcional e emocional percebido da acomodação inteligente e fatores que contribuem, adotando a Teoria dos Valores de Consumo e examina o interesse de ficar em acomodações inteligentes no futuro.

Continua



Continuação

Hotel managers' perceptions towards the use of robots: a mixed-methods approach	Ivanov, S., Seyitoğlu, F., Markova, M.	2020	Analisa as percepções dos gerentes de hotéis búlgaros sobre robôs de serviço.
Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y	Ketter, E.	2020	Esclarecer os millennials europeus, suas características e comportamentos de viagem e como suas preferências estão moldando a indústria do turismo.
Calm ICT design in hotels: A critical review of applications and implications	Stankov, U., Filimonau, V., Slivar, I.	2019	Conceitua design de TIC calmo para aplicação no contexto de hospitalidade.
Technology Readiness and Customer Satisfaction with Travel Technologies: A Cross-Country Investigation	Wang, Y., So, K.K.F., Sparks, B.A.	2015	Examina o papel da prontidão tecnológica (TR) como um traço de personalidade na formação da satisfação dos viajantes com as tecnologias de viagem.

Fonte: dados da pesquisa, 2022

Grande parte dos estudos analisados aborda sim a questão das tecnologias no âmbito da hospitalidade, contudo, a maioria tem sido relacionada muito mais ao uso destas novas tecnologias em empreendimentos, principalmente na hotelaria, do que especificamente nos espaços estruturais das cidades.

Os achados corroboram com Osei *et al.* (2020 apud LEE; KIM, 2022), que mencionam que as tecnologias da Indústria 4.0 são integradas aos negócios e têm uma influência considerável na inovação no setor de hospitalidade, ao mesmo tempo em que oferecem oportunidades e



desafios. Estes últimos, os desafios para implantação das novas tecnologias, foram bastante abordados nos estudos analisados.

Algumas pesquisas, como a de Lee e Kim (2022) analisaram, por exemplo, as barreiras de uso de robôs de serviço, mostrando que essa atratividade alternativa aumenta a intenção de uso sim e, como conclusão do estudo, afirmam que os gerentes de hospitalidade podem consultar os resultados aos quais eles chegaram para projetar serviços que poderiam diminuir a barreira de resistência contra o uso de robôs de serviço, sendo mais um recurso da hospitalidade.

O estudo de Hao, Qiu, Park e Chon (2022), aborda a questão do uso de serviços de hospitalidade sem contato, sinalizando que os mesmos são empreendimentos caros com um retorno ainda incerto sobre o investimento. Os achados indicam que a disposição para pagar (WTP – do inglês *willingness to pay*) dos hóspedes nestes tipos de hotéis é influenciada pelos atributos e padrão do hotel, pelos dados demográficos do cliente, pelas variáveis relacionadas às viagens, pela prontidão tecnológica e preocupações com a saúde.

O estudo contribui para o conhecimento sobre a implementação de tecnologia na indústria da hospitalidade e orienta os profissionais de hotelaria a investir de forma inteligente e racional em serviços sem contato.

Sobre a questão da Covid-19, o estudo de Perić e Vitezić (2021), explora as intenções dos consumidores ao usar serviços de hospitalidade, quando do relaxamento das restrições ao COVID-19 e a percepção da importância da segurança ao visitar acomodações. O estudo conclui que a aceitação de dispositivos robóticos de IA (Inteligência Artificial) não



parece ser muito prazerosa, e os cientistas da área de turismo e tecnologia devem focar seus esforços no desenvolvimento de novas tecnologias, incluindo robôs de IA, que aumentarão a segurança dos turistas, sem deteriorar a experiência geral do turismo. Esse achado é muito importante, pois é capaz de levantar um alerta de que não é qualquer tipo de tecnologia que será rapidamente aceita pelos turistas, seja pela dificuldade em usá-la ou por falta de interesse mesmo.

Já no caso de Utkarsh e Sigala (2021), foi analisado o impacto da Covid-19 na tomada de decisões turísticas, no marketing de destino, a adoção de tecnologias e o bem-estar dos turistas ao fazerem uma análise bibliométrica dos estudos existentes sobre a Covid-19, o turismo e a hospitalidade. Mostrando que, como foi sugerido aqui, após a ocorrência da pandemia de Covid-19 haverá sim uma maior preocupação em oferecer hospitalidade através de serviços com o uso das tecnologias para minimizar o maior contato entre as pessoas, quando necessário.

Avaliar as percepções dos clientes de hospedagem sobre vantagens e desvantagens do uso de robôs e o efeito do valor percebido em sua intenção de usá-los foi o intuito do estudo de Meidute-Kavaliauskiene, Çiğdem, Yıldız, e Davidavicius (2021). E mais uma vez, pelo ano de publicação (pós-Covid-19), pode-se afirmar que tenha a ver também com a busca dos chamados serviços *low-touch*, onde os clientes optam por ter menos contato ou interação humana (NVOIP, 2022).

Em um outro estudo sobre hospedagens, Papagiannidis e Davlembayeva (2021), exploram o valor funcional e emocional percebido da hospitalidade quando é feita através de acomodações inteligentes e



fatores que contribuem para isso, adotando a Teoria dos Valores de Consumo e examinam o valor percebido da intenção de ficar nessas acomodações inteligentes no futuro.

Sob uma outra e pouco explorada perspectiva, neste caso, da hospitalidade sendo vista por quem trabalha e produz na cadeia produtiva do turismo, Ivanov, Seyitoğlu e Markova (2020), analisam as percepções dos gerentes de hotéis búlgaros sobre robôs de serviços.

Sobre o já mencionado comportamento do consumidor frente ao uso das tecnologias a serviço da hospitalidade, o estudo de Ketter (2020), esclarece a maneira como a geração chamada de *millenials*, especificamente aqui os europeus, toma suas decisões de viagens, suas características, comportamentos e como suas tendências estão moldando a indústria do turismo. Como achados, nessa pesquisa, esses comportamentos de viagem impulsionam quatro principais microtendências turísticas: turismo criativo, turismo fora do comum, acomodações alternativas e do turismo totalmente digital.

Sob uma perspectiva bem interessante, o artigo de Stankov, Filimonau e Slivar (2019), introduz a noção pouco conhecida, que é o chamado design de TIC “calmo”. Esses autores buscam a conceituação de Weiser e Brown, que em 1995, introduziram o conceito de "tecnologia calma" que defende o design da tecnologia na perspectiva de seus usuários, em vez dos seus provedores.

Para os hóspedes, esta solução calma de design de TIC reduz a barreira do uso da tecnologia e, para os hotéis, oferece melhores oportunidades de promover serviços. Ou seja, é usar a tecnologia de forma



sutil e sem complicar demais a vida dos usuários, neste caso, os turistas, para que os mesmos tenham a melhor experiência possível com o uso desses recursos.

Wang, So e Sparks (2017), examinam o papel da prontidão tecnológica (TR) como um traço de personalidade definido como a propensão a abraçar e usar novas tecnologias para atingir metas e assim os resultados sugerem que os prestadores de serviços de turismo e hotelaria devem incorporar medidas do desempenho do viajante com a tecnologia e a qualidade da disponibilidade tecnológica dos serviços em seu sistema de monitoramento de experiência do cliente.

Sendo assim, não basta apenas oferecer a hospitalidade através da tecnologia, mas é preciso observar se, de fato, a experiência dos turistas com o uso desta está tendo mais qualidade. E desta maneira, pôde-se perceber que embora existam alguns bons estudos sobre a questão do uso das novas tecnologias no contexto da hospitalidade turística, esses são muito mais voltados para o bem receber nos empreendimentos do que, propriamente, na estrutura física das cidades. O que levanta uma importante questão para estudos futuros e até mesmo para as gestões das cidades turísticas poderem usufruir mais de tais meios estruturais e informacionais para melhor receber seus visitantes.

Afinal, como sugere Neuhofer *et al.* (2012), para a co-criação de experiências, as TICs são mais do que apenas uma ferramenta comum, uma vez que elas podem oferecer várias possibilidades de aprimoramento da experiência. E, desta maneira, o papel positivo das TICs tem sido



amplamente reconhecido na literatura da hospitalidade hoteleira (LAW *et al.*, 2014).

É importante observar que, por outro lado, se não for bem planejada ou bem implementada, para Stankov, U., Filimonau, V., Slivar, I. (2019), as TICs também podem diminuir ou mesmo destruir a experiência dos turistas através, por exemplo, de falhas tecnológicas e poluição visual ou sonora, sobrecarga de informações, tecno estresse, design ruim ou uma experiência despersonalizada.

E tudo isso, poderia levar ao contrário do que se propõe em termos de experiências mais interessantes, acessíveis e completas, ou seja, poder-se-ia com o mau planejamento, findar por atrapalhar e até mesmo inviabilizar uma experiência turística mais interessante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve a intenção de analisar como estavam as pesquisas sobre a hospitalidade urbana a partir da chegada das novas tecnologias. Pretendeu-se verificar se existem pesquisas na área que possam ter tratado desse tema e conduzido alguma análise sobre a experiência turística frente a essas novas questões.

Um dos fatores percebido é que o maior uso e acesso a essas tecnologias já é uma questão indiscutível, ou seja, os equipamentos, aparatos e *smartphones* já estão disponíveis e seu uso, muitas vezes, tem sido quase que necessário. Contudo, o que se buscou analisar foi até que ponto as cidades estão preparadas em termos de tecnologias instaladas em suas



estruturas urbanas para viabilizar mais informações para os turistas e moradores.

Bem como, até que ponto a hospitalidade urbana também faz uso das novas tecnologias na cidade, viabilizando uma nova maneira de bem receber os turistas, porém, usando os novos recursos tecnológicos para transmitir informações e recepcionar estes da melhor maneira possível.

Embora a maioria dos estudos encontrados tenha sido sobre o uso dessa hospitalidade tecnológica em empreendimentos, observou-se que estes mesmos estudos fazem avaliações sobre a percepção de uso das tecnologias pelos turistas de uma maneira geral, ou seja, em vários momentos e locais da sua experiência turística.

E os resultados, em sua maioria, mostram uma disposição dos turistas para usar e acessar recursos tecnológicos por vários motivos, desde questões como a necessidade de distanciamento (pandemia), a barreira linguística, a vontade efetiva de usar a tecnologia e até mesmo a possibilidade de agilizar o atendimento nos serviços.

Percebeu-se que uma das principais limitações desse estudo é o fato de que a pesquisa foi feita em apenas uma base de dados, o que gera uma nova possibilidade de pesquisas futuras, sugerindo a busca em outras bases, para que seja possível analisar outros novos estudos sobre essas temáticas.

E, como contribuição, acredita-se que este estudo foi capaz de levantar uma lacuna importante a ser preenchida nas pesquisas, que é a integração entre a hospitalidade urbana e as novas tecnologias, mas, principalmente, expor a necessidade das cidades olharem para essas



questões como desafios atuais e oportunidades de melhor receber os turistas, contribuindo assim, para uma experiência mais rica e de qualidade.

Um outro importante ponto alcançado com esse estudo, foi a proposição da terminologia *Hospitalidade Urbana Tecnológica* referindo-se a disponibilidade tecnológica existente nas cidades para recepcionar, informar e acolher os visitantes.

Afinal, conforme sugerido por Zeng *et al.* (2020), isto tudo pode significar um novo paradigma no qual tecnologias avançadas podem facilitar o projeto de melhorar o turismo na era pós-COVID-19 e assim, contribuir para uma retomada mais efetiva das viagens com qualidade de informações, disponibilidade de acesso e uma maior qualidade da experiência turística.



REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CAMARGO, L.O.L. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul.- dez. 2008.

_____. Hospitalidade, turismo e lazer. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, 13, 2019.

CONNECTEDSMARTCITIES. Disponível em: <https://portal.connectedsmarcities.com.br/2021/09/07/a-cidade-como-destino-turistico-inteligente>. Acesso em outubro de 2022.

ÇAKAR, K.; AYKOL, S. Understanding travellers' reactions to robotic services: A multiple case study approach of robotic hotels. **J. Hosp. Tour. Technol.**, 12, 155–174, 2020.

GRINOVER, L. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006

_____. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. Aleph, 2007.

HALL, C. Michael; SCOTT, Daniel; GOSSLING, Stefan. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. **Tourism Geographies**. v. 22, n. 3, p. 577-598, 2020

HAO, F., QIU, R. T. R., PARK, J., & CHON, K. The Myth of Contactless Hospitality Service: Customers' Willingness to Pay. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 0(0), 2022.

HOSSAIN, M. (2021). The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. **Journal of Cleaner Production**, 280, 124782.

IVANOV, S.; SEYITOĞLU, F.; MARKOVA, M. Hotel managers' perceptions towards the use of robots: a mixed-methods approach, **Inf Technol Tourism** 22, 505–535 (2020).

IVARS-BAIDAL, J. A., CELDRÁN-BERNABEU, M. A., MAZÓN, J.-N., & PERLES-IVARS, Á. F. Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? **Current Issues in Tourism**, 1–20, 2017.

KETTER, E. "Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y", **Journal of Tourism Futures**, Vol. 7 No. 2, pp. 192-196, 2020.



LASHLEY, C.; MORRISON, A. (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole (2004).

LAW, R.; BUHALIS, D.; COBANOGLU, C. Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Vol. 26 No. 5, pp. 727-750, 2014.

LEE, G.; KIM, Y. Effects of Resistance Barriers to Service Robots on Alternative Attractiveness and Intention to Use. **SAGE Open**, 12(2), 2022.

MEIDUTE-KAVALIAUSKIENE I, ÇIĞDEM Ş, YILDIZ B, DAVIDAVICIUS S. The Effect of Perceptions on Service Robot Usage Intention: A Survey Study in the Service Sector. **Sustainability**, 13(17):9655, 2021.

MENDES-FILHO, L.A., MILLS, A., TAN, F.B., & MILNE, S. Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 35, 425 – 436, 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/ministerio-do-turismo/destinos-turisticos-inteligentes-dti>, acesso em novembro de 2022

MGI - McKinsey Global Institute. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/como-a-tecnologia-pode-ajudar-a-melhorar-a-vida-nas-grandes-metropoles>. Acesso em outubro de 2022.

NEUHOFER, B. An Analysis of the Perceived Value of Touristic Location Based Services. In Matthias Fuchs, Francesco Ricci 0001, Lorenzo Cantoni, editors, Information and Communication Technologies in Tourism 2012, **ENTER 2012**, Proceedings of the International Conference in Helsingborg, p. 84-95, 2012.

NVOIP. Disponível em <https://www.nvoip.com.br/blog/low-touch-high-touch/>. Acesso em outubro de 2022.

PAES-CESÁRIO, M.; MENDES-FILHO, L. Uso e aceitação de robôs, inteligência artificial e automação dos serviços em hospitalidade e turismo frente à pandemia de covid-19: uma proposta de pesquisa. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 15, n. 3, dezembro/2021.

PAPAGIANNIDIS, S.; DAVLEMBAYEVA, D. Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: Exploring the Drivers of Intention to Stay in Smart Accommodation Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: **Information Systems Frontiers**, 2021.



PERIC, M.; VITEZIĆ, V. Tourism Getting Back to Life after COVID-19: Can Artificial Intelligence Help?. **Societies**. 11. 115, 2021.

SEVERINI, V. F.; PANOSSO NETTO, A. Dádiva, cidadania e políticas públicas: aspectos essenciais para a consolidação da hospitalidade urbana. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 14(2), 522-544, 2022.

SOARES, C.M.P. Hospitalidade virtual: uma tentativa de compreensão. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. X, n. 2, p. 213 - 233, dez. 2013.

UTKARSH; SIGALA, M. A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward, **Tourism Management Perspectives**, Volume 40, 2021,

STANKOV, U., FILIMONAU, V.; SLIVAR, I. Calm ICT design in hotels: A critical review of applications and implications, **International Journal of hospitality Management**, Volume 82, 2019.

WANG, Y., SO, K. K. F., & SPARKS, B. A. Technology Readiness and Customer Satisfaction with Travel Technologies: A Cross-Country Investigation. **Journal of Travel Research**, 56(5), 563–577, 2017.

XIANG, Z.; FESENMAIER, D.R. Big data analytics, tourism design and smart tourism, in Xiang, Z. and Fesenmaier, D.R. (Eds), **Analytics in Smart Tourism Design**, Springer, Berlin, pp. 299- 307, 2017.

ZENG, Z.; CHEN, P.-J.; LEW, A.A. From hightouch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. **Tour. Geogr.**, 22, 724–734, 2020.

**A LINGUAGEM ARQUITETÔNICA E O
REFORÇO À IMAGEM EUROCÊNTRICA DA
CIDADE DE GRAMADO-RS COMO IMPULSO
PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA**

09

BARBACOVI, Manoela

Doutoranda em Estudos Culturais em Educação pela Universidade Luterana do Brasil (ULBRA). Mestre em Estudos Culturais em Educação pela Universidade Luterana do Brasil. Supervisor Pedagógico na Rede Municipal de Ensino de Gramado/RS. Pesquisadora do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (base CNPq)

OLIVEIRA, Simone Neto de Santana

Mestra em Educação Global pela Florida Christian University- FCU. Especialista em Texto e Gramática pela Universidade Estadual de Feira de Santana- UEFS. Curso de Extensão em Gestão Pública pelo Instituto Anísio Teixeira- IAT/BA. Gestora da Rede Estadual de Ensino do Estado da Bahia. Pesquisadora do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (base CNPq).

A LINGUAGEM ARQUITETÔNICA E O REFORÇO À IMAGEM EUROCÊNTRICA DA CIDADE DE GRAMADO-RS COMO IMPULSO PARA A ATIVIDADE TURÍSTICA

Manoela Barbacovi
Simone Neto de Santana Oliveira

A linguagem se manifesta de várias maneiras e sua influência pode ser percebida sob os mais variados aspectos, com utilização de diversos signos. A arquitetura, através de seus projetos, também se utiliza de conceitos (linguagem) para expressar um pensamento e transmitir a mensagem que foi concebida. A execução dessas propostas concretiza a ideia inicial e dá “vida” à imagem de tudo que, antes, era abstrato.

A pesquisa que se segue, tem como objetivo analisar como a arquitetura eurocêntrica da cidade de Gramado e a composição textual dos anúncios que promovem o lugar, influenciam no impulsionamento da atividade turística, beneficiando-se da construção dessa imagem europeia, através da caracterização de um espaço urbano completamente projetado para atrair o turista e manter o título de “Europa Brasileira”.

É necessário fazer uma breve apresentação do conceito de linguagem, arquitetura e como essas duas abordagens sofrem influência entre si. Considere-se linguagem, neste estudo, sob a ótica do conceito de Rasmussen (1998) o que se refere ao conjunto de elementos que dão à composição arquitetônica, enquanto expressão artística e manifestação



da vontade humana, um certo ordenamento sintático, morfológico e semântico, ou seja, a combinação dos elementos (sintaxe), os materiais que são usados (morfologia) e o sentido (semântica) construído por essa “trilogia”.

Sobre arquitetura, toma-se como exemplo o conceito estabelecido por Costa (1902-1998), que define “arquitetura como construção concebida com a intenção de ordenar e organizar plasticamente o espaço, em função de uma determinada época, de um determinado meio, de uma determinada técnica e de um determinado programa.” Tomando como base os dois conceitos, entende-se que a arquitetura se utiliza da linguagem de acordo com o que cada projeto deseja comunicar através de sua execução, levando em consideração todo o tempo social e histórico em que está envolvido.

McGauhey (2011), pesquisadora na área de estudos modernistas, explica que essa conotação que se engendra ao termo arquitetura, ampliando seus significados, sua conceptualização, para transcender a ideia de construção ou o resultado de uma edificação, também pode ser compreendida por intermédio do arcabouço teórico dos Estudos Culturais. Conforme a autora, através dos conceitos teórico-metodológicos desse campo de estudos, os espaços, as paisagens advêm de um processo de construção social e, nessa perspectiva, a prática arquitetônica pode ser entendida como a representação física, uma espécie de linguagem que incorpora políticas e temas culturais à paisagem. Sendo, por conseguinte, considerada como uma prática discursiva, que por deter



um viés que transita entre a ciência e arte, contribui para produção de inúmeros outros discursos, tecendo e atribuindo significados aos espaços.

Enquanto uma espécie de um recurso linguístico, um significante, a arquitetura inscreve sentidos específicos a um determinado local, a fim de que seja contemplado de um modo particular. E, muitas vezes, esses significados inscritos nos mais diversos lugares, produzem o efeito de convocar os indivíduos para a visita de certas edificações. Vale ressaltar que esse convite é impulsionado, também, por outras práticas culturais e discursivas, em especial, pelo turismo. Segundo Rojek e Urry (1997), sociólogos ingleses, vinculados aos Estudos Culturais, ademais dos fluxos monetários, a atividade turística abarca os fenômenos da cultura sendo, por conseguinte, constituída por um complexo conjunto de discursos e práticas sociais, os quais, nesse caso, reiteram ou muitas vezes, ressignificam sentidos já denotados por certos aspectos arquitetônicos a fim de incrementar sua atratividade.

Essa competência do turismo é também observada por Lasanski (2004), pois para a autora, ele é simultaneamente um produto da cultura e um produtor cultural, atuando como um importante catalisador no complexo processo centrado na experiência do ambiente construído. Nessa direção, é possível compreender que é o turismo que proporciona sentidos aos lugares, engendrando as experiências dos visitantes. Ou seja, é a atividade turística que fomenta, que está por trás da amplificação, conservação, readequação de prédios e cidades, com o escopo de atingir certos objetivos políticos, culturais e econômicos.



Nessa direção, ao estribar-se sobre esses constructos teóricos, estabelece-se o objetivo deste estudo, que é analisar como a arquitetura eurocêntrica da cidade de Gramado e a composição textual dos anúncios que promovem o lugar, influenciam no impulsionamento da atividade turística. Assim, para a consecução desse intento investigativo, foram examinados anúncios de divulgação desse destino, no sentido de identificar, reconhecer quais significados, efeitos a arquitetura produz sobre essa cidade e, inclusive, sobre sua identidade cultural.

A Cidade de Gramado, situada no Rio Grande do Sul, pode estabelecer-se como um exemplo acerca de como a arquitetura pode influenciar no impulsionamento das atividades turísticas, possibilitando ao público que a visita, a experiência de se sentir fora do país, mesmo sem ter se distanciado geograficamente dele. Há toda uma concepção de imagem da cidade como um “pedaço da Europa” no Brasil. Essa ideia é difundida desde os órgãos públicos, a exemplo do Plano Diretor de Desenvolvimento Integrado da Cidade de Gramado- PDDI (alguns tópicos do mesmo serão apresentados aqui), que garante, através da Lei N. 3296 de 21 de Julho de 2014, a preservação de suas características estéticas de acordo com a concepção que se construiu em torno da ideia de uma cidade que segue com arquitetura, costumes, culinária e atrativos predominantemente europeus; em muitos anúncios publicitários que usam essas características como principal meio de atrair pessoas para um cidade cujo clima difere-se da maioria das demais regiões de um país tropical; e pela conservação desses costumes por parte dessa população composta,



em sua maioria, por descendentes desses povos (italianos, portugueses e alemães) que moram, trabalham e obtêm seu sustento mantendo e difundindo suas tradições.

Quanto à arquitetura, não se pode negar que o eurocentrismo está presente de forma muito marcante na cidade, a exemplo de tudo que será analisado nos anúncios (linguagem e imagens), observando as edificações e as características que reforçam todo o conteúdo desse estudo. Tudo gira em torno de manter essa atmosfera europeia para garantir a manutenção turística que é o que movimenta a economia local e é responsável por grande parte da arrecadação do estado. Segundo dados do IBGE realizado em 2021, a cidade tem 36.864 mil habitantes; recebe 6.500.000 de turistas ao ano que movimentam mais de 1.5 bilhão de Reais para a economia local, o que significa 86% do PIB.

Diante dessa realidade, preservar as características e costumes locais já não se trata tão somente da questão cultural ou de manutenção do sentimento de pertencimento da população, mas de continuar no topo de preferência turística e garantir a continuidade dessa condição que proporciona o crescimento da cidade e, conseqüentemente, do estado como um todo.

A discussão trazida para este estudo busca ampliar os debates sobre como a construção dessa imagem da cidade de Gramado, através dos anúncios de turismo e espaços preservados e/ou construídos favorecem o crescimento das atividades turísticas e, pode subsidiar novas pesquisas sobre os impactos que essa “construção” traz para a população



local. O estudo do tema também contribui para que os gestores desse mercado de consumo se apropriem do assunto e possam melhorar seus serviços e sua abordagem (anúncios) de convencimento junto aos possíveis visitantes a fim de manterem a posição de destaque no cenário turístico brasileiro.

O sonho de projeção de um estilo arquitetônico para Gramado

De acordo com Rigatti (2002) e Daros (2008), a colonização da cidade foi realizada principalmente por portugueses, germânicos e italianos, mas o quantitativo italiano é mais forte na região. Em contrapartida, segundo Daros (2008), em alguns pontos da cidade, a arquitetura italiana foi substituída gradativamente pela arquitetura mista com inclinação à inspiração alemã e o estilo bávaro está presente em quase todas as construções do município, principalmente nas edificações de prédios públicos e, implicitamente, está no PDDI como estilo característico que deve predominar nas construções da cidade. Todo e qualquer projeto arquitetônico tem que ser submetido a sua avaliação e aprovação, pois precisa atender às especificações técnicas de construção e seguir o estilo predominante da cidade.

Esse interesse parte do Poder Público Municipal de Gramado sobre o estilo bávaro advém ainda do início da década dos anos oitenta, o qual tinha como meta construir uma identidade para Gramado associada a esse estilo, cujas origens remontam da Alemanha, em alusão aos colonizadores da cidade, visando uma harmonia arquitetônica, a fim de



evitar edificações quadradas, anestéticas. Quintans (2008, p.38), por meio dos relatos do então Secretário Municipal de Turismo da época, Romeu Dutra, explica essa proposta do governo municipal:

Foi naquela época que se estabeleceu o estilo bávaro para as construções de Gramado. Nós pensamos em muitas coisas, e quem nos deu muitas ideias nessa parte do estilo de Gramado foi o Frantz Habeler, que era dono do Hotel das Hortênsias. Era um alemão que tinha vendido os bens dele em Porto Alegre e foi construir aquele hotel, diferente do estilo quadrado que imperava na época, daquelas casas quadradas.

O Hotel das Hortênsias foi a primeira edificação em estilo bávaro da cidade, construída ainda no ano de 1964. A seguir, por meio de uma montagem de fotos retiradas do site do hotel, apresenta-se sua fachada no ano em que foi inaugurado e, nos dias atuais.

Figura 1- Imagem do Hotel das Hortênsias no ano de sua construção e na atualidade.



Fonte: Site do Hotel das Hortênsias



Essa imagem do hotel das hortênsias, exemplifica o estilo bávaro, o qual conforme a Secretaria Municipal de Educação de Gramado (1987 p.133),

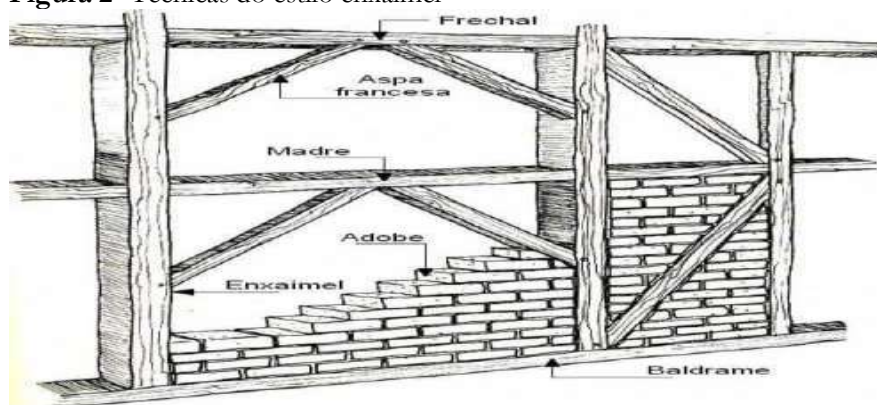
(...) é uma herança cultural dos imigrantes, que trouxeram de suas pátrias distantes, seus hábitos e costumes, muitos dos quais os gramadenses se orgulham em manter. A madeira abundante na região, é aproveitada na construção de casas que relembram residências europeias, dos climas frios, cujos telhados de duas águas acentuadas em ângulo agudo facilitam o deslizamento da neve, evitando assim o desabamento dos mesmos com seu peso.

Além do bávaro, o estilo enxaimel também é amplamente empregado nas construções de Gramado. Esta característica arquitetônica de influência, também, predominantemente germânica, é tão preservada na cidade, que o poder público, através do PDDI (2014), buscou garantir que não houvesse descaracterização de nenhuma edificação, principalmente nas áreas de maior concentração turística do Município através da Lei N. 3296 de 21/07/2014, com enfoque, neste estudo, para os Art.10 que trata da preservação do patrimônio natural e criado com vistas a garantir a manutenção da estética, beleza e harmonia entre eles; Art. 11, com a preocupação em garantir qualidade de vida aos cidadãos, desenvolvimento do turismo e sustentabilidade à cidade como um todo e, mais especificamente, o Art 96, Seção XII, que trata das características arquitetônicas predominantes que devem prevalecer obedecendo aos costumes relacionados à colonização como arquitetura, tradições, cultura, aspectos da natureza como floreiras e jardinagem.



A propósito, na figura abaixo, tem-se o esboço da estrutura do estilo enxaimel, presente em quase todos os projetos de Gramado. A madeira usada de forma funcional recebe um nome específico de acordo com a posição que ocupa.

Figura 2- Técnicas do estilo enxaimel



Fonte: www.vivadecora.com.br/pro/enxaimel/

Conforme Bardou (1981), o estilo enxaimel caracteriza-se pelo vão entre os esteios e as demais configurações de uso e posição das peças de madeira (vertical, horizontal e diagonal), as quais recebem os nomes de baldrame, frechais, madres e aspas francesas. Os vãos podem ser preenchidos com pedras, adobe ou tijolos de acordo com a disponibilidade e/ou necessidade de cada construtor.

Ressalta-se que essa proposta da Prefeitura Municipal de Gramado, para impulsionar as construções nesses estilos estabeleceu-se, inclusive, no sentido de persuadir estabelecimentos comerciais para que



suas edificações fossem nesses padrões, conforme explica Quintans por meio das entrevistas que realizou como Romeu Dutra (2008, p. 38):

O Banco do Brasil fez uma agência que já estava pronta, aí veio uma comissão, o Valter Perachi Barcelos dirigia o banco. Nós provamos que a gente estava modificando o estilo e ele mandou desmanchar metade do banco e fazer dentro do estilo de Gramado. E aí, todos os gramadenses passaram a construir dentro desse estilo.

Sendo que, para cuidar do aspecto desses estilos arquitetônicos, conforme destaca a Secretaria Municipal de Educação de Gramado (1987), a administração municipal nomeou uma comissão que examina os projetos das construções.

A partir dessa exposição, identifica-se nitidamente, a intencionalidade da Prefeitura Municipal de Gramado em não somente preservar o legado deixado pela etnia germânica na cidade, mas de principalmente, destacá-lo, recriá-lo, sob a égide de um estilo arquitetônico performativo turístico mercadológico.

Quando se trata de predominância, dever-se-ia levar em consideração o quantitativo de colonizadores italianos que compuseram a população da cidade, mas, não é o que tem ocorrido. As construções com especificações germânicas têm ganhado cada vez mais espaço, se consolidando como o “estilo predominante”, criando para a cidade uma estética arquitetônica europeia, a qual é amplamente explorada nos anúncios de promoção deste destino, conforme entreviui-se a partir das análises que foram empreendidas sobre esses materiais de divulgação turística e de publicidade dos hotéis da cidade.



METODOLOGIA

Com a intenção de atender ao objetivo deste estudo que é analisar como a arquitetura eurocêntrica da cidade de Gramado e a composição textual dos anúncios que promovem o lugar, influenciam no impulsionamento da atividade turística desenvolveu-se uma pesquisa de cunho descritivo com abordagem qualitativa.

A coleta de dados foi realizada seguindo as seguintes etapas: 1- Foi feito estudo bibliográfico para determinar os conceitos de arquitetura e linguagem e como essas duas vertentes influenciavam na atividade turística da cidade mencionada anteriormente; 2- À luz dos Estudos Culturais, determinou-se a base referencial deste estudo que foi apoiada, principalmente, pelos constructos teóricos de Urry (2001) e Lasanski (2014), pelo fato de suas teorizações estabelecerem-se através da inter-relação entre a arquitetura e o turismo; 3- Coletou-se anúncios de turismo e publicidade de hotéis que apresentassem, em suas imagens e textos de divulgação, características dos estilos bávaro e enxaimel (nas edificações) e reforço ao ideal eurocêntrico atribuído à cidade (textos), como condição sine qua non para o crescimento e garantia de sucesso na procura por este destino.

Todo o material analisado foi escolhido a partir dos critérios: ser da cidade de Gramado; apresentar edificações com características dos estilos em questão (bávaro e enxaimel); alguns anúncios foram descritos em dois momentos históricos (antes e depois das intervenções feitas para se adequar ao estilo preconizado pelo poder público como o ideal para a cidade e seus propósitos); ter, em seus textos de divulgação, a premissa de que a cidade se qualifica como “pedaço da Europa no Brasil”, “Europa



Brasileira” ou qualquer outra linha textual que seguisse a mesma lógica semântica que impactasse nos resultados desta pesquisa. A postura adotada neste estudo classificou a pesquisa como documental, uma vez que utilizou materiais de divulgação de hotéis e agências de viagens e qualitativa, pois analisou detalhadamente aspectos subjetivos destes fenômenos arquitetônicos e linguísticos presentes em todo o material analisado.

ANÁLISE DOS DADOS

Antes de apresentar as análises, é importante ressaltar que essa pesquisa não tem por objetivo realizar um estudo técnico especializado em arquitetura ou engenharia, mas sim, de mostrar como é visível a mudança do estilo arquitetônico em Gramado com a intenção de associar a essa cidade atributos europeus que transcendem a conservação do legado germânico, para o incremento do apelo turístico.

A *priori* de apresentar as análises sobre os materiais de divulgação turístico de Gramado e de publicidade dos hotéis, é fundamental discorrer sobre a reforma do prédio que abriga o Cine Embaixador no ano de 1987, o qual é palco do Festival de Cinema. Entende-se que tal exposição é imprescindível para compreender a influência e a supremacia desse estilo arquitetônico na cidade.

Nesse sentido, aduz-se, a seguir, o comparativo do mesmo prédio em dois tempos distintos de sua história: quando da sua idealização e inauguração no final da década de 60 e, após a reforma que supostamente traria modernização para o espaço, na década de 80, ou seja, quase vinte anos depois. Mesmo o olhar “leigo” e desprezioso pode entender qual



o conceito de adequação que ocorreu após mudança na estrutura da edificação analisada, apresentada nas figuras 3 e 4, a seguir.

Figura 3- Fachada do Cine Embaixador



Fonte: www.gramadopalace.com.br/conteudo/imagens-valem-mais/1518

Figura 4- Palácio dos Festivais



Fonte: dreamstime.com



Ao observar as figuras 3 e 4, tem-se a constatação do que foi descrito anteriormente. O antigo Cine Embaixador (figura3), inaugurado em 1967, apresenta uma edificação arrojada para a época, construído em linhas retas, utilizando predominantemente alvenaria e vidro; com dois pavimentos, onde o superior se sobressai sobre o inferior, inclusive pelo uso da cor branca; uma marquise projetada para a área externa na mesma cor, traz o toque curvilíneo (mesmo usando linhas retas que formam um “v” regular e invertido) dando ideia de movimento, quebrando a seriedade das formas retangulares da edificação. Já no pavilhão inferior, utilizou-se uma cor escura, manteve-se o uso de vidro nas esquadrias frontais e laterais e tijolinhos à vista. O telhado, uma das marcas características das construções que predominavam na época, não seguia esse padrão e, apresentava-se visualmente como plano, embora segundo descrição apresentada por Daros (2008), “mantinha certa inclinação em dois terços da construção”.

Consoante ao já mencionado, o Cine Embaixador foi onde começou o evento de cinema mais importante do país e da América Latina, o Festival de Cinema, que teve início no ano de 1972. Ao alcançar sua 14ª edição, o prédio já não mais acomodava os participantes do evento e, ainda, a administração municipal julgava a necessidade investimentos em melhorias, inclusive para a aquisição de um projetor mais moderno e de um sistema de som de melhor qualidade, conforme pode ser visto na imagem abaixo, que representa uma publicidade da época por parte da



Prefeitura, no sentido de convocar os gramadenses para contribuírem nesta campanha em prol de melhorias para o Cine Embaixador.

Figura 5- Campanha para arrecadação de fundos para reforma do Cine Embaixador



Fonte: Museu do Festival de Cinema de Gramado

De acordo com Daros (2008), com o montante arrecadado a partir das contribuições dos moradores e, também, com empréstimos feitos pela Prefeitura, foram investidos, na época, a cifra de 55 milhões de cruzados em obras e melhorias técnicas ao Cine Embaixador a fim de assegurar o mais alto padrão para a sede do Festival de Cinema.

Dentre as modificações viabilizadas por meio dessa reforma, destaca-se a “desconstrução” do conceito moderno da fachada, repaginando toda a sua estrutura para se adequar aos padrões do estilo



bávaro que predominava na Cidade, introduzindo um telhado imponente de duas águas com inclinação considerável, telhas de cerâmica e beiral; revestimento em madeira com placas na horizontal sobrepostas lado a lado formam a parte central da fachada e, nas laterais, manteve-se colunas de alvenaria na cor branca com a figura do Kikito em destaque em ambos os lados, conforme pode ser visto na figura 4.

A ideia de melhoria proposta pela reforma do espaço e os acréscimos feitos à estrutura interior do prédio, certamente se enquadram na intenção de “modernização” que trouxeram avanços ao Festival de Cinema; por outro lado, o retorno às características da arquitetura europeia que ganhavam cada vez mais espaço na cidade, traz à tona a discussão sobre a motivação que levou a essa troca de conceito tão perceptível. A recuperação da “imagem europeia” predominante na arquitetura da cidade num espaço já consolidado com um evento tão marcante, certamente favoreceria a movimentação turística em torno da edificação, não apenas durante a realização da festividade que acontecia anualmente, mas criaria, potencialmente, um atrativo a mais para o local.

Ademais, segundo Daros (2008), essa releitura do exterior do prédio foi de fundamental relevância para evidenciar, também, essa campanha de projeção do estilo bávaro que a Prefeitura Municipal de Gramado estava preconizando. E, além disso, a autora destaca que a incorporação deste estilo ao cinema culminou para a mudança de seu nome, que passou a ser conhecido como Palácio dos Festivais.



Cabe a reflexão sobre essa necessidade de mudança/adequação arquitetônica como uma espécie de “apropriação cultural” que, realizada nestes moldes, pôs como prioridade descaracterizar um monumento já existente com a pretensão de preservar uma “história” que não existia antes, com o objetivo maior de alavancar a movimentação turística deste destino.

Nesse sentido, entrevê-se a intencionalidade do Poder Público em construir para Gramado, por meio da arquitetura, uma identidade cultural arraigada a matrizes europeias que a diferencie do restante do país, onde o visitante, conforme salienta Dornelles (2001), tem a impressão de ter viajado para a Europa sem passaporte. Logo, apercebe-se que, em Gramado, estabelece-se um tipo de turismo conhecido como étnico, o qual segundo Freitas (2018), apropria-se de nichos específicos, envolvendo a valorização de aspectos que tangem à ancestralidade, à tradição, para intensificar o fluxo turístico e o mercado de consumo de uma localidade.

Acerca do turismo étnico Köhler (2019), ao analisar as motivações dos turistas por atividades culturais, destaca que, na pós-modernidade, ele recupera, reinventa atributos de uma etnia, como vestuário, artesanato, gastronomia, para criar um produto turístico, cujo apelo de consumo vincula-se ao valor simbólico através do qual foi representado e disseminado no entorno. Vale ressaltar que o apelo, a motivação das pessoas pelo turismo étnico é explicada também por meio da ideia de Consumo Cultural, que para Canclini (1993, p.34), é entendido como “o



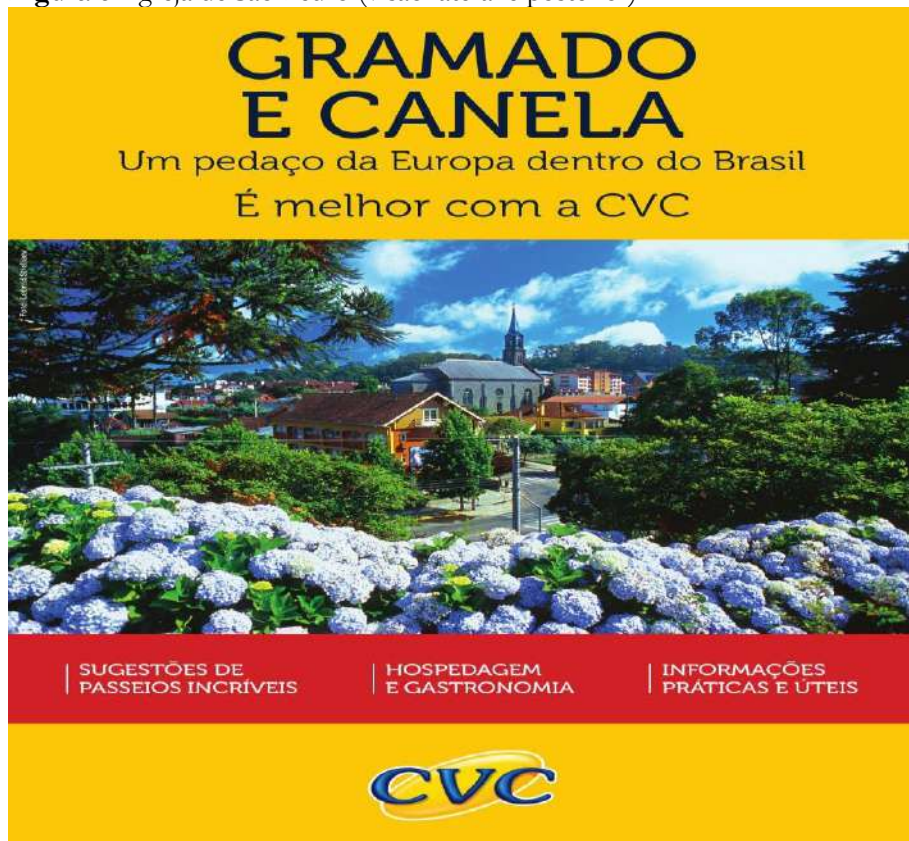
conjunto de processos de apropriação e usos de produtos nos quais o valor simbólico prevalece sobre os valores de uso e de troca ou em que ao menos estes últimos se configuram subordinados à dimensão simbólica”.

Apropriando-se desses pressupostos teóricos, depreende-se o valor simbólico que confere tanto ao estilo bávaro quanto ao enxaimel para Gramado, no sentido de atribuir para essa cidade características europeias. E, também, uma atratividade, um diferencial turístico, pelo fascínio, exotismo que esse simbolismo, presente nesses estilos produz sobre a cidade de Gramado, com o intuito de, segundo Leite e Graburn (2009), convocar as pessoas para adquirir uma experiência turística que lhes possibilitem sentir, vivenciar as características culturais de outras etnias. Logo, visualiza-se a inter-relação que se estabelece entre a dimensão simbólica desses estilos arquitetônicos e atividade turística que se desenvolve na cidade, pois segundo Dorneles (2001, p.3): “Entende-se Gramado não somente como um produto simbólico em sua complexidade, mas também como o lugar onde acontece a produção de determinados produtos cujo simbolismo está a serviço da atividade do turismo nessa cidade.

Além do destaque aos estilos arquitetônicos mencionados, é importante também chamar a atenção para o âmbito do paisagismo e refletir como essa faceta é explorada pelos materiais de divulgação turística de Gramado elaborados pelas agências de viagem, conforme pode ser visto na figura 6, a seguir.



Figura 6- Igreja de São Pedro (visão lateral e posterior)



Fonte: CVC turismo

Na imagem acima, observa – se o foco para a questão do paisagismo. Segundo Weiss (2022), “uma obra arquitetônica que permite diálogo com a área externa oferece sensação de liberdade e de bem estar”. Essa relação está posta na imagem quando se percebe a importância que foi dada à natureza como destaque para enfatizar toda a ambientação “europeia” que se quer destacar no anúncio oferecido. Note-se que a imagem da Igreja de São Pedro, atrativo turístico que integra os roteiros



da cidade, foi colocado num plano secundário, e o ponto de destaque ficou por conta da vegetação, principalmente as hortênsias, flor considerada como símbolo de Gramado.

A importância cultural dada a essa flor é tão expressiva que os órgãos públicos da cidade criaram a Lei Municipal 977/1990 e 7 de julho se tornou o Dia Oficial da Hortênsia em Gramado. Essa flor, conforme Daros (2008), chegou nesse município pelas mãos de Leopoldo Lied, um de seus primeiros moradores, quando a cidade ainda pertencia ao município de Taquara, no início da década dos anos trinta. Ela foi plantada, principalmente, nas encostas a fim de evitar a erosão. Contudo, a historiadora salienta que de agente ecológico a flor foi promovida a elemento decorativo da região e, com isso, segundo ela:

Vouu longe a fama dos nossos caminhos floridos e nossa simplicidade em receber foi cativando...outros vinham buscar exemplos aqui. Os verões eram coloridos de flores e pessoas. O veranista podia levar muitas flores consigo, pois tínhamos em profusão. (...) A imprensa foi nos mostrando melhor o valor do nosso trabalho de plantio e cuidados com as hortênsias. Chamavam isso tudo de “admirável espetáculo”, que se parecia estar “num pedaço do céu” ... E acordamos para algo maior, que o foi o TURISMO. Um turismo que germinou em nossa terra, junto às raízes das hortênsias foi plantado e pensado (DAROS, 2008, p. 229).

Esse impulso turístico que Daros (2008) salienta de que as hortênsias concederam à Gramado está relacionado ao primeiro evento turístico da cidade, a Festa das hortênsias, que teve sua primeira edição no



ano de 1958, quatro anos após a emancipação de Gramado e que, segundo a Secretaria Municipal de Educação de Gramado (1987), teve uma repercussão inesperada, promovendo a cidade como o primeiro marco da história do turismo organizado do Rio Grande do Sul.

E, a partir disso, as hortênsias passaram a ganhar o protagonismo para a divulgação turística da cidade de Gramado. Visto que, segundo Silveira (2018), foi criado um projeto, para resgatar a imagem da flor como símbolo máximo da cidade, do turismo e, também, como indicador de sustentabilidade ambiental para o município. O paisagismo presente na imagem, foi integrado ao contexto da linguagem arquitetônica que permeia toda a cidade até pela questão climática que determina onde essa espécie floresce.

A sensação visual que a imagem do anúncio desperta é a de contemplação de uma pintura, uma obra de arte. As edificações presentes no anúncio, mesmo com imagem em segundo plano, mostram o estilo germânico através do uso de cores sóbrias, ausência de linhas modernas nas construções; utilização de madeira nas estruturas e de telhados com características próprias para o estilo.

O texto manteve a narrativa de denominar a cidade como “um pedaço da Europa dentro do Brasil” como estratégia de persuasão e marketing de turismo. O eurocentrismo está presente, não só na arquitetura, na linguagem utilizada para promover o destino, como também na ambientação e paisagismo que corroboram com a ideia de



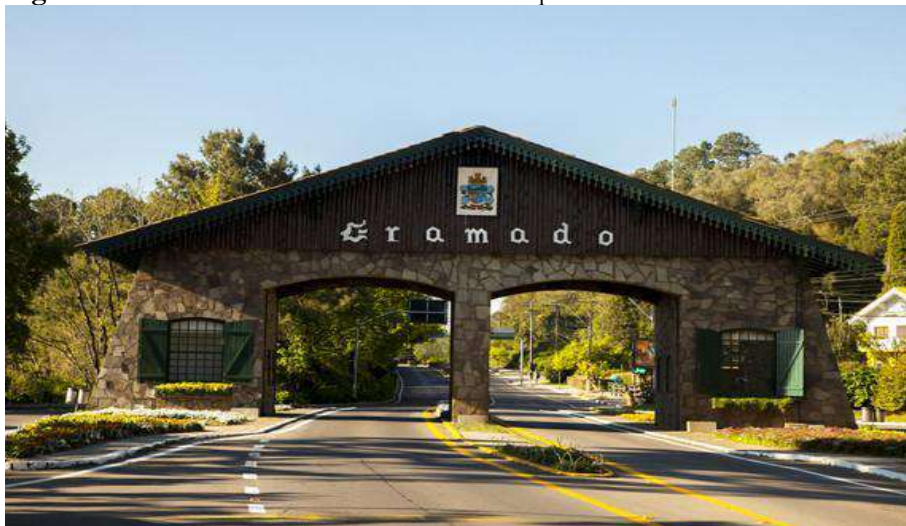
fomentar o turismo através de um marketing construído por essa ideia de Europa Brasileira.

A seguir, na figura 7, tem-se a análise de um dos pontos turísticos mais famosos de Gramado: o Pórtico de entrada da cidade. Inaugurado em 1973, é o primeiro local de visitação ao chegar   Cidade. Construído em estilo bávaro, com estrutura em pedras, telhado em madeira com duas águas, lambrequim na cor verde, detalhes em placas de madeira sobrepostas no sentido vertical que recebe o brasão da cidade com a escrita: “Jardim das Hortênsias”; duas janelas do mesmo material, com venezianas construídas com treliças de madeira com vidro e jardineiras com flores; duas grandes aberturas que simulam duas portas que dão acesso   cidade. Com formato de uma grande casa, a entrada do município pode ser vista de forma aconchegante pelos visitantes que chegam por essa rota.

A vegeta o do entorno e o jardim de entrada do monumento compõem a paisagem de forma harmoniosa com todo o conjunto, conferindo um ar bucólico, interiorano e, ao mesmo tempo, sofisticado ao lugar. Atravessar o portal de entrada da cidade, confere ao visitante, a percep o de estar diante de duas dimensões construídas, em seu imaginário, por todas as “promessas” de ambiente, cultura, clima, vegeta o e costumes totalmente diferentes do Brasil a que cada um está acostumado. E tudo isso começa pela visualiza o de toda arquitetura e paisagismo concebidos exatamente para causar essa impressão.



Figura 7- Pórtico de Gramado via Nova Petrópolis



Fonte: Portal Gramado

Além do estilo arquitetônico da edificação, é relevante chamar a atenção para as suas janelas sempre abertas, os canteiros ajardinados, bem cuidados, os quais, segundo a Secretaria Municipal de Turismo (2014), representam ao visitante que passa pelo pórtico, a saudação, as boas-vindas, o abraço da comunidade gramadenses ao visitante, o que produz a ideia de que os autóctones são vocacionados para o turismo

As figuras 8 e 9 abaixo trazem duas fotos retiradas do site de apresentação do Hotel das Hortênsias, com textos que o qualificam como um lugar ambientado para ser a imagem e semelhança das típicas pousadas europeias. O lugar de origem (Gramado) é desconsiderado, e tudo que se produz como conteúdo de marketing induz o turista a querer estar nestes espaços concebidos com todo conceito arquitetônico, ambientação e paisagismo construídos para que o turista possa passar pela experiência de



estar numa pseudo Europa Brasileira. Observe-se os textos que acompanham as fotos no site do hotel:

Figura 8- Hotel das Hortênsias



Fonte: site do hotel

Figura 9- Hotel das Hortênsias



Fonte: site do hotel



A respeito da linguagem utilizada no site do Hotel, a primeira foto, chama a atenção das pessoas quanto às suas características. Mantém-se o padrão de qualificação a partir da ótica “europeia” como principal atrativo de apresentação. A descrição do ambiente é realizada estabelecendo um comparativo entre este, “que se localiza bem no centro de Gramado”, com o reforço da alusão feita a pousadas que se encontram na Alemanha e Áustria. A ideia de que mesmo fora desses países, há possibilidade de estar num lugar de “igual” valor. A segunda foto já inicia o texto com uma palavra que continua estabelecendo comparação: “como nas típicas pousadas europeias”. Todo o restante do texto traz indícios de que o ambiente foi produzido com riqueza de detalhes específicos para garantir essa proximidade com a ideia que se quer transmitir. A mensagem subliminar é exatamente esta. A arquitetura, o paisagismo e a linguagem persuadindo através de um marketing que supervalorizam a ideia de se sentir fora do Brasil.

Finalizando as análises deste estudo, temos abaixo três fotos do Hotel Ritta Höppner; sendo a primeira da casa que deu origem ao Hotel que completou 64 anos de atividade, e a segunda e terceira fotos da estrutura (edificações e paisagens) atual que abriga hóspedes que procuram a experiência típica de Casarão das montanhas, mesmo estando a menos de 1 Km da Rua Coberta e do Palácio dos Festivais. Mantendo a linha de “sedução” através da linguagem que descreve o lugar como “um pedaço da Europa na Serra Gaúcha”, conforme foto abaixo, o que pode ser visto, colabora com descrição de casas típicas europeias já detalhadas anteriormente.



Figura 10- Casa da família HÖPPNER 1958 - Hotel Ritta Höppner: um pedaço da Europa na Serra Gaúcha.



Fonte: Site do Hotel Ritta Höppner

Figura 11- Vista aérea + área verde do Hotel Ritta Höppner



Fonte: <https://pitacosdocasal.com/2018/04/02/pitacos-no-hotel-ritta-hoppner-residencia-gramado/>



A figura 11 mostra o hotel rodeado por uma paisagem que garante a ambientação de serra, onde a área verde é composta de 10.000 m² de muitas árvores nativas e flores cuidadosamente preparadas para dar a impressão de um grande e acolhedor jardim no quintal de casa.

A arquitetura alemã é complementada pelos detalhes na decoração que também é destacada nos textos que apresentam os ambientes no site do Hotel, que dispõe de apartamentos e chalés que seguem a tendência europeia com bastante madeira, cores sóbrias e móveis clássicos. Outros espaços compõem o empreendimento: há um restaurante de comida típica alemã, Casa de vidro, espaços para eventos, mini casa para crianças com a mesma linguagem arquitetônica, e uma capela com todas as características do estilo bávaro descrito durante todo o estudo.

O site oficial (<https://www.rittahoppner.com.br/apartamentos>), destaca características como: “tradição, serviço impecável e um estilo arquitetônico inconfundível.”, reafirmando a ideia de que estas especificidades culturais preservadas em todos esses âmbitos, mesmo que intencionalmente, são corresponsáveis pelo sucesso do empreendimento.

Sobre as características externas da edificação, tem-se o telhado com a inclinação própria do estilo bávaro, já detalhado em outras descrições anteriores; a proposta conceitual é de um casarão da típica família europeia, com muitas janelas divididas em três alturas, o que faz supor três níveis de construção; a edificação fica ao centro de uma paisagem exuberante que compõe o clima “europeu” do lugar; à frente, tem-se um mastro com adornos que, é conhecido popularmente na



Alemanha como “Maibaum” (árvore de maio), que simboliza o começo da primavera na Europa e se trata de uma árvore com galhos cheios de enfeites regionais, brasões das cidades, figuras humanas e trajes típicos bávaros.

Figura 12- Hotel Ritta Höppner- (visão frontal)



Fonte: Site do Hotel Ritta Höppner

Sob a égide dos estudos culturais e do seu conceito teórico de representação que, segundo Hall (2016), está relacionado à produção de significados compartilhados na cultura, por meio da mobilização da linguagem, símbolos e signos para representar e atribuir sentidos particulares aos objetos, é possível depreender que as imagens divulgadas nos sites desses hotéis e os elementos textuais operam como significantes que produzem a ideia de que se hospedar nesses locais remetem a



sensações que podem ser experimentadas em hospedagens europeias. Nesse sentido, observa-se o efeito produzido por essas práticas de representação que imputam à singularidade do estilo arquitetônico de Gramado adjetivações ainda mais particulares, com o propósito de construí-la, culturalmente, como uma cidade europeia.

Nessa direção, apropriando-se de Hall (2000), quando o autor destaca que as identidades culturais são construídas dentro do fluxo discursivo, em locais, tempos históricos específicos e por determinadas iniciativas, lobriga-se o efeito dessas práticas de representação para construir para Gramado uma identidade cultural estribada sobre características do velho mundo. E, também, ao recorrer a Woodward (2000), quando a autora afirma que a identidade é construída a partir de uma marcação simbólica relativamente a outras identidades nacionais, depreende-se o propósito dessas práticas de representação, com vistas a produzir Gramado como um destino turístico de adjetivação europeia que a diferencie da identidade cultural do país, pautada em aspectos litorâneos e na tropicalidade.

É interessante ressaltar que ademais da arquitetura, as paisagens, as características climáticas também, segundo Dorneles (2001), as opções gastronômicas a partir das práticas de comensalidade e dos nomes dos restaurantes, como Grüne Alpen Pizzeria, II Piacere Ristorante, Le Petit Clos, entre outros, reforçam a construção simbólica de Gramado como uma cidade turística e europeia.



[...] estes imigrantes trouxeram consigo “valores étnicos” reforçados no imaginário social da cidade, como trabalho, o progresso e a ordem. Estes valores, de uma certa forma, estão fortemente relacionados com o turismo praticado em Gramado, mesmo antes de sua formação enquanto cidade, isto é, quando ainda era um vilarejo, bem como o contar da história que se oficializa nesta cidade. (DORNELES, 2001, p. 87).

Ainda a despeito do estilo bávaro, presente nas edificações tanto do Hotel Rita Höppner como no Hotel das Hortênsias, é imprescindível analisá-los, também, recorrendo-se às teorizações de Urry (2001) quando o autor destaca que na Pós - Modernidade existem, principalmente, três variantes arquitetônicas, sendo que para esse estudo, ganha relevância aquela que o autor nomeia como Pós – Modernista Vernacular, por estabelecer-se contra o estilo moderno, baseado na uniformidade e na generalização. Essa variante arquitetônica desenvolve-se pelo “desejo aparente, por parte das pessoas que vivem em determinados lugares, de conservar ou implementar edificações, pelo menos em seus espaços públicos, que expressem aquela localidade particular que elas vivem” (URRY, 2001, p.170).

A arquitetura Pós – Modernista Vernacular irrompe como uma estética arquitetônica que ganha apelo junto ao olhar do turista por instituir-se de forma antagônica e extraordinária com relação ao entorno, pois segundo Urry (2001, p170), “Quando as pessoas visitam lugares fora das grandes capitais e de outros centros de grande porte, o que elas acham



aprazíveis são aquelas edificações que parecem apropriadas ao lugar e que distinguem esse lugar de outros”.

Nessa direção, com base nesse autor, é possível inferir que, em Gramado, a exaltação da diferença, por meio da entronização do estilo bávaro nas edificações da cidade, visa atribuir à essa cidade uma singularidade, uma extraordinariedade para chamar a atenção do turista das mais diversas regiões do Brasil. Ademais, conforme Lasanski (2014), ao compreender a arquitetura, como um processo de recepção, representação, uso, espetacularização e comodificação de significados, que são, também, amplamente explorados por estratégias de marketing, depreende-se o valor simbólico, mercadológico das imagens e mensagens de divulgação desses hotéis analisados, com o intuito de incitar as pessoas a desenvolverem cobiça e expectativas com relação a essas opções de hospedagens, a fim de que elas convertam-se em potenciais hóspedes.

CONCLUSÕES

Por meio deste estudo, que teve como principal objetivo analisar como a arquitetura eurocêntrica da cidade de Gramado e a composição textual dos anúncios que promovem o lugar, influenciam no impulsionamento da atividade turística, e que foi mobilizado através de análises de materiais de divulgação turístico da cidade e de publicidade de hotéis, foi possível observar a presença massiva do estilo bávaro e enxaimel nas edificações da cidade com o intuito de atribuir para Gramado uma identidade turística associada a matrizes europeias.



Imprescindível salientar que o ensejo à implantação desses estilos arquitetônicos nessa cidade, deu-se, sobremaneira por iniciativas do Poder Público Municipal, a partir do movimento persuasório que estabeleceu, ainda no final da década de sessenta, junto aos representantes de estabelecimentos comerciais para que suas edificações fossem nesse estilo. E, ainda, na edificação do Pórtico da cidade nesse estilo e, principalmente, a partir da modificação no projeto arquitetônico do Cine Embaixador que, com a inclusão do estilo bávaro, passou a chamar-se Palácio dos Festivais.

A despeito dos materiais que compuseram o corpus analítico desse estudo e, principalmente, sobre as análises que acerca deles foram mobilizadas, viu-se que, também, tanto as agências de turismo como os hotéis utilizam o estilo bávaro como um significante para associar aos produtos turísticos de Gramado adjetivos europeus que visam criar a ideia de que seus visitantes terão a oportunidade de vivenciar experiências do velho mundo nesse destino sem viajar para o exterior.

Em todos os anúncios analisados, pôde-se observar que as linguagens utilizadas (imagens e textos) também trabalharam em prol de reforçar o conceito arquitetônico que predomina na cidade de Gramado. Há uma unanimidade linguística no que tange à semântica desses anúncios na promoção deste lugar, e uma “ideologia” de que a valorização de uma cultura específica através da preservação de uma arquitetura reconstruída, do paisagismo e dos costumes, pode garantir a manutenção e o aumento contínuo e lucrativo das atividades turísticas que foram ganhando cada vez mais adeptos ao longo dos anos.



Isso implica em discutir a questão dessa apropriação cultural que, a princípio, tinha o objetivo de manter o sentimento de pertencimento desses povos que colonizaram a cidade, e que, posteriormente, continuou ocorrendo de forma crescente perdendo essa proposta inicial de preservação da identidade, adquirindo, então, valor comercial e de atrativo turístico que garantem, também, sustentabilidade às famílias e aumento da potencialidade de visitação da cidade.

A linguagem dos anúncios analisados esteve alinhada à proposta arquitetônica da cidade e contribuiu com a imagem europeia de todas as edificações que compuseram o escopo deste estudo. Observou-se que o objetivo desse conceito germânico que prevaleceu nos projetos arquitetônicos e a insistência textual com ênfase na comparação entre um Brasil com aspectos “estrangeiros” e uma “Europa dentro de um país tropical”, contribuíram com o sucesso e a posição que a cidade ocupa em relação aos outros destinos menos visitados.

Ressalta-se ainda que, por meio desse estudo, vislumbrou-se a inter-relação que se estabelece entre arquitetura e atividade turística, pois ela atua sobremaneira na produção da extraordinariedade do lugar para atrair o olhar do turista. Este trabalho abre caminhos para que outros estudos sejam realizados sob a ótica de como os demais setores têm se favorecido com a manutenção dessa imagem que se observa através dos espaços naturais (paisagismo) e construídos ou reformados; traz possibilidades de analisar todos os dados estudados a partir da perspectiva dos moradores nativos ou que escolheram a cidade para residir e como



isso impacta direta ou indiretamente na vida daqueles que não vivem o turismo oferecido por diversas questões. Contribui para continuidade de outras pesquisas a respeito das relações que se estabelecem entre linguagem, turismo, arquitetura e apropriação cultural.



REFERÊNCIAS

- BARDOU, P. *Arquiteturas de Adobe*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- BRANDÃO, C. A. (novembro de 2020). Linguagem e Arquitetura: O problema do conceito. **Revista de Teoria de Arquitetura**. 2020.
- CANCLINI, N. G. O patrimônio cultural e a construção imaginária do social. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**. N. 23, p. 95-115, 1993. Disponível em: <<http://docvirt.com/docreader.net/DocReader.aspx?bib=reviphan&pagfis=8429>>. Acesso em 12 mar. 2019.
- COLIN, S. (06 de setembro de 2010). Técnicas construtivas do período colonial I. **Coisas de Arquitetura**. 2010.
- COSTA, L. (18 de setembro de 1995). "Considerações sobre arte contemporânea". in Registro de uma vivência. Em L. COSTA, **Considerações sobre arte contemporânea** (pp. 245-258). São Paulo: Empresa das artes. 1995.
- DAROS, Marília. Grãos: Coletânea Histórica. Porto Alegre: Palotti, 2008. 536p.
- DORNELES, Edson Bertin. **Gramado**: a produção e o consumo de uma imagem de cidade europeia no Brasil. 2001. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2001.
- FREITAS, L. L. de. **As festas regionais como pedagogias culturais**: um estudo sobre a Kuchenfest e o Rolantchê no município de Rolante – RS. 170 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Luterana do Brasil, Canoas, 2018.
- GRAMADO, P. M. (22 de setembro de 2022). Fonte: Malapronta Gramado: 2022. Disponível em: <https://malaprontagramado.com.br/dados-sobre-gramado/>
- GRAMADO, S. M. T. **Curso Capacitação para o Turismo**. Gramado, 2014. Material fornecido pela secretaria. Não paginado.
- GRAMADO, S.M.E. **simplesmente Gramado**. Gramado: [s.n.], 1987. 203p.
- HALL, Stuart. **Cultura e representação**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2016. 260p.
- _____. Quem precisa de identidade. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org.). **Identidade e diferença**: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. pp. 103-112.
- KÖHLER, A. F. Turismo cultural: principais tipos segundo a motivação dos turistas. **Ateliê Do Turismo**, N. 1, p. 8-30, 2019. Disponível em: < <https://desafioonline.ufms.br/index.php/adturismo/article/view/9008/7288>>. Acesso em: 18 set. 2022.



- LANSANKI, D. Medina. Introduction. In: LASANSKI, D. Medina; McLAREN, Brian: **Architecture and Tourism: perception, performance and place**. Nova Iorque: Berg, 2004 pp. 1-14.
- MUGERAUER JR., R. Architecture and Urban Planning: Practical and Theoretical Contributions. In: JAMAL, Tanzim; ROBINSON, Mike (orgs.). **The Sage Handbook of Tourism Studies**. Londres: Sage, 2009. pp. 290-313.
- PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO INTEGRADO-PDDI. (25 de setembro de 2022). Fonte: leismunicipais.com.br/a2/plano-diretor-gramado-rs.
- QUINTANS, Davide. **35 anos do Festival de Cinema: Memória Cultural**. Gramado: ACTG, 2008. 236p.
- RAMUSSEN, E. A. **Arquitetura Vivenciada** São Paulo: Martins Fontes. 1998.
- RH. Ritta Höppner Hotel. (03 de outubro de 2022). Disponível em: <https://www.rittahoppner.com.br/>
- RIGATTI, D. O turista, o morador e o uso do espaço urbano: interações espaciais em Gramado e Canela. **Paisagem e Ambiente**, 2002. pp. 69-107. Fonte: <https://doi.org/10.11606/issn.2359-5361.v0i16p69-107>.
- ROJEK, C.; URRY, J. TRANSFORMATIONS OF TRAVEL AND THEORY. In: _____. **Touring cultures: transformations of travel and theory**. Londres: Routledge, 1997. pp. 1-22.
- SCHOMMER, L. Turismo no RS: A presença histórica em Nova Petrópolis, RS. **X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. Caxias do Sul, 2013.
- URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel 3ªEd. Sesc, 2001.
- WEIS, S. **A Importância do Paisagismo para Arquitetura**. 2002. Disponível em: forumdaconstrucao.com.br: <http://www.forumdaconstrucao.com.br> (03 de outubro de 2022)
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma questão conceitual. In: SILVA, T. T. (org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000. pp. 7-72.

10

ARQUITETURA E URBANISMO COMO DINAMIZADORES PARA O TURISMO CRIATIVO EM JUIZ DE FORA (MG)

SANTA RITA, Larissa Carvalho

Bacharel em Ciências Interdisciplinar em Ciências Humanas pela Universidade Federal de Juiz de Fora.

FRAGA, Carla

Doutora em Ciências em Engenharia de Transportes pelo Programa de Engenharia de Transportes (PET) do Instituto Alberto Luiz Coimbra de Pós-Graduação e Pesquisa em Engenharia (COPPE) da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). Professora do Departamento de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF). Líder do Grupo de Pesquisa Transportes e Turismo (GPTT).

DEUTSCH, Simone Feigelson

Arquiteta e Urbanista, Doutora em Engenharia Civil, Pós-Graduação em Avaliações e Perícias de Engenharia e em Auditoria Ambiental, todos pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Professora do Departamento de Turismo e Patrimônio da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO). Conselheira do CAU-RJ).

ARQUITETURA E URBANISMO COMO DINAMIZADORES PARA O TURISMO CRIATIVO EM JUIZ DE FORA (MG)

Larissa Carvalho Santa Rita
Carla Fraga
Simone Feigelson Deutsch

O tema da arquitetura e urbanismo em interface com o turismo já foi alvo de vários estudos, tais como o de Socal, Fialho e Ceretta (2022) relativo a arquitetura icônica, notadamente o Edifício Copan em São Paulo, via percepções de usuários de Airbnb; o de Bloch (2017), que tratou a arquitetura do lazer, vazio urbano, ócio, entre outros.

Embora a arquitetura e o urbanismo não configurem uma das sete áreas temáticas (literatura, design, artesanato e folclore, filme, música, arte midiática, gastronomia) propostas pela Rede de Cidades Criativas (RCCU) - criada em 2004 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2022); e, Juiz de Fora em Minas Gerais - MG (Brasil) não seja considerada uma cidade da lista da RCCU, observa-se que: tanto os bens imóveis tombados juiz-foranos, quanto o município, podem se beneficiar da arquitetura e do urbanismo enquanto dinamizadores da relação entre turismo e criatividade.

Isto, pois a lista de bens imóveis da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage (FUNALFA) de 2021 apresentou 186 bens imóveis tombados, entre edifícios, estações, complexos, ruas etc que a partir de



noções, tais como: os estilos variados arquitetônicos ("ecléctico, *art nouveau*, *art déco* e modernista" - Prefeitura de Juiz de Fora, PJF 2020a, p.32) - podem contribuir para estratégias de cocriação de experiências turísticas criativas, a serem centradas no papel que a arquitetura e o urbanismo podem assumir para consolidar este destino turístico como *hub* na Região Turística Caminho Novo, da qual faz parte segundo o mapa do turismo brasileiro de 2022 (BRASIL, 2022).

Logo, o objetivo principal deste capítulo é analisar a relação entre turismo, arquitetura e urbanismo pelo bojo da criatividade em Juiz de Fora (MG). Já os objetivos específicos são: (a) Analisar o papel dos estilos arquitetônicos relativos a interface turismo, arquitetura e urbanismo; (b) Identificar como a arquitetura e o urbanismo podem ser dinamizadores do turismo criativo.

O estudo é exploratório, descritivo, de natureza qualitativa e foi realizado a partir de pesquisa bibliográfica para a composição de um referencial teórico sobre turismo, criatividade, arquitetura e urbanismo. Por outro lado, utilizou-se do suporte do *software* QGis para mapear a área de estudo.

O capítulo está dividido em três partes além da Introdução e das Considerações Finais, a primeira é sobre Cidades, Turismo, Arquitetura e Urbanismo, na qual se enfoca sobre estilos arquitetônicos a segunda aprofunda sobre criatividade e a terceira é sobre o objeto de estudo em si, permitindo o debate sobre a arquitetura e o urbanismo como dinamizadores para o turismo criativo em Juiz de Fora (MG).



Cidades, Turismo, Arquitetura e Urbanismo

Nos destinos turísticos, observa-se que a Arquitetura e Urbanismo comungam grande parte de suas interfaces em espaços públicos, e estes vem sendo entendidos como:

O espaço público, nos séculos XIX e XX tem sido definido de forma otimista como o espaço do coletivo, compreendido não como pertencente a um indivíduo, uma classe ou uma corporação, mas ao povo como um todo (GHIRARDO, 2002, p.45).

Já para entender os estilos arquitetônicos e sua importância na dinâmica dos centros urbanos, faz-se necessário analisar a formação das urbes, desde o início das ocupações das cidades, principalmente próximas a rios, iniciando o sedentarismo do ser humano e a criação de novas civilizações. Cada ocupação possui características e necessidades próprias, que como bem observa Lynch (2010) é grandiosa e um novo mundo, com novas experiências.

Conforme Schultz (2008) as cidades foram fundadas pela possibilidade do excesso, modificando a economia das antigas aldeias, exigindo a implantação de construções e de definições de usos. As cidades possuem suas marcas e construções características que lhes dão uma representatividade e que vão se alterando no decorrer do tempo e das necessidades de seus habitantes.

Para Glaeser (2016), as cidades têm sido os motores da inovação e criatividade desde a Grécia antiga. A formação da polis grega, limitada por muros e construída em áreas de aclave acentuado, principalmente a cidade de Atenas, gerou grandes pensadores como Platão e Sócrates,



relevantes até a presente data para a humanidade. Ainda, Glaeser (2016) caracteriza que as cidades desempenham grande importância no desenvolvimento, principalmente de mercados, culturas e novos pensamentos e ideias.

Quando se aborda o turismo, a discussão é sobre a cidade hospitaleira, que necessita ser acolhedora, afinal, como cita Grinover (2019), a cidade deve ser um lugar para quem mora e para quem visita. Os espaços públicos são estabelecidos para o uso de todos, e são nesses espaços que as grandes ideias se desenvolvem, fato muito bem apontado por Glaeser (2016 p.57) que reconhece que as cidades: “têm criado há muito tempo explosões intelectuais nas quais uma ideia inteligente gera outras”. Como exemplos: Atenas, como já citado, o Renascimento em Florença; a Revolução Industrial na Inglaterra; o desenvolvimento dos automóveis em Detroit; entre outros inúmeros exemplos que mudaram completamente o desenvolvimento do ser humano e conseqüentemente os espaços construídos e seus estilos arquitetônicos.

Finalmente, é possível definir a cidade, como articula Grinover (2019): uma organização espacial relacionada aos seus elementos ordenados, ou seja, a forma de vida e de soluções, e o urbano é a expressão de novas ideias e valores, ou seja, está relacionado a cultura e a sociedade.

Ainda, segundo Grinover (2019, p.227): “a cidade expressa maneiras de viver; representa a cultura de um grupo ou de grupos”, uma ordem social. Assim, observa-se que o patrimônio é fundamental na formação da identidade coletiva e é essencial para fomentar a sensação de pertencimento de seus moradores.



Aprofundando sobre o desenvolvimento das cidades nota-se que suas mudanças caminham junto com a história, da mesma forma, os estilos arquitetônicos auxiliam a entender o passado, e o estilo de vida nas diversas temporalidades. Logo, as construções contam a história e os costumes do seu povo de tempos em tempos, dessa forma, analisar os estilos arquitetônicos das edificações revelam culturas e modos de vida. Os detalhes construtivos dos principais estilos arquitetônicos desde o descobrimento e ocupação do Brasil são específicos no quadro 1:

Quadro 1. Estilos Arquitetônicos desde o descobrimento e ocupação do Brasil

Estilos	Descrição
Colonial	Possui elementos estruturais que remontam as construções em Portugal, fachada com cunhais de cantaria, sequência ritmada de esquadrias com vergas e sobrevergas curvas, normalmente pintadas em cor azul. Telhados cerâmicos aparentes com beirais. Esse estilo vigorou no território brasileiro do descobrimento até início do século XIX com a chegada da corte. Foi característico na arquitetura civil, diferente do que ocorria nas construções religiosas. No início de ocupação do território brasileiro, a construção das igrejas é um referencial, sendo que entre os séculos XVI a XVIII três estilos europeus marcaram as construções dessa tipologia sucessivamente, o maneirismo, o barroco e o rococó. O estilo barroco, muito encontrado nas igrejas mineiras, se caracteriza pela opulência na decoração interna, com preenchimento total das superfícies (paredes e tetos) e uso de materiais nobres, como madeira de lei, estuques recobertos com folha de ouro, mármore, entre outros. O estilo barroco utiliza o recurso da perspectiva e da teatralidade, criando altares e levando o frequentador ao retábulo principal do altar. Diante da necessidade de paredes para os adornos, as construções possuem poucas janelas ^(a) . O estilo rococó foi criado na França por volta de 1730, sendo uma reação contra o excesso aos ornamentos do estilo barroco. Ambientes com pé direito mais baixo, amplas janelas para entrada da luz natural, o douramento restringe-se aos ornatos, sendo as paredes com fundos lisos pintados, usualmente, de branco ou tom suave ^(a)



Neoclássico	Marcou o século XIX. Chegou ao Brasil em 1750 quando Marquês de Pombal enviou ao Brasil alguns arquitetos especialistas, tendo se implantado em definitivo com a transferência da família real em 1808. Possui como características a inspiração nas construções da Antiguidade Clássica: gregas e romanas, com uso de formas geométricas, retangulares e simétricas, presença de frontões triangulares nas fachadas principais, utilização de materiais mais sofisticados, como pedra, mármore e granito ^(b) Edificações simétricas e muitas construídas elevadas com acesso por escadas. O estilo neoclássico era adotado em vários tipos de construções, tanto em residências como em edificações de uso coletivo ^(c)
Eclético	Estilo que se inicia no final do século XIX e nas duas primeiras décadas do século XX, tendo origem na Revolução Industrial. Os avanços tecnológicos possibilitaram o desenvolvimento de novos materiais e novas técnicas, como o aço, o ferro forjado e o vidro. Se caracteriza pela valorização do luxo, do grandioso e da riqueza de detalhes utilizados e aplicados em uma mistura de estilos. Muitas vezes pode-se observar o uso de cúpulas. Esse estilo tem referências históricas diversas, associado a contemporaneidade da época ^(c)
Art Decó	Dominou as construções nas décadas de 1920 e 1930 na Europa e nos Estados Unidos, chegando ao Brasil. Se caracteriza pela simetria, simplicidade, repetição de elementos, linhas geométricas. Muitas construções possuem a presença de um relógio na fachada, indicando os tempos e movimentos da revolução industrial, e o topo das edificações era construído escalonado ^(c)
Modernista	Marcou o século XX com modificações profundas do espaço urbano. A arquitetura teve grande influência de Le Corbusier e dos preceitos da carta de Atenas, escrita no Congresso Internacional de Arquitetura Moderna (CIAM), que define a separação de quatro grandes usos: residencial, trabalho, lazer e circulação. Essa separação de usos foi possível em função do desenvolvimento dos automóveis que, na visão dos modernistas, facilitava a interligação dos espaços. Nas construções se destaca pelos elementos: pilotis, suspendendo o primeiro pavimento das edificações, janelas em fita com grandes vãos, uso de <i>brise soleil</i> e cobogós para melhorar a ventilação, edifícios livres e mais altos e o uso do concreto armado. No modernismo “não se pretendia um estilo a mais, mas uma abordagem de caráter sistêmico para os problemas da cidade e da arquitetura” (p.26) ^(c)



Contemporâneo	No final do século XX o movimento modernista passou a ser muito criticado, pois modificou muito as cidades, principalmente as áreas históricas ocupadas. O planejamento para os automóveis era essencial, e para tal foram projetadas grandes vias de tráfego com demolições de construções antigas, e deixando de fora os pedestres, conseqüentemente a rua e os parques ^(d) A separação de usos estabelecida se mostrou muito deficiente, assim como o uso do automóvel, altamente poluente, nesse período surge o estilo contemporâneo. No novo conceito “reciclar o território é mais inteligente do que o substituir” (p.13) ^(e)
---------------	---

Fontes: Elaboração própria a partir de: (a) Oliveira (2014); (b) Mendes, Veríssimo e Bittar (2011); (c) Guia da Arquitetura do Rio de Janeiro (2016); (d) Jacobs (2014); (e) Leite e Awad (2012).

A arquitetura e o urbanismo correspondem às exigências e necessidades do ser humano na sua história de civilização. Logo, a cultura e a criatividade imbricadas à arquitetura e ao urbanismo são ativos para cidades no cenário global de viagens e turismo. Ainda, atualmente, buscase a cidade inteligente que investe em tecnologia, sustentabilidade, multiplicidade de usos, acessibilidade e qualidade de vida. De acordo com Guedes, Soares e Rodrigues (2021, p. 19) “a evolução do conceito de cidade inteligente ao longo do tempo tem convergido para que se pense em um local inclusivo, seguro, resiliente, sustentável e baseado em tecnologias da informação”. Logo, a interface entre turismo e criatividade pode ter na arquitetura e urbanismo conexões relevantes para desenhos de novas tendências neste alvorecer do século XXI.

Turismo e a Criatividade: Em busca de conexões com a Arquitetura e Urbanismo

O objetivo desta parte do Capítulo é aprofundar sobre criatividade para que o turismo criativo enquanto expressão das mobilidades seja



discutido como algo mais amplo, ou seja em diálogo com os territórios criativos, as comunidades criativas, as cidades criativas e a própria ideia de cocriação no turismo. Para isso, é relevante resgatar a noção de Flórida (2011) sobre a ascensão da classe criativa, na qual o autor demonstra a revolução do mundo do trabalho, e como a criatividade não é uma particularidade apenas de artistas.

Ainda, se Flórida (2011) tinha mapeado nos anos 1990 a tendência de pessoas criativas se moverem para determinadas partes do globo terrestre e mudarem completamente seus estilos de vida na segunda década do século XXI, com a pandemia do COVID-19, iniciada em 2020 - e também a partir de fenômenos que antecede este marco, tal como o nomadismo digital - é possível notar que o desenvolvimento global a partir da criatividade investigado por esse autor rumo numa direção de ressignificação sobre o que de fato move e fixa as pessoas. Isso, inclui a prática do turismo e em certa medida a arquitetura e o urbanismo, mediados pelas novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs), imbricados no que vem sendo chamado de cidade inteligentes ou *smart cities*.

De outro lado, De Masi (2000) tratava de temas relacionados ao mundo do trabalho em interface com o tempo livre, especificamente o ócio na sociedade pós-industrial. Anunciava em sua obra "O ócio criativo" que os limites entre casa e trabalho iriam se diluir cada vez mais. Conforme Fraga e Feigelson (2021) a Pandemia de COVID-19 diluiu não só esses limites com o distanciamento social para conter o avanço do vírus (notadamente, para aqueles que puderam ficar em casa) mas também comprimiu tempo e espaço, trazendo à tona discussões sobre o papel da virtualidade e da ubiquidade.



Esses atravessamentos são explicitados nessa parte do Capítulo, pois a busca por conexões entre turismo, criatividade, arquitetura e urbanismo precisa considerar um mundo imbricado aos desafios de cocriar o presente e o futuro do turismo - orientado pelos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) e Agenda 2030 em 2015 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). Do ponto de vista da criatividade a Rede de Cidades Criativas da UNESCO (RCCU) criada em 2004 e também está alinhada com os ODS, conforme UNESCO (s.d.): "para promover a cooperação com e entre cidades que identificaram a criatividade como fator estratégico urbano sustentável (...)". Logo, cidades criativas têm como pressupostos o desenvolvimento urbano sustentável.

Por outro lado, observa-se que no século XXI, a cocriação tem se apresentado como um elemento diferenciador para os destinos turísticos, pois permite que a criatividade que surge das relações entre visitantes e visitados sejam colocadas no centro das experiências turísticas, e estas ativam o potencial de se tornarem ainda mais memoráveis. Então, se Richards (2010) apresentou para experiências de turismo criativo, a partir dos quatro verbos do inglês: (1) "Learning"- Aprendendo; (2) "Taste" - Provando; (3) "Seeing" - Vendo; (4) "Buying"- Comprando; para dinamizar o turismo criativo a partir da arquitetura e o urbanismo, são esses verbos que estarão orientando a apropriação relacional [e de cocriação] estabelecida no âmbito das cidades criativas que têm bens imóveis tombados que são expressivos para a arquitetura e urbanismo.

É nesse ponto, que o desenvolvimento sustentável urbano e a criatividade (notadamente, as sete áreas temáticas indicadas pela RCCU da UNESCO - literatura, design, artesanato e folclore, gastronomia, filme,



música, arte midiática podem ser o esteio necessário para que a arquitetura e o urbanismo, a partir da lista de bens imóveis tombados da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage - Funalfa (2021) que contém estilos arquitetônicos distintos entre si (vide Quadro 1) tornem a Arquitetura e o Urbanismo como dinamizadores do Turismo Criativo em cidades como Juiz de Fora em Minas Gerais. Um exemplo de articulação poderia ser as paisagens imaginadas através da literatura e que tomam formas numa visita a cidade, a partir da leitura das obras do memorialista Pedro Nava. A seguir é mais detalhado Juiz de Fora, enquanto caso de estudo.

Estudo sobre Juiz de Fora em Minas Gerais (MG)

Como mencionado na Introdução este estudo é exploratório e descritivo, de natureza qualitativa, sendo realizado a partir de um levantamento bibliográfico para a composição de um referencial teórico conceitual, como também da coleta e organização de dados secundários, que permitiram com o apoio do software QGis 3.8 Zanzibar, elaborar mapas para ilustrar o caso em questão (vide Figuras 1 e 2) sobre Juiz de Fora em Minas Gerais. Cumpre ressaltar que o município enquanto destino turístico:

Juiz de Fora sempre será um “caminho novo”. Em todos os sentidos. Essa é a marca de sua origem, que se transformou numa realidade a desbravar toda sua rica existência. Inclusive no setor de turismo, através de suas diversas manifestações: arquitetura, história, modernidade, cultura, urbanismo, natureza, gastronomia, hotelaria, lazer, negócios, educação, saúde e, acima de tudo, hospitalidade. Esta cidade se encaixa em todas estas possibilidades, e por isto é especial. E surpreendente (ALMAS in PJF, 2020a, s.p.).



Arquitetura e Urbanismo fazem parte da identidade constituidora de Juiz de Fora, que é uma cidade localizada na Zona da Mata Mineira, no Sudeste do país. Em termos de planejamento e gestão do turismo, pertence à Região Turística Caminho Novo, categorizada com o "B" no novo mapa do turismo brasileiro e assume um papel chave para o desenvolvimento turístico em âmbito municipal e regional (BRASIL, 2022).

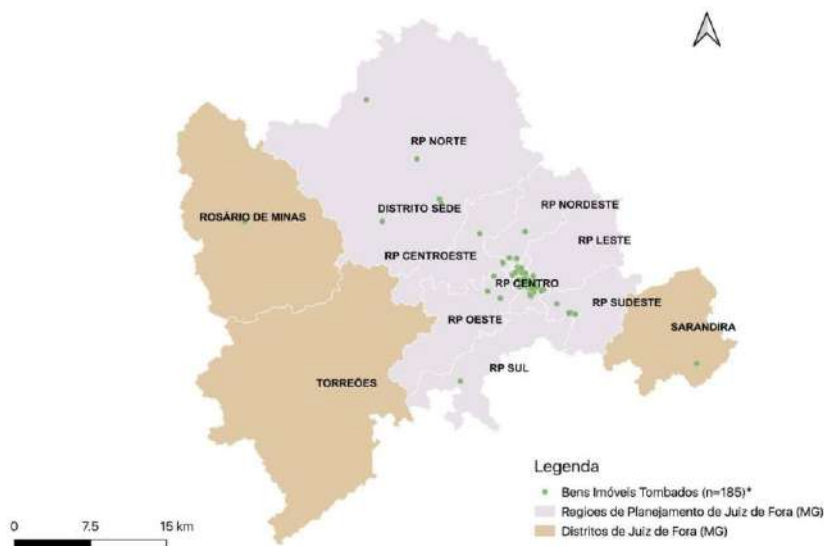
Em termos arquitetônicos e urbanísticos, Juiz de Fora, além de possuir sua paisagem marcada por "(...) estilos eclético, Art nouveau, Art déco e modernista (Oliveira apud 1994 apud PJF 2020a, p.29), também possui elementos temáticos sinalizados como relevantes pela RCCU (SANTA RITA, 2022); e, possui o Programa Juiz de Fora 2030 que - através da Resolução de n. 158 - alinha o município aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS) da Agenda 2030 (PJF, 2020b). A seguir é apresentado o estudo específico sobre Juiz de Fora.

Logo, sob a luz do planejamento e gestão do turismo, é relevante que do lado da oferta turística, sejam identificados recursos e atrações relativos às sete áreas apontadas pela RCCU (literatura, design, artesanato e folclore, filme, música, arte midiática, gastronomia - como foi realizado no trabalho de Santa Rita (2022). Isto, permitiu identificar que - em termos quantitativos - do ponto de vista temático é a gastronomia que dinamiza [ou tem potencial de dinamizar] o turismo criativo em Juiz de Fora. Já do ponto de vista geoespacial, há uma concentração de potencialidades para o turismo criativo, envolvendo as diversas temáticas, na região de planejamento (RP) Centro do município (SANTA RITA, 2022).



Agora, quando o tema é dinamizar o turismo criativo a partir da Arquitetura e Urbanismo, tendo em vista os 186 bens imóveis tombados pela Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage - Funalfa (2021), torna-se relevante avançar na perspectiva do entendimento sobre a natureza dos bens imóveis, que é variada em si, exemplos: edifícios, complexos, estações, ruas, etc.; suas características e enquadramentos em estilos de época igualmente distinto; assim como a distribuição destes pelas regiões de planejamento (RP) da cidade e pelos distritos. A figura 1 é um exercício inicial de cartografia, que visa uma orientação geoespacial sobre a distribuição dos bens imóveis tombados pela Funalfa (2021):

Figura 1. Turismo, Arquitetura e Urbanismo em Juiz de Fora a partir dos Bens imóveis tombados

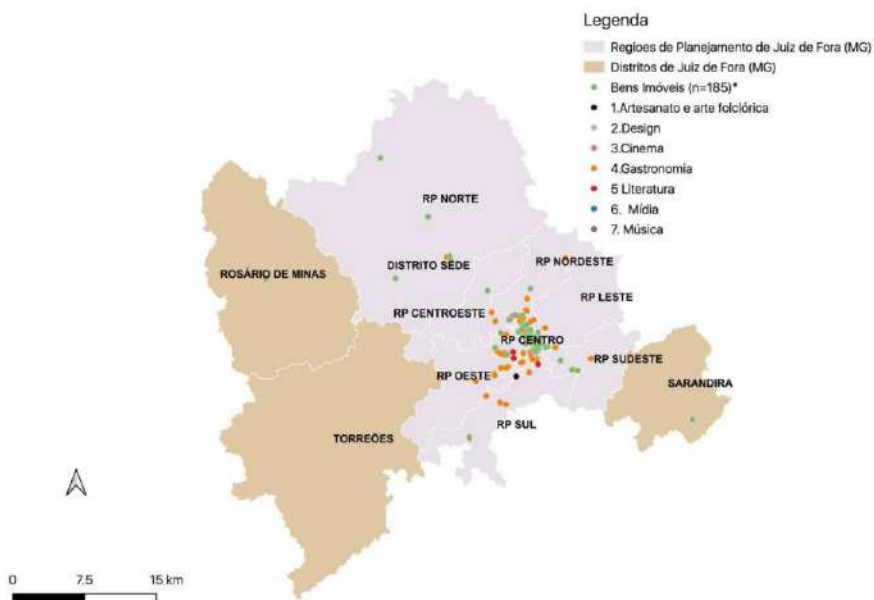


*A lista da FUNALFA atualizada em 24.08.2021 apresentava 186 bens tombados, contudo o de n.110 Pilares da Antiga Ponte não foi localizado para inserção no presente mapa. Fonte: Elaboração própria a partir QGIS Zanzibar 3.8 coleta de dados e consultas à Funalfa (2021), Santa Rita (2022), PJF (2021).



As estratégias de cocriação de experiências turísticas criativas, a ser centradas no papel que a arquitetura e o urbanismo podem assumir para consolidar Juiz de Fora como um destino turístico *bub* na Região Turística Caminho Novo, perpassa pela mesma lógica encontrada por Santa Rita (2022) qual seja, há uma concentração de oferta geoespacial de bens tombados na Região de Planejamento (RP) do Centro. A figura 2 é elaborada com base nos dados de Santa Rita (2022) e com base nos dados da figura 1, justamente para evidenciar esta argumentação:

Figura 2. A Arquitetura e o Urbanismo em Juiz de Fora como dinamizadores do Turismo Criativo



*A lista da FUNALFA atualizada em 24.08.2021 apresentava 186 bens tombados, contudo o de n.110 Pilares da Antiga Ponte não foi localizado para inserção no presente mapa. Fonte: Elaboração própria a partir QGIS Zanzibar 3.8 coleta de dados e consultas à Funalfa (2021), Santa Rita (2022), PJF (2021).



Como mencionado, se para Richards (2010) o turismo criativo, implica atividades tais como: (1) "Learning"- Aprendendo; (2) "Taste" - Provando; (3)"Seeing" - Vendo; (4) "Buying"- Comprando; e dinamizar o turismo criativo a partir da arquitetura e o urbanismo em Juiz de Fora (MG) poderia e deveria ser um exercício de cocriação entre visitantes e visitados, o alargamento do próprio espaço turístico para além da Região de Planejamento Centro é uma oportunidade relevante de diálogo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), já que as concentrações geoespaciais (da arquitetura e urbanismo, identificadas neste trabalho, e da gastronomia identificada no trabalho de Santa Rita - 2022) poderiam servir de catalisadores para distribuição geográfica para outras regiões de planejamento da cidade. Assim, a formatação de produtos e serviços de turismo criativo (baseados em: (1) "Learning"- Aprendendo; (2) "Taste" - Provando; (3)"Seeing" - Vendo; (4) "Buying") envolvendo a arquitetura e urbanismo em Juiz de Fora como diferencial poderiam - com o suporte da oferta gastronômica local - criar um diálogo entre os bens imóveis tombados (listados pela Funalfa (2021) localizados na RP Centro e outras regiões da cidade e distritos (vide Figura 2), demonstrando as várias facetas desta cidade, que indubitavelmente é emblemática - por sua arquitetura e urbanismo - para a Região Turística na qual está inserida, vide o seu nome "Caminho Novo".

Considerações Finais

Esse estudo de caráter exploratório, descritivo e de natureza qualitativa teve como objetivo geral analisar a relação entre turismo,



arquitetura e urbanismo, considerando a criatividade e tendo como enfoque Juiz de Fora (MG).

Uma das principais limitações foi não ter identificado fontes primárias para definir os estilos arquitetônicos com a finalidade de determinar a relação entre as áreas temáticas da RCCU da UNESCO e o subconjunto dos bens imóveis tombados representantes de cada um dos estilos. Futuros trabalhos devem investigar e esmiuçar isto, pois produtos e serviços poderão ser desenhados em função de um turismo criativo dinamizado pela arquitetura e urbanismo em Juiz de Fora.

Por outro lado, avanços epistemológicos em termos de planejamento e gestão também poderão ser definidos, uma vez que descobertas quanto a relação entre concentrações e/ou dispersões geoespaciais de estilos poderão ser notadas, levando a discussão do que processos de cocriação do turismo criativo levaria o turista a aprender sobre as várias temporalidades relativas a Arquitetura e o Urbanismo em Juiz de Fora (MG). Por fim, o presente trabalho avança, em perspectiva interdisciplinar e epistemológica, a medida que oferece respostas para além do objeto da pesquisa e contribui para que o Turismo Criativo possa ser repensado também a partir da temática Arquitetura e do Urbanismo.



REFERÊNCIAS

BLOCH, L. L. A arquitetura do lazer: desenhar os espaços para a fruição do tempo e para a convivência social. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**; v. 4 n. 1, jan./abr. 2017 | Dossiê Equipamentos de Lazer; p.43-51.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa do Turismo Brasileiro 2022**. Disponível em <<https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>> Acesso em 11 de setembro de 2022.

DE MASI, D. **O Ócio Criativo**. (3.ed.) Sexante, 2000.

FLORIDA, R. **A ascensão da classe criativa: e seu papel na transformação do trabalho, lazer, comunidade e cotidiano**. Tradução de Ana Luiza Lopes. Porto Alegre: L&PM Editores, 2011.

FRAGA, C.; DEUTSCH, S.F. **Transformações urbanas, transporte e turismo no Brasil: perspectivas para o pós-pandemia**. Cidades Vacinadas: Ensaios urbanos e ambientais para um Brasil pós-pandemia, 2021, p.150.

FUNALFA. **Lista de Bens Tombados**. Atualização em 24.08.21. Disponível em <https://www.pjf.mg.gov.br/administracao_indireta/funalfa/patrimonio/arquivos/bens_tombados_17092021.pdf> Acesso em 11 de setembro de 2022.

GLEASER, E. **O triunfo da Cidade**. São Paulo: Editora Itajubá, 2016.

GHIRARDO, D. **Arquitetura Contemporânea**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

GRINOVER, L. Nós, a Cidade, a Hospitalidade. **Revista Rosa dos Ventos** v.11. n.1 - p. 227.2019.

GUEDES, A.L.A.; SOARES, C.A.P.; RODRIGUEZ, M.V.R. **Smart Cities, Cidades Inteligentes nas Dimensões: Planejamento, Governança, Mobilidade, Educação e Saúde**. Ebook, 2021 – Disponível em <https://smart.rio.br/wp-content/uploads/2021/04/E_BOOK-SMART_CITIES-2020-UFF-UNISUAM-RBCIH> Acesso em 11 de outubro de 2022.

PMRJ. **GUIA DA ARQUITETURA DO RIO DE JANEIRO**. Publicação da Prefeitura do Rio de Janeiro, Secretaria Municipal de Cultura. Rio de Janeiro: Editora Bazar do Tempo, 2016.

JACOBS, J. **Morte e Vida de Grandes Cidades**. São Paulo: Editora Martins Fontes, 2014.



LEITE, C.; AWAD, J. C. di M. **Cidades Sustentáveis, Cidades Inteligentes**. São Paulo: Editora Bookman, 2012.

LYNCH, K. **A Boa Forma da Cidade**. Edições 70, Ltda. 2010.

MENDES, C.; VERÍSSIMO, C.; BITTAR, W. **Arquitetura no Brasil, de Dom João VI a Deodoro**. Rio de Janeiro: Editora Imperial, Novo Milênio, 2011.

OLIVEIRA, M.A.R. **Maneirismo, Barroco e Rococó na arte religiosa**. Sobre a Arte Brasileira. São Paulo: SESC, 2014.

PJF (2021). Prefeitura de Juiz de Fora. **Desenvolvimento Territorial**. Disponível em <https://www.pjf.mg.gov.br/developimentodoterritorio/plano_diretor/apresentacao.php> Acessado em 19 outubro de 2022.

PJF (2020a). Prefeitura de Juiz de Fora. **Plano Municipal de Turismo Juiz de Fora 2020**. Disponível em <https://www.pjf.mg.gov.br/turismo/arquivos/plano_turismo/plano_municipal_de_turismo.pdf> Acesso em 11 de setembro de 2022.

PJF (2020b). Prefeitura de Juiz de Fora. **Resolução n. 158 SEPLAG**. Publicada em: 14/07/2020 às 00:01. https://www.pjf.mg.gov.br/e_atos/e_atos_vis.php?id=76972

QGIS. Disponível em <https://qgis.org/pt_BR/site/>. Acesso em 11 de setembro de 2022.

RICHARDS, G. Tourism development trajectories - from culture to creativity? Encontros Científicos - **Tourism & Management Studies** Nr.6, 2010. Disponível em <tmstudies.net/index.php/ectms/article/viewArticle/131>. Acesso em: 10 outubro de 2022.

SANTA RITA, L.C. **Turismo Criativo e Desenvolvimento Sustentável: Perspectivas e desafios de planejamento e gestão para Juiz de Fora (MG)**. Trabalho de Conclusão de Curso. Bacharelado em Turismo. Universidade Federal de Juiz de Fora. 2022.

SCHULZ, S. H. **Estéticas Urbanas, da pólis grega à metrópole contemporânea**. Rio de Janeiro: Editora LTC, 2008.

SOCAL, A.J.S.; FIALHO, A.B.; CERETTA, C.C. A hospedagem compartilhada em arquiteturas icônicas: Uma análise do Edifício Copan em São Paulo, SP. **Turismo - Visão e Ação**; v. 24, n. 1. janeiro/abril; 174-193. 2022.

UNESCO. **Creative Cities**. 2022. Disponível em <<https://en.unesco.org/creative-cities/>>. Acesso em 11 de setembro de 2022.

INFRAESTRUTURA PARA O TURISMO EM MUNICÍPIOS DE PEQUENO PORTE: O CASO DO AR LIVRE ECOTURISMO NO MUNICÍPIO DE ANCHIETA/SC

11

ULIANA, Cilto

Graduado em Arquitetura e Urbanismo e especialista em Arquitetura de Interiores pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). É Técnico de Obras Civas na empresa Mavigesso, município de Maravilha.

MAZIERO, Celí

Graduada em Arquitetura e Urbanismo e especialista em Engenharia de Segurança do Trabalho pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc). Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - PPGDR da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR), na Linha de Pesquisa em Ambiente e Sustentabilidade. É Arquiteta e Urbanista da Prefeitura Municipal de São Miguel do Oeste, leciona no curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade do Oeste de Santa Catarina (Unoesc), campus de São Miguel do Oeste, e é especialista na área da Acessibilidade.

INFRAESTRUTURA PARA O TURISMO EM MUNICÍPIOS DE PEQUENO PORTE: O CASO DO AR LIVRE ECOTURISMO NO MUNICÍPIO DE ANCHIETA/SC

Cilto Uliana
Celí Maziero

Oturismo é uma atividade em que pessoas visitam atrativos de um determinado lugar, município ou região. Dentre esses atrativos podem ser citadas as paisagens naturais, esportes radicais, festas, eventos culturais e de negócios, monumentos, espaços históricos e museus. O desenvolvimento do turismo é consequência da quantidade de visitantes que frequentam tais municípios, contribuindo para o seu crescimento econômico através da geração de emprego e renda (principalmente em hotéis, pousadas e restaurantes) e oferta de serviços básicos para os turistas (como hospedagem e alimentação). Além disso, outros setores da economia também podem ser beneficiados com o turismo, como os comércios e prestações de serviços.

Segundo Barretto (2003), o turismo é definido como o tempo de permanência, o caráter não lucrativo das visitas e a procura do prazer dos turistas, em que as pessoas almejam livre escolha de prazer e espontânea vontade.

Há diversas formas de turismo como pode ser visto nos próximos tópicos, mas aproximando-se da área de recorte de estudo, percebe-se que



a macrorregião do Extremo Oeste do estado de Santa Catarina possui grande potencial turístico pelas características naturais e culturais nela presentes. Nesse contexto, destacam-se como principais atrativos naturais as fontes hidrotermais, as belas paisagens e os locais para prática de esportes radicais como, por exemplo, os cânions, cachoeiras, corredeiras e rampas de voo livre. Entre os atrativos culturais estão as tradições italiana, alemã e gaúcha, além dos museus que retratam a colonização da região.

Assim como no estado catarinense, o município de Anchieta também possui importantes locais turísticos: a Rota dos Cânions, o Birrífico Frisanco (cervejaria artesanal), a Trilha das Piscinas Naturais, Voo de Balão e parapente, bem como outra rota de visitação denominada “Encantos e Sabores de Anchieta”, frequentados por turistas de diversos municípios da região e inclusive visitantes internacionais que se encantam com as belezas naturais existentes no território anchietense.

No município em questão, o Ar Livre Ecoturismo enquadra-se como uma agência de turismo responsável pela maioria dos seus atrativos, sendo o pioneiro em levar o turismo para o município de Anchieta. Esse é o local de chegada dos turistas que buscam os passeios guiados e também onde são repassadas informações acerca de outros atrativos presentes no entorno. Tal agência oferece como atividades de lazer a Rota dos Cânions, a Trilha das Piscinas Naturais e o Voo de Balão. Há também um restobar em anexo (Ar Livre Restobar) com serviços de restaurante e bar para os turistas, e o Ar Livre Hostel para hospedagem.



Portanto, o presente artigo tem como objetivo identificar e analisar a infraestrutura necessária para o desenvolvimento e fortalecimento do Turismo Rural nos municípios de pequeno porte, tendo como foco de estudo o município de Anchieta/SC.

METODOLOGIA

A metodologia aplicada para este artigo caracteriza-se como de natureza e/ou abordagem qualitativa e com enfoque descritivo. Para Strieder (2009, p. 45), a pesquisa qualitativa “é um tipo de pesquisa que se preocupa com a utilização de diferentes técnicas interpretativas para descrever, codificar, explicar e compreender os vários componentes de um fenômeno ou problema de pesquisa sempre envolto em um sistema complexo de significados”. Em outras palavras, classifica-se como uma pesquisa cuja base é a compreensão, descrição, análise e identificação dos valores coletados, baseado na interpretação dos fatos, ao invés da sua mensuração.

O caráter descritivo, por sua vez, é considerado por Matias-Pereira (2012), como tendo o objetivo de descrever as características inerentes ao grupo ou fenômeno, ou determinar as relações entre variáveis, havendo a padronização de técnicas para a coleta de dados. Visa observar, registrar, analisar e relacionar os fatos sem manipulá-los, acompanhando a frequência com que ocorrem, sua natureza, aspectos e conexão com os demais fenômenos (CERVO; BERVIAN; SILVA, 2007).

Com o intuito de favorecer o levantamento das informações para atingir o foco da pesquisa, utilizam-se como técnicas de coleta de dados a



análise documental através de livros, artigos, sites específicos e demais acervos vinculados à temática em questão.

Além disso, também foi realizada visita *in loco* na área de estudo do Ar Livre Ecoturismo, bem como entrevista semiestruturada com Anderson Cavasin (proprietário da empresa), de modo a conhecer a localidade e os serviços oferecidos.

De acordo com Cervo, Bervian e Silva (2007), a entrevista é muito mais do que uma conversa, busca recolher através de interrogatório dados para a pesquisa, que não são encontrados em registros e fontes documentais, mas que podem ser concedidos pelos entrevistados. Nesta pesquisa utiliza-se a entrevista semiestruturada por auxiliar no entendimento da realidade e dos elementos divulgados pelo informante. “É a que parte de certos questionamentos básicos, apoiados em teorias e hipóteses, que interessam à pesquisa, e que, em seguida, adiciona-se a uma grande quantidade de interrogativas, fruto de novas hipóteses que surgem no transcorrer da entrevista” (SEHNEM, 2016, p. 43). Portanto, a entrevista permite o contato direto entre o pesquisador e o informante.

Por fim, para a interpretação dos dados coletados empregam-se análises descritivas baseadas nas informações proferidas pelo entrevistado.

TURISMO

O turismo pode ser considerado uma atividade em que as pessoas visitam outros lugares, fora do seu espaço de habitação, tendo por objetivo buscar alternativas de lazer e diversão, bem como conhecer diferentes paisagens, histórias e culturas.



Segundo Sancho (2001), a Organização Mundial do Turismo (OMT) define o turismo como as atividades realizadas em viagens voltadas ao lazer, negócios ou similares. Nesse contexto, o turismo consiste no deslocamento de pessoas que deixam temporariamente seu lugar de residência para visitar outros locais, utilizando uma série de equipamentos e serviços implementados para esse tipo de visitação, cuja operação é um negócio (GRABURN; BARRETO; STEIL, 2009).

A atividade turística também pode ser considerada uma indústria de exportação de uma região ou nação até o local de destino, impulsionando o aumento da renda e favorecendo a geração de emprego. Assim, o turismo está diretamente relacionado aos aspectos econômicos, pois contribui para a elevação do Valor Agregado Bruto (VAB) da região receptora. Os gastos dos turistas não se limitam apenas à diária de um quarto de hotel ou pousada, mas a uma variedade de serviços e bens de consumo como, por exemplo, alimentação, transporte, entretenimento e excursões, favorecendo o aumento da demanda na região ou país receptor, que caso contrário, não existiria (SANCHO, 2001).

Corroborando com a presente análise, Graburn, Barreto e Steil (2009) destacam que os negócios turísticos iniciam no local de origem, quando os turistas se dirigem a uma agência de viagens ou de transportes para comprar um pacote turístico ou uma passagem; continuam quando os visitantes chegam ao seu destino e utilizam o transporte local, acomodações, alimentação, rede de diversões e lojas; e prosseguem quando voltam para seus lares e levam suas fotografias para revelação em uma loja do bairro ou da cidade.



No Brasil os grandes desafios para o desenvolvimento do turismo são a preservação do meio ambiente, a qualidade dos serviços prestados e a capacitação profissional em larga escala e em todos os níveis. Atualmente, existe no país o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur) que trabalha em um planejamento estratégico denominado “Política Nacional do Turismo”, iniciado em 1996 e que continua em vigência (TRIGO, 2000).

Outrossim, Seabra (2001) ressalta que a Política Nacional do Turismo tem como diretrizes básicas a proteção do patrimônio natural, a divulgação e promoção dos valores culturais, o incentivo ao turismo interno através da construção de meios de hospedagem mais simples (favorecendo a redução dos custos das viagens internas) e o estímulo ao turismo para o exterior do país.

Apesar dessas medidas incentivadoras, o preço cobrado pelas viagens turísticas e hospedagens ainda são elevados, além da insegurança e preconceito existente em alguns lugares do país, refletindo nos olhares da população que vive no exterior (SEABRA, 2001).

Neste sentido, o Brasil apresenta atualmente um cenário de dificuldades e possibilidades. O país tem uma economia com grandes distorções sociais, mas apesar disso, vastas áreas possuem potenciais para a exploração turística, possibilitando o desenvolvimento do turismo, hotelaria, gastronomia e entretenimento em larga escala (TRIGO, 2000).

No estado de Santa Catarina os contrastes geográficos e histórico-culturais privilegiam o turismo local que é composto de uma variedade de destinos, roteiros e programas disponíveis durante todo o ano. Ao longo dos 560Km de litoral há cenários de belíssimas praias, pacatas vilas de



pescadores, balneários de intensa vida noturna, mar azul, dunas com areia branca, tranquilas lagoas e a vegetação de restinga. Avançando o continente adentro, a mudança da paisagem é surpreendente, com bosques de Mata Atlântica, florestas de araucárias, campos, vales com rios sinuosos, corredeiras, cachoeiras e fontes de águas termominerais. Já a serra catarinense é a escolha de muitos turistas que optam pelo frio intenso, com picos próximos a 2.000m de altitude e um dos raros locais em que ocorre neve no Brasil. Essas paisagens de incrível beleza, geralmente localizadas nas proximidades dos centros urbanos, se completam com a infraestrutura das cidades ou com o acolhimento dos recantos rurais (ZOTZ; KAISER, [20--?]).

Zotz e Kaiser ([20--?]) também apontam que a população catarinense é formada pela mistura de diferentes povos descendentes de portugueses, alemães, italianos, afrodescendentes, indígenas, poloneses, austríacos, ucranianos e outros povos. Devido a tal miscigenação, os municípios do estado em questão preservam a história e a cultura dos antigos colonizadores e povos nativos, tendo seu legado marcado na arquitetura, na culinária, no folclore e nas festas tradicionalistas. A hospitalidade é uma característica marcante dos catarinenses, presente desde os grandes hotéis até as mais simples pousadas familiares, demonstrando a qualidade na rede hoteleira, bons serviços, comércio diversificado e culinária farta e variada (ZOTZ; KAISER, [20--?]).

Santa Catarina se divide em 10 regiões turísticas definidas pelas suas afinidades geográficas, econômicas e histórico-culturais: Caminho dos Príncipes, Vale Europeu, Grande Florianópolis, Encantos do Sul, Costa Verde e Mar, Caminho dos Canyons, Grande Oeste, Caminhos da



Fronteira, Serra Catarinense e Vale do Contestado (ZOTZ; KAISER, [20--?]). A macrorregião do Extremo Oeste de Santa Catarina é abrangida pelas rotas turísticas Grande Oeste e Caminhos da Fronteira.

Para Backes, Rossi e Silva (2016), a Rota do Grande Oeste é marcada pelas características rurais e tradições culturais descendentes de colonização italiana e alemã. Um ponto forte é o ecoturismo que contempla trilhas naturais em meio à vegetação nativa, levando às belas cachoeiras e parques ecológicos com infraestrutura, pesque-pague e atrações infantis. Outras atrações como o turismo rural, gastronomia, museus e festas típicas também fazem parte dessa rota.

Já a Rota dos Caminhos da Fronteira é representada pelo ecoturismo, esportes de aventura e pela diversidade étnica. No ecoturismo, a beleza selvagem, dos cânions, cachoeiras e mata nativa, condiciona a prática de esportes de aventura como trekking, rapel, pescarias, tirolesa, arvorismo, parede de escalada, muro de travessia e canoagem. Ademais, as tradições dos imigrantes alemães, italianos e poloneses se juntam aos gaúchos, paranaenses e argentinos, formando uma rica diversidade cultural (BACKES; ROSSI; SILVA, 2016).

Zotz e Kaiser ([20--?]) complementam essa análise ao afirmarem que o Extremo Oeste de Santa Catarina é composto por uma variedade de atrações. Na culinária existem as oferendas da mesa farta, chucrutes alemães, pierogis poloneses, churrascos gaúchos e macarronadas italianas. Nos eventos culturais estão os rituais indígenas do Kiwi e as festas europeias da Oktoberfest. Na história e cultura, o foco turístico está no maior museu rural da América Latina, no Marco dos Três Estados e dois países, além das agitadas noites em boates com frutas tropicais, e festas



com pão assado em forno de barro iluminadas com lampião a querosene. No turismo rural há banhos em rios, cavalgadas por montanhas, bebida de cachaça diretamente de um engenho de cana e as tranquilas composições musicais do campo. No Ecoturismo as atrações são os mirantes em meio à mata nativa, grutas escondidas, tesouros arqueológicos e a maior cratera em largura formada pelo impacto de um meteoro do planeta. A macrorregião supracitada também dispõe de bons hotéis e pousadas familiares, possui um mosaico de cores e povos, de paisagens e histórias, favorecendo o turismo para todos os gostos (ZOTZ; KAISER, s.d).

Diante do exposto, observa-se que o Extremo Oeste Catarinense está localizado em uma região privilegiada para o desenvolvimento do turismo brasileiro, com ricas belezas naturais e culturais, além do expressivo potencial a ser explorado através das suas paisagens, práticas de esportes de aventura, costumes, festas populares e da vida no campo.

Tipologias de turismo

Conforme Tulik (2003) existem diversas modalidades de turismo que se dividem de acordo com suas categorias de atividades. Porém, neste artigo destacam-se o Turismo Rural, Ecoturismo, Turismo de Aventura, Turismo Cultural e Agroturismo, por serem tipologias marcantes na região de abrangência da pesquisa.

O turismo está amplamente presente no meio rural devido à busca pelo descanso e sossego, vivência no campo, espaços naturais e prática de esportes de aventura na natureza.



Assim, o Turismo Rural pode ser definido como o conjunto de práticas turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometidas com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio arquitetônico, da cultura e da natureza ali existente (TULIK, 2003; MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

No Brasil, o Turismo Rural possui diversificadas ofertas de acomodações, equipamentos e serviços, geralmente concentrados nas regiões Sul e Sudeste, decorrentes da herança cultural. No estado de Santa Catarina, tais tipologias são encontradas em fazendas marcadas pelas heranças culturais alemãs, italianas, portuguesas e austríacas. Muitas fazendas transformaram-se em pousadas e hotéis-fazenda que oferecem gastronomias típicas, manifestações culturais locais e regionais, bem como hospedagens com participação dos turistas nas atividades rotineiras da propriedade (TULIK, 2003).

O Turismo Rural também engloba o Ecoturismo, o Turismo de Aventura, o Turismo Cultural e o Agroturismo, presentes no meio rural (TULIK, 2003).

O Ecoturismo é o turismo na natureza desenvolvido com baixo impacto ambiental, contribuindo para a manutenção de espécies e habitats naturais. Tem como objetivo a preservação do meio ambiente, cuja fonte de renda às comunidades locais provém da valorização e proteção das áreas de vida selvagem (FENNEL, 2002). Em outras palavras, “é um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do



ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021, p. 9).

Paralelo ao Ecoturismo há o Turismo de Aventura que possui algumas atividades conjuntas ao Ecoturismo. Tal tipologia é caracterizada como uma atividade de lazer ao ar livre que se classifica em: observação da natureza; observação da vida selvagem (pássaros e baleias); produtos de aventura aquática (canoagem e passeios de caiaque); produtos de aventura em terra (caminhadas e escaladas); produtos de aventura de inverno (trenó de cães e esqui na neve); e produtos de aventura no ar (balonismo, parapente, safaris aéreos, bungee jump e paraquedismo). Apesar dessa definição, é clara a distinção de Ecoturismo (observação da natureza e observação da vida selvagem) e de Turismo de Aventura (produtos de aventura aquática, em terra, de inverno e no ar) (FENNEL, 2002).

Outra tipologia de turismo existente é o Turismo Cultural, que está inserido no conteúdo e base cultural encontrada nos espaços rurais (TULIK, 2003), compreendendo as atividades turísticas vinculadas ao conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021).

E por fim, o Agroturismo, que é mais uma subdivisão do Turismo Rural, tendo foco em atividades agrícolas e pecuárias, que conforme Tulik (2003) são desenvolvidas pela própria organização familiar, onde há a presença dos proprietários.

Portanto, o turismo no espaço rural é consequência das atividades culturais e agrárias, dos esportes de aventura e da natureza preservada, abrangendo uma diversidade de modalidades turísticas disponibilizadas



para inúmeras faixas etárias. Afinal, tais ambientes transmitem aos turistas a tranquila vivência no campo e a exploração da natureza para o Ecoturismo e esportes de aventura.

Conhecendo a região

O município de Anchieta/SC localiza-se na macrorregião Extremo Oeste do estado de Santa Catarina, Brasil (Figura 1). Seu nome originou-se do trabalho dos padres Pedro Rubin e Afonso Correia que realizavam pregações pelo atual território anchietense, semelhantes aquelas do Padre José de Anchieta. Por esse motivo, o município que foi emancipado em 20 de março de 1963, recebeu o nome de "Anchieta" (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022).

Figura 1 - Localização do município de Anchieta, Santa Catarina, Brasil



Fonte: Abreu (2006).



Sua colonização teve início entre as décadas de 1940 e 1950, porém, nesse período já existiam famílias caboclas residindo nas atuais comunidades de Linha Medianeira, Santa Rita, Camargo, Gaiola e Sete de Setembro. Com a chegada da Colonizadora Pinho & Terras Ltda, as terras do município foram separadas em colônias e vendidas para famílias de agricultores imigrantes (em sua maioria do estado do Rio Grande do Sul) e as famílias caboclas que não tinham dinheiro para comprar suas próprias terras foram expulsas do território (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022).

A partir da década de 1950 inicia a chegada de imigrantes italianos vindos de outros municípios da região e do estado do Rio Grande do Sul em busca de terras para o cultivo e sustento de suas famílias, bem como para a extração de madeira, formando assim a maior parte da atual população anchietense. Na década de 1980 o município chegou ao seu auge populacional com aproximadamente 11.000 habitantes, do qual 75% da população residiam na zona rural (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022). O município possui cerca de 6.380 habitantes, de acordo com o censo de 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), tendo como base econômica a agricultura (com destaque para o cultivo de milho, feijão, soja e fumo) e pecuária (criação de suínos e gado de leite) (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022).

Turismo no município de Anchieta/SC

Nos últimos anos, o turismo anchietense vem se destacando através das suas paisagens naturais e do seu relevo acidentado,



caracterizados pelo expressivo potencial turístico para a prática do Ecoturismo e do Turismo de Aventura.

Atualmente são 117 cachoeiras catalogadas, favorecendo a prática de esportes de aventura, com foco no canionismo (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022).

O Ar Livre Ecoturismo é a principal empresa que trabalha com turismo no município, com ênfase no ramo do Ecoturismo (Rota dos Cânions e Trilha das Piscinas Naturais) e Turismo de Aventura (Voo de Balão), sendo que já ofereceu voos de parapente (modalidade interrompida no momento, mas com potencial para retornar às atividades).

Conforme entrevista realizada com Anderson Cavasin, o município de Anchieta começou a receber turistas no ano de 2015 com a fundação da empresa Ar Livre Ecoturismo. O número de turistas que visitam os atrativos do município aumentou no decorrer dos anos, chegando a uma média de 1.100 turistas por ano em 2018. São em média 24 turistas que frequentam o passeio da Rota dos Cânions, geralmente aos sábados e domingos no período vespertino, totalizando aproximadamente 192 pessoas por mês. Além disso, em média 10 turistas visitam a caminhada da Trilha das Piscinas Naturais, que ocorre geralmente uma vez por final de semana no período matutino, totalizando cerca de 40 pessoas por mês. A cada 4 finais de semana por ano também são realizados Voos de Balão, isto é, 4 voos de 12 passageiros por final de semana, correspondendo a 192 turistas para essa atividade por ano. A grande maioria dos turistas é da macrorregião Extremo Oeste de Santa Catarina,



sendo 16% do município de São Miguel do Oeste, 8% do município de Chapecó, 6% do município de Maravilha, 3% do município de Guaraciaba e, o restante, em menor quantidade, de outros municípios do entorno. Uma pequena parcela são visitantes estrangeiros de vários países do mundo como, por exemplo, Argentina, Uruguai, Paraguai, Colômbia, Venezuela, Honduras, Estados Unidos, Suécia, Portugal, Áustria, Suíça, Alemanha, Polônia, França, Turquia, Israel, China e Tailândia. Dos turistas que procuram hospedagem, observam-se principalmente casais com até 3 filhos, grupos de até 3 casais, ou grupos maiores que acampam no local (CAVASIN, 2019).

Ainda de acordo com o entrevistado, do total de turistas que contratam os serviços do Ar Livre Ecoturismo, 68% são mulheres e 32% são homens. Quanto à faixa etária, 47% possuem entre 25 e 34 anos, 28% entre 18 e 24 anos, 17% entre 35 e 44 anos, e 8% de outras faixas etárias. Ademais, destaca-se que os dois principais tipos de visitantes são os que preferem fazer registros fotográficos e aqueles que optam pelas caminhadas, banhos de cachoeira e prática de esportes radicais (CAVASIN, 2019).

Além do Ar Livre Ecoturismo existe outros atrativos turísticos no município de Anchieta como, por exemplo, o Birrifico Frisanco (cervejaria artesanal), o West Music Pub (casa de shows) e ainda o roteiro turístico “Encantos e Sabores de Anchieta” (rota de Turismo Rural).

A cervejaria artesanal tem seu conceito inspirado na história da imigração italiana e na tradição da família do proprietário, apresentando ao consumidor cervejas especiais premiadas mundialmente e a



possibilidade de novas experiências (BIRRÍFICO FRISANCO, 2022). O nome da cervejaria originou-se de um vilarejo localizado na Itália denominado de “Freidank”, cujo significado é “livre pensador, o que pensa livremente”, sendo reforçado pelo slogan “Cerveja com história” (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022).

O West Music Pub é uma casa de shows de ambiente agradável e aconchegante, com temática rústica inspirada nas tradicionais casas de shows Irlandeses, com apresentação de estilos musicais variados (MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022).

O roteiro “Encantos e Sabores de Anchieta” é uma rota turística da Associação Anchietaense de Turismo (ANCHIETUR), apoiada pelo SEBRAE, cujo objetivo é potencializar o turismo no município de Anchieta por meio de novos produtos turísticos com o referido roteiro: artesanatos, café colonial, visitas em propriedades rurais e trilhas ecológicas.

Empreendimentos turísticos no contexto da arquitetura e do urbanismo

A arquitetura e o urbanismo desempenham importante papel no desenvolvimento do turismo, afinal, correspondem aos lugares que os turistas frequentam, usufruindo de seus equipamentos, infraestruturas, acomodações, alimentação e lazer.

Além das atrações naturais do próprio sítio (praias, montanhas e florestas), a presença da arquitetura e do urbanismo também se evidencia como um marco histórico que só o lugar pode contar. Os ambientes



construídos têm duas ordens: os construídos sem propósito turístico (legado da história, cultura, arquitetura e urbanismo), e os construídos para esse fim (onde as atividades tendem a atrair os visitantes e promover seu retorno) (VARGAS, 2014).

Com isso, Vargas (2014) relata que as obras arquitetônicas que compõem os locais de visitação, sejam pelas atividades que desenvolvem (quando o ambiente   estimulante e acolhedor) ou pela própria arquitetura a ser experimentada, transformam-se em ícones de atra o turística. Do ponto de vista do urbanismo, o cuidado com a qualidade dos espaços públicos e da gestão urbana (sinaliza o, segurança, transporte e conforto) reflete o nível de hospitalidade esperada pelos visitantes (VARGAS, 2014).

De acordo com Paiva (2014), o ícone urbano e arquitetônico   associado   imagem do edifício ou de um espaço urbano, correspondendo a artefatos materiais essenciais na produ o e consumo do espaço turístico. O aspecto est tico dos ícones se manifesta em sua linguagem arquitetônica ou urbana, podendo ser estendida ao complexo urbano, como praças, parques, logradouros e esplanadas. As características espaciais naturais (topografia do terreno e paisagens naturais) em conjunto com os ambientes construídos, também possuem aspecto ic nico (objeto e imagem) que são utilizados como atrativo turístico (PAIVA, 2014).

Neste sentido, Vargas (2014) ressalta que o turismo   uma atividade consumidora de espaço e os impactos na paisagem são causa e efeito do mesmo processo, cujo objetivo   atrair e acomodar os turistas. Tal condi o destaca a arquitetura e o urbanismo como participantes do



turismo, na qual as estratégias de atuação na gestão, no planejamento e na intervenção do território, requerem um estudo aprofundado. Como exemplo pode ser citado o resgate da memória ou busca pelo novo, o abrigo de atividades ou experiência sensorial a ser experimentada, ou até mesmo ícone a ser visitado ou colecionado, fornecendo insumos para as mais amplas áreas de atuação do turismo (VARGAS, 2014).

Desta forma, os empreendimentos turísticos são reflexos da exploração dos potenciais turísticos construídos para atender a demanda de uma determinada localidade, servindo como prestação de serviços e geração de emprego e renda, além de possibilitar diferentes opções de lazer e diversão. Entre esses tipos de empreendimentos destacam-se as edificações de hospedagem, de alimentação e de lazer.

Neste contexto, Soares (2012) afirma que as atividades turísticas contemplam os produtos e os atrativos, sendo compostos por bens e serviços que são associados aos empreendimentos de hospedagem, estabelecimentos de alimentação, meios de transporte, produtos típicos locais, equipamentos de lazer e entretenimento, preservação do meio ambiente, serviços de segurança e saúde, e infraestrutura urbana e viária, que juntos fazem parte da cadeia produtiva do turismo. O conjunto desses elementos condiciona a qualidade do destino e do produto turístico, atuando como diferenciais na competitividade das atrações turísticas (SOARES, 2012).

Ademais, os serviços de hospedagem e alimentação são as principais necessidades do ser humano, portanto, é fundamental dispor de



locais de abrigo e de consumo de alimento nos lugares em que as pessoas se estabelecem. Com isso, a hotelaria pode ser considerada uma indústria de serviços que oferece hospedagem, conforto, segurança, alimentação e atividades de lazer, isto é, necessidades de descanso e alimentação às pessoas fora de sua residência. Há também os serviços específicos de alimentação que objetivam oferecer refeições, bem como serviços de lazer e entretenimento que focam no prazer e na diversão ao alcance de todos (SOARES, 2012).

No que se refere aos empreendimentos turísticos existentes no meio rural do estado de Santa Catarina, ressalta-se que geralmente são gerenciados pelos proprietários das respectivas terras e suas atividades estão integradas à dinâmica da produção familiar que mantém as atividades agropecuárias. Predominantemente são de pequeno porte (com áreas entre 10 e 50 hectares) e em sua maioria estão em fase inicial, ou seja, ainda não estão totalmente consolidadas. Entre as atividades desenvolvidas por esses empreendimentos destaca-se a alimentação, que agrega restaurantes, café colonial e venda de produtos; as atividades de lazer, que compõem trilhas, pesque-pague e cavalgadas; e as hospedagens representadas por pousadas e campings (TORESAN; MATTEI; GUZZATTI, 2002).

Em relação a este quesito, é oportuno mencionar a existência de agências de turismo que realizam negócios no setor turístico, com a finalidade de organizar, distribuir e divulgar serviços e pacotes turísticos. A elas cabe a operação de viagens e excursões, individuais ou coletivas,



associadas à contratação e execução de programas, roteiros e itinerários (SOARES, 2012).

Agência de turismo ar livre ecoturismo e suas diversas atividades

O Ar Livre Ecoturismo é a única agência de turismo existente no município de Anchieta, sendo a responsável pela maioria das atividades turísticas da localidade.

Conforme Glamping (2017), o Ar Livre Ecoturismo foi a empresa pioneira no Ecoturismo e no Turismo de Aventura do Extremo Oeste Catarinense. Essas atividades começaram em 2006 quando o proprietário Anderson Cavasin iniciou uma busca pelas belezas naturais de Anchieta, resultando na fundação da agência de turismo que oferece produtos turísticos de qualidade e diferentes experiências de vida em cada atividade realizada pelos visitantes.

O terreno da empresa está situado na zona rural do município de Anchieta, a aproximadamente 4Km do perímetro urbano da cidade (área central), às margens da SC 161 no Km 43 (Figura 2).

As principais vias de acesso a Anchieta são a SC 305 e a SC 161, rodovias com pavimentação asfáltica. Já o acesso secundário para o município é pavimentado com pedras irregulares. Apenas o trecho da SC 161 entre o trevo da SC 305 e o acesso secundário para a cidade possui calçadas laterais para circulação de pedestres.



Figura 2 - Localização do Ar Livre Ecoturismo



Fonte: Adaptado de Google Maps (2022).

O terreno em que se localiza a empresa possui relevo variando de plano a moderadamente acidentado, com cerca de 7m de desnível. Chegando ao local há dois caminhos: um que leva para o Ar Livre Hostel e outro para o Ar Livre Restobar, que são as principais edificações existentes no lote. Também há uma pequena construção que serve para depósito, um lago (construído artificialmente como bacia de retenção das águas pluviais que escoam do próprio terreno e de terrenos situados do



outro lado da SC 161), uma piscina anexa ao restobar (de uso privativo da família proprietária), uma estação meteorológica, espaços para estacionamento, lugar apropriado para acampamento, cabanas de hospedagem, espaço com bancos e fogueira, além de árvores nativas de diversas espécies (Figura 3).

Figura 3 – Sede da empresa Ar Livre Ecoturismo



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2021).

Dentre as principais atividades turísticas oferecidas pela empresa estão a Rota dos Cânions, a Trilha das Piscinas Naturais, o Voo de Balão, o Ar Livre Restobar, o Ar Livre Hostel e as cabanas de hospedagem.

A Rota dos Cânions foi o primeiro pacote de experiências apresentado pelo Ar Livre Ecoturismo. O passeio é uma verdadeira aventura com duração de 5 horas, percorrendo 40Km entre asfalto e estrada de pavimentação rudimentar (GLAMPING, 2017). É realizado



geralmente nos finais de semana, no período vespertino, podendo ser oferecido em qualquer dia da semana, mediante agendamento. Há duas formas de transporte na Rota dos Cânions: o visitante pode optar por fazer o percurso de carro próprio (por um preço menor) ou se aventurar nas Kombis conversíveis da própria agência (com teto aberto), adquirindo uma experiência mais próxima da natureza (Figuras 4 e 5). A rota passa por vários pontos turísticos de Anchieta, visitando mirantes naturais, um jaboticabal nativo, trilhas e cachoeiras (Figura 6).

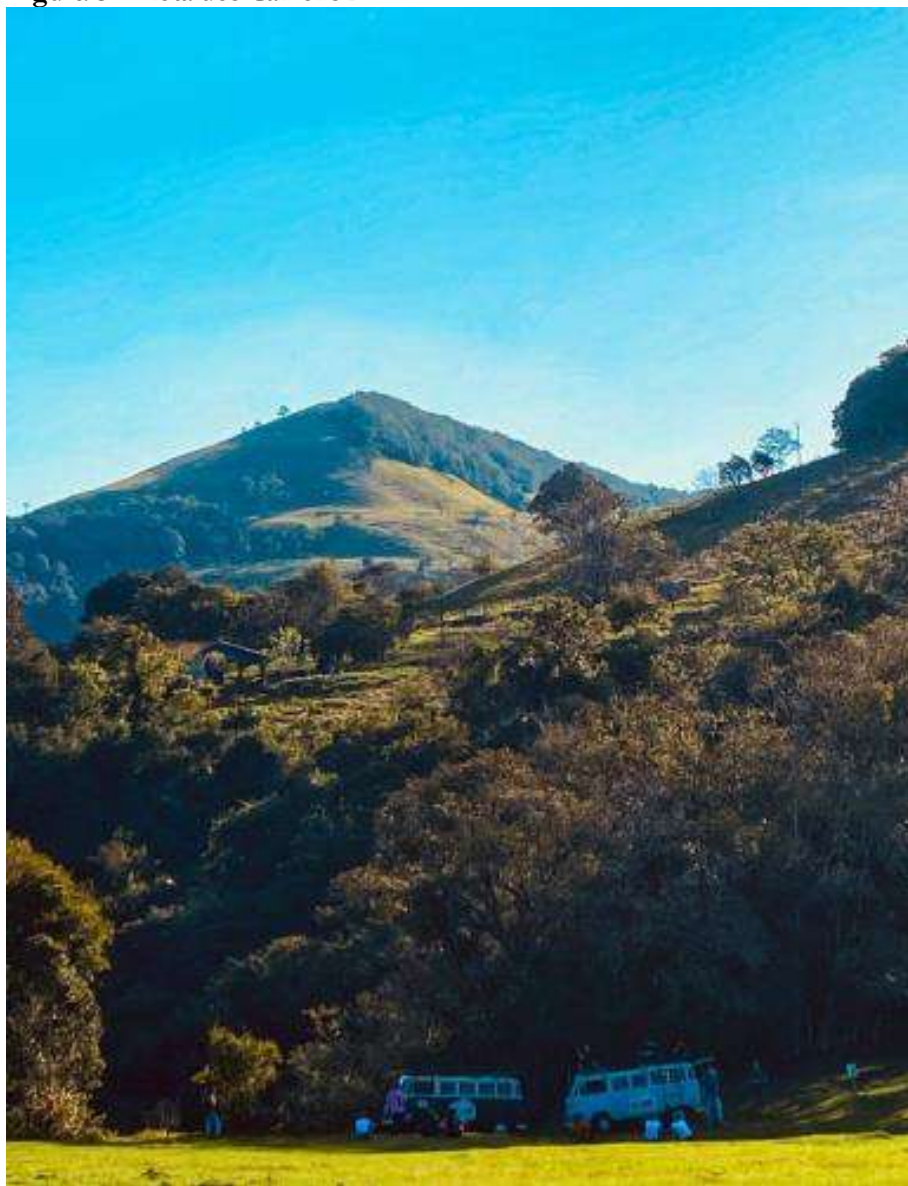
Figura 4 – Rota dos Cânions 1



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).



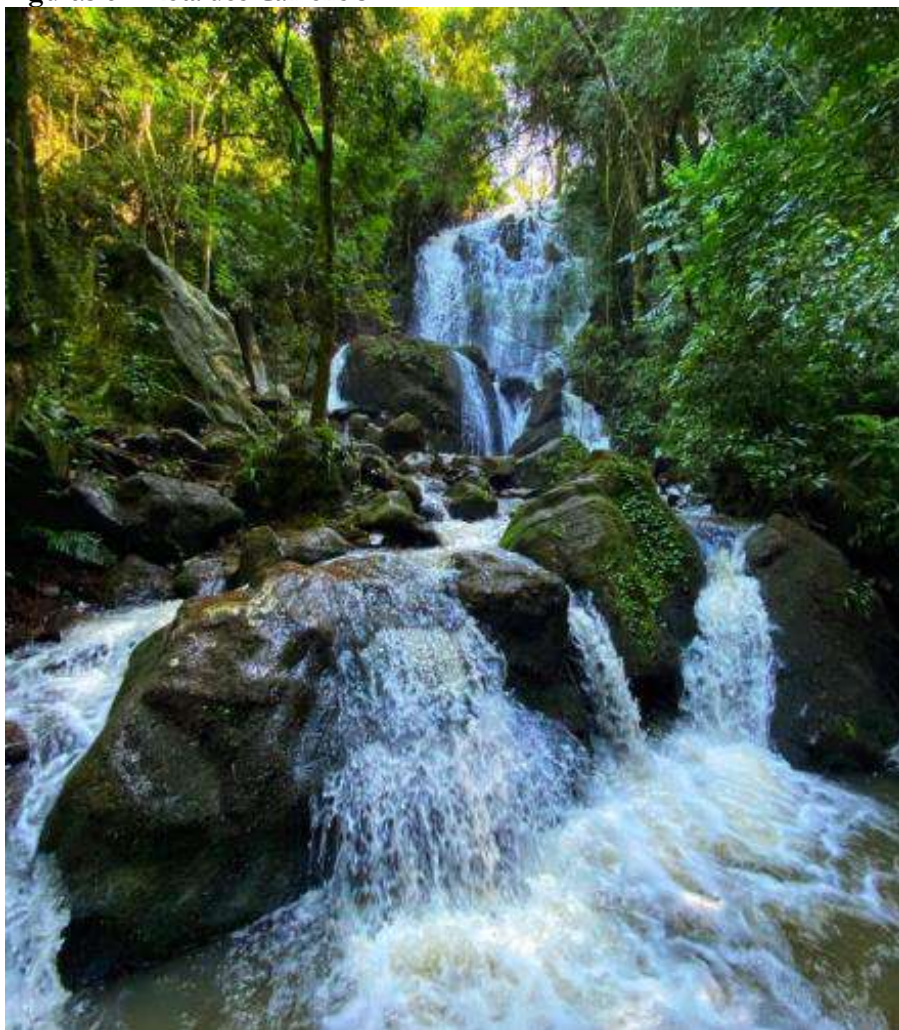
Figura 5 – Rota dos Cânions 2



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).



Figuras 6 – Rota dos Cânions 3



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).

Outro atrativo de destaque da agência de turismo é a Trilha das Piscinas Naturais. O transporte até a trilha é realizado com as mesmas kombis utilizadas na Rota dos Cânions, possibilitando boas experiências de vida e momentos de entretenimento em contato com a natureza.



Ocorre aos finais de semana, no período matutino, também podendo ser disponibilizado em qualquer dia da semana, mediante prévio agendamento. É um percurso guiado com aproximadamente 3.400m de trilha em meio à vegetação nativa, onde é possível observar a fauna e a flora, as exuberantes árvores e admirar as belezas naturais de 7 cachoeiras e 5 piscinas naturais formadas no Arroio Primeiro de Janeiro (Figuras 7, 8 e 9) (GLAMPING, 2017).

Figura 7 – Trilha das Piscinas Naturais 1



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).



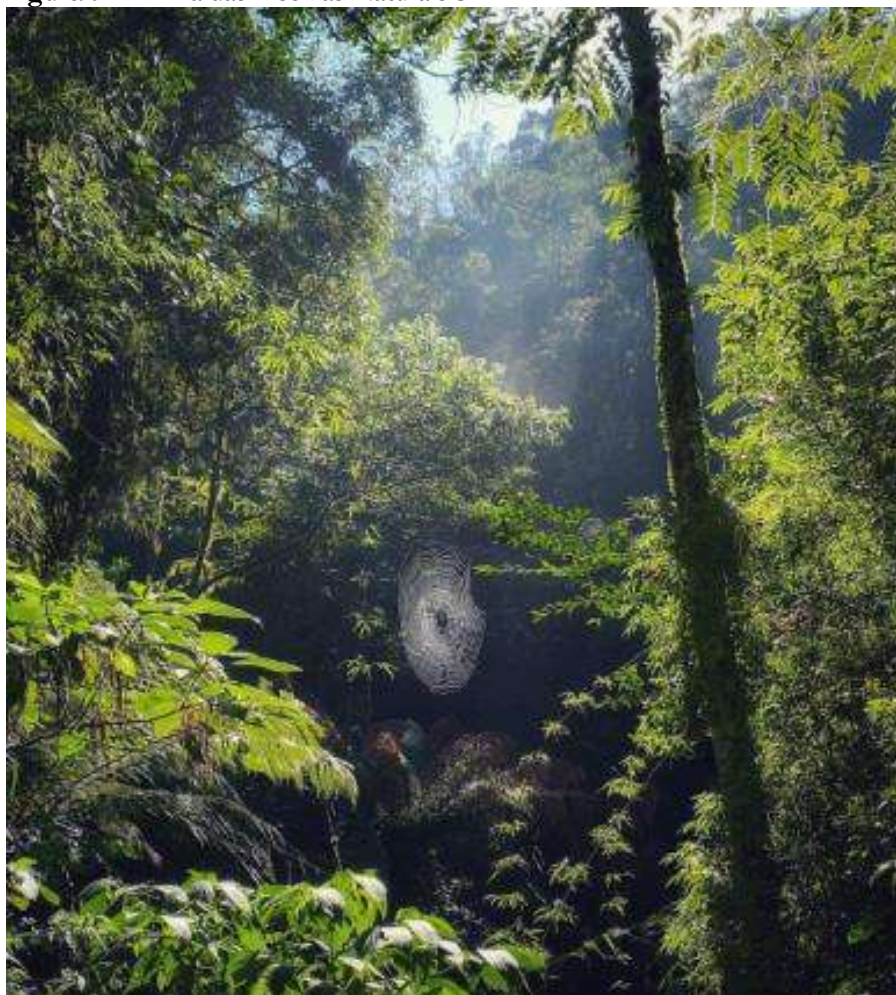
Figura 8 – Trilha das Piscinas Naturais 2



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).



Figura 9 – Trilha das Piscinas Naturais 3



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).

O Voo de Balão é uma atividade relacionada ao Turismo de Aventura e enquadra-se como mais um atrativo do Ar Livre Ecoturismo, com duração de 1 hora de voo. A decolagem ocorre em alguns finais de semana por ano, sendo às 6h e às 16h (início e final do dia), horários em



que as condições atmosféricas são mais favoráveis para a realização dessa atividade (Figuras 10 e 11).

Figura 10 – Voo de balão 1



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).

Figura 11 – Voo de balão



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).



O local de decolagem é o campo do Clube Floresta, situado na área central do município de Anchieta. O balão tem capacidade para 12 passageiros, sendo movido com ar quente e com a direção do vento, sobrevoando os céus de Anchieta (Figuras 12 e 13).

Figura 12 – Vista do voo de balão



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022).

Ar, terra, água e fogo. Voar de balão significa entrar em sintonia com esses quatro elementos que regem a natureza, cruzando os céus embalados pelo sopro dos ventos. Está assim composta uma harmoniosa sinfonia, que dá a cada voo um tom poético como se fosse a primeira vez a bordo do balão [...]. Tudo começa ao nascer do sol. O balão, depois de ligado ao cesto, é desenrolado e, com a ajuda de uma potente ventoinha é enchido de ar frio tomando a sua forma. Depois chega a altura de aquecer os 5000 m³ de ar com os potentes queimadores para que o balão comece a subir. Talvez seja fácil de adivinhar o que se sente ao entrar para aquele pequeno cesto, mas é indescritível o sentimento que nos atinge após a suavíssima decolagem. É a partir daqui que começa a realização de um verdadeiro sonho. Voa-se



suavemente sem o mínimo de trepidação, por cima de montes e vales, rios, vinhas e pinhais, cumprimentam-se as pessoas que trabalham nos campos e vêem-se animais como coelhos e lebres e até por vezes javalis. Não se dá conta que o tempo passou. A magia do passeio rapidamente chega ao fim, ao chegar a lugares no campo perto de um caminho de terra batida (GLAMPING, 2017 p. 1).

Figura 13 – Decolagem do voo de balão



Fonte:Ar livre Ecoturismo (2021).



Diante do exposto, percebe-se que o Turismo Rural pode ser explorado em diferentes municípios brasileiros, inclusive naqueles de pequeno porte, possibilitando aos visitantes experiências sensoriais enriquecedoras através do contato com a natureza. Porém, juntamente a tais sensações, os empreendimentos turísticos devem oferecer condições de conforto, segurança e hospitalidade durante as atividades realizadas no local.

Para isso, se fazem necessárias estratégias de planejamento, gestão, organização e intervenção dos espaços, de modo a proporcionar melhor aproveitamento do terreno e do potencial turístico ali existente. Como exemplo, podem ser citados: lote com localização próxima a área central do respectivo município e com vias de acesso pavimentadas; passeios guiados com definição do tempo estipulado para o cumprimento do percurso, bem como do período e/ou dias da semana a serem realizados e do agendamento prévio; atividades alternativas que permitam ser praticadas em diversas condições climáticas e estações do ano; roteiro de visitas e atrações turísticas de qualidade, com serviços de hospedagem, alimentação e lazer; transporte apropriado ao roteiro de visitação pré-estabelecido (se for o caso) e que ofereça conforto e segurança aos usuários; trajetos em que seja possível visualizar as belezas naturais da fauna e da flora; aproveitamento do terreno tirando partido da declividade, desnível, orientação solar e ventos predominantes; e ampla divulgação do



itinerário previsto pelo empreendimento turístico (até mesmo nas redes sociais).

Além dos pacotes turísticos apresentados, a empresa conta com o Ar Livre Restobar, isto é, um bar e restaurante que serve almoço com comida caseira, tipicamente italiana, cozinhada no fogão a lenha. Também dispõe de bebidas como refrigerantes, sucos, cerveja e chopp artesanal, além de lanches e porções. É um espaço rústico que possibilita admirar o pôr do sol através de decks de madeira e grandes aberturas (Figuras 14 e 15).

Figura 14 – Ar Livre Restobar 1



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2021)



Figura15 – Ar Livre Restobar 2



Fonte: Ar livre Ecoturismo (2022).

Outra edificação existente no local é o Ar Livre Hostel, uma pousada familiar construída em madeira aparente reutilizada de demolição, com varanda/garagem, recepção, sala de televisão, banheiro e um dormitório no pavimento térreo. No pavimento superior há um dormitório compartilhado que se abre para duas sacadas. Esta edificação é semelhante a um chalé e possui características tradicionais italiana, observadas nos mobiliários e na sua volumetria (Figura 16). Aos fundos dessa pousada, em uma área gramada, é realizado o encontro final dos turistas que se aventuram na rota dos cânions. Este momento é marcado pela confraternização dos participantes, com lanches caseiros e próximos



a fogueira, rodeada por suas belezas naturais, incluindo um inesquecível por do sol (Figuras 17, 18 e 19).

Figura 16– Ar Livre Hostel



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022)

Figura 17 – Ar Livre Hostel contato com a natureza



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022)



Figura 18 – Confraternização e contato com a natureza



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2022)

Figura 19 – Contato com a natureza



Fonte: Ar livre Ecoturismo (2022).



Por fim, destacam-se as novas cabanas de hospedagem executadas no ano de 2021, seguindo um estilo rústico com vista para paisagens formadas pelo fundo de vales e por do sol, sendo que uma delas possui inclusive banheira (Figuras 20, 21 e 22).

Figura 20 – Cabanas de hospedagem 1



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2021).



Figura 21 – Cabanas de hospedagem 2



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2021).



Figura 22 – Cabanas de hospedagem 3



Fonte: Ar Livre Ecoturismo (2021).



As atividades turísticas oferecidas pela empresa Ar Livre Ecoturismo também contribuem para o crescimento e desenvolvimento econômico do município de Anchieta, uma vez que, atraem turistas de variadas localidades da macrorregião do Extremo Oeste de Santa Catarina e seu entorno, bem como estrangeiros.

Quanto à arquitetura, no Turismo Rural comumente se observa a apropriação de materiais típicos da região, com fachadas compostas por traços e elementos volumétricos característicos da colonização local, fortalecendo ainda mais as lembranças culturais. No caso do Ar Livre Ecoturismo, as primeiras construções foram baseadas no estilo italiano, com cobertura de duas águas marcada por inclinação mais acentuada. Enquanto isso, as edificações executadas mais recentemente apresentam um estilo arquitetônico contemporâneo. Porém, independente da época de construção, todas usam materiais rústicos e aparentes, na sua forma natural, tendo como revestimento de destaque a madeira.

Outro aspecto a ser evidenciado corresponde à disposição das edificações no terreno, de modo a possibilitar a visibilidade da paisagem natural e o aproveitamento das condições climáticas, tendo como ponto focal o nascer e o pôr do sol.

Além disso, quanto melhor a qualidade do serviço prestado, maior é a possibilidade de ampliação do itinerário turístico, geração de emprego e renda, e conseqüentemente de desenvolvimento econômico e cultural do respectivo município e região.



CONCLUSÃO

A partir das análises realizadas, conclui-se que a infraestrutura para o turismo nos municípios de pequeno porte, destaca-se como elemento imprescindível para o estímulo ao Turismo Rural. O estado de Santa Catarina, por exemplo, é marcado pela existência das belas paisagens naturais e das características culturais da colonização dos municípios, favorecendo a criação e o aperfeiçoamento de diversas modalidades de atividades turísticas, tais como eventos culturais, eventos de negócios, festas típicas, prática do ecoturismo e de esportes de aventura.

Além disso, a procura por atividades turísticas em locais distantes dos centros urbanos expande o turismo para as áreas rurais, na qual é possível encontrar tranquilidade e refúgio através das suas belezas naturais e alternativas de práticas do Ecoturismo e do Turismo de Aventura. Tais áreas também são marcadas pela hospitalidade familiar e pelas heranças da cultura e da colonização do povo que ali habita, favorecendo a promoção e expansão do Turismo Rural.

Ademais, percebe-se que nessa tipologia de turismo, uma das formas de atrair ainda mais visitantes é oferecendo produtos e artefatos típicos da região, especialmente no que se refere à culinária e cultura. Afinal, na maioria das vezes, o gerenciamento dos empreendimentos turísticos é feito pelos próprios donos das terras, o que contribui significativamente para a divulgação dos produtos que são cultivados e produzidos na localidade.

O município de Anchieta possui expressivo potencial para o desenvolvimento do turismo devido as suas paisagens naturais, relevo



acidentado, cachoeiras e características da colonização presentes no município, tendo como principal agência fomentadora o Ar livre Ecoturismo.

Desta forma, a identificação e análise da infraestrutura necessária para o desenvolvimento do turismo, associada às estratégias de planejamento e gestão citadas ao longo deste artigo, pode ser considerada uma aliada na valorização e no fortalecimento do Turismo Rural nos municípios de pequeno porte, inclusive no município de Anchieta/SC, despertando o interesse de novos turistas e resultando no retorno daqueles que já conhecem o local.



REFERÊNCIAS

ABREU, R. L. **Localização de Anchieta em Santa Catarina**. In: WIKIPEDIA: a enciclopédia livre. [São Francisco, CA:Fundação Wikimedia], 2006. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Anchieta_\(Santa_Catarina\)#/media/Ficheiro:SantaCatarina_Municip_Anchieta.svg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Anchieta_(Santa_Catarina)#/media/Ficheiro:SantaCatarina_Municip_Anchieta.svg). Acesso em: 5 set. 2022.

Ar Livre Ecoturismo. Anchieta, 2021. Facebook: arlivreanchieta. Disponível em: <https://www.facebook.com/arlivreanchieta>. Acesso em: 11 set. 2022.

Ar Livre Ecoturismo. Anchieta, 2022. Facebook: arlivreanchieta. Disponível em: <https://www.facebook.com/arlivreanchieta>. Acesso em: 11 set. 2022.

BACKES, B.; ROSSI, D.; SILVA, M. da. Turismo & Negócios em Santa Catarina. **Revista Adjori/SC**, 2016, 106 p.

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 17. ed. Campinas: Papirus, 2003. 163 p.

BIRRÍFICO FRISANCO. Anchieta, 2022. Disponível em: <http://www.birrafrisanco.com.br/>. Acesso em: 25 set. 2022.

CAVASIN, A. **Entrevista**. Anchieta, 2019. Entrevista concedida a Cilto Uliana.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. da. **Metodologia Científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FENNEL, D. A. **Ecoturismo**. São Paulo: Contexto, 2002, 281 p.

GLAMPING, M. **Ar Livre Ecoturismo**. Anchieta: Wix.com, 2017. Disponível em: <https://aacavasin.wixsite.com/arlivreecoturismo>. Acesso em: 28 ago. 2022.

GOOGLE MAPS, 2022. Disponível em: <https://www.google.com.br/maps/place/Anchieta,+SC,+89970-000/@-26.5360248,-53.3325461,2848m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x94fa8bdbc6d8f55f:0xf6f7927ef9b3dd35!8m2!3d-26.5370815!4d-53.3311571>. Acesso em: 5 set. 2022.

GRABURN, N.; BARRETO, M.; STEIL, C. A. **Turismo e Antropologia**: Novas Abordagens. Campinas: Papirus, 2009, 140p.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Informações básicas dos municípios**. Brasília, 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/anchieta/panorama>. Acesso em: 1 set. 2022.



MATIAS-PEREIRA, J. **Manual de Metodologia da Pesquisa Científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/segmentacao-do-turismo>. Acesso em: 22 fev. 2023.

MUNICÍPIO DE ANCHIETA, 2022. Disponível em: <https://www.anchieta.sc.gov.br/>. Acesso em: 1 set. 2022.

PAIVA, R. A. O turismo e os ícones urbanos e arquitetônicos. **Revista Brasileira de estudos urbanos e regionais**. v. 16, n. 1, 2014, p. 107 - 123. Disponível em: <https://rbeur.anpur.org.br/rbeur/article/view/4755/4622>. Acesso em: 22 fev. 2023.

SANCHO, A. **Introdução ao Turismo**. 1. ed. São Paulo: Roca, 2001. 371 p.

SEABRA, G. **Ecoss do Turismo: o Turismo Ecológico em áreas protegidas**. Campinas: Papirus, 2001. 95 p.

SEHNEM, S. **Metodologia da Pesquisa**. São Miguel do Oeste, 2016. 85 Diapositivos.

SOARES, J. C. de M. **Inovação nos empreendimentos turísticos: uma análise das práticas na cadeia produtiva turística no município de Tibau do Sul, Rio Grande do Norte, Brasil**. 2012, 148 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, 2012. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/27564/1/InovacaoEmpreendimentoTuristico_Soares_2012.pdf. Acesso em: 4 set. 2022.

STRIEDER, Roque. **Diretrizes para elaboração de projetos de pesquisa**. Joaçaba: UNOESC, 2009. 64 p.

TORESAN, L.; MATTEI, L.; GUZZATTI, T. C. **Estudo do potencial do agroturismo em Santa Catarina: impactos e potencialidades para a agricultura familiar**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2002, 59 p. Disponível em: https://docweb.epagri.sc.gov.br/website_cepa/publicacoes/estudo_potencial.pdf. Acesso em: 4 set. 2022.

TRIGO, L. G. G. **Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas**. 9. ed. Campinas: Papirus, 2000. 120 p.

TULIK, O. **Turismo Rural**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2003, 94 p.

VARGAS, H. C. **A complexidade do conhecimento: turismo, arquitetura e cidade**. III Encontro da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-graduação em Arquitetura e



Urbanismo. São Paulo: FAUUSP, 2014, 13 p. Disponível em: <http://www.labcom.fau.usp.br/wp-content/uploads/2015/08/2014-ENANPARQ-ST-AS-00-1-VARGAS.pdf>. Acesso em: 4 set. 2022.

ZOTZ, W.; KAISER, J. **Grande Oeste**. 5. ed. Florianópolis: Letras Brasileiras, [20--?], 48 p.

**SANTA CATARINA NO PROGRAMA DE
REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO (PRT): UMA
REFLEXÃO A PARTIR DO MAPA DO TURISMO
BRASILEIRO 2022**

12

SILVA, Daiko Lima e

Turismólogo do Estado de Santa Catarina. Graduado em Turismo e Hotelaria; Especialista em Controle da Gestão Pública Municipal; Mestre em Administração; e Doutorando do Programa de Pós Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina. Pesquisador do Laboratório de Planejamento Urbano e Regional e do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo - GCET (UFPB).

SCHMITT, Isabela Guesser

Doutoranda do Programa de Pós Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina. Arquiteta e Urbanista, docente na UNISUL. Pesquisadora do CIDAPOI_lab (Laboratório de Estudo, Ensino e Pesquisa em Ciência da Política).

GAIO JÚNIOR, Airton

Doutorando do Programa de Pós Graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina. Graduado em Processamento de Dados (FATEC), Especialista em Geoprocessamento (UNINTES), Mestre em Informática (UFAM), docente no Instituto Federal do Acre.

HERCULAN, Henrique Campião

Doutorando do Programa de Pós graduação em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental da Universidade do Estado de Santa Catarina. Pesquisa Ecológica de Longa Duração - Sistema Estuarino Lagunar (PELD - SELA). Pesquisador do LEAC do Centro de Educação Superior da Região Sul. Gestão Pesqueira, Conhecimento Tradicional e Lagoas Estuarinas.

SANTA CATARINA NO PROGRAMA DE REGIONALIZAÇÃO DO TURISMO (PRT): UMA REFLEXÃO A PARTIR DO MAPA DO TURISMO BRASILEIRO 2022

Daiko Lima e Silva
Isabela Guesser Schmitt
Airton Gaio Júnior
Henrique Campião Herculan

A pesquisa parte da premissa de que analisar a configuração atual do Mapa do Turismo Brasileiro em Santa Catarina contribui tanto na perspectiva acadêmica, quanto gerencial, podendo ainda auxiliar nas reflexões sobre a atual organização da gestão pública do turismo a partir do território catarinense.

Portanto, trata-se de uma tarefa complexa e relevante, com potencial de auxiliar na avaliação da efetividade dos esforços empreendidos pelo poder público no planejamento territorial do turismo, nos projetos turísticos, e inclusive, na aplicação dos recursos públicos voltados ao desenvolvimento turístico.

O Estado de Santa Catarina, objeto desta análise, se localiza na Região Sul do Brasil, entre os Estados do Rio Grande do Sul e do Paraná, conforme ilustra a figura 1.

Figura 1 – Mapa Brasil com marca em Santa Catarina.



Fonte: IBGE, 2022.

Ainda segundo o próprio IBGE (2022), Santa Catarina possui 295 municípios, distribuídos em uma área territorial de 95.730,690 km², contando com uma população estimada em 7.338.473 pessoas, um Produto Interno Bruto (PIB) estimado em R\$ 323.264 milhões e um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) de 0,774. Tais dados ilustram a complexidade envolvida na amostra desta investigação.

Passando a refletir sobre as Políticas Públicas de Turismo na esfera federal, alguns fatos merecem destaque, como a criação da Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) na década de 60, do Ministério da Indústria, do Comércio e do Turismo (MICT) na década de 90, e do Ministério do Turismo (MTur) em meados dos anos 2000 (LIMA e SILVA, CEMBRANEL e RITA, 2022).



Ampliando a reflexão sobre o planejamento territorial do turismo na esfera federal, Virginio e Ferreira (2013) destacam que o MICT lançou em 1994 o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), objetivando interiorizar a atividade com enfoque em seus esforços na Gestão Municipal do Turismo, estendendo-se até 2002.

Enquanto Fernandes, Soares e Coriolano (2020), complementam que o PNMT foi um dos primeiros esforços que orientaram a institucionalização de conselhos, planos e fundos municipais de turismo, destacando a importância do planejamento turístico pautado na participação da sociedade civil organizada, da iniciativa privada e do poder público, consolidando-se como um importante marco na história do setor (FERNANDES, SOARES e CORIOLANO, 2020).

Todavia, com a criação do MTur, essa lógica focada no incentivo à Gestão Municipal do Turismo passou por uma reavaliação, fazendo surgir, em 2004, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) que tem por objetivo fomentar o planejamento descentralizado e compartilhado, com focalização territorial e regional, ainda em vigência atualmente e sendo trabalhado por meio dos Estados, das Regiões Turísticas e suas Instâncias de Governança Regionais (IGR's), além dos Municípios (MTUR, 2022).

Desta forma, o estudo objetiva compreender como se encontra a organização do Mapa do Turismo Brasileiro em Santa Catarina no ano de 2022, importante ferramenta do Programa de Regionalização do Turismo (PRT), do MTur.



Na pesquisa, adotou-se a Governança Turística como prática da descentralização do poder por parte da gestão pública, favorecendo o processo democrático na gestão e execução de tarefas, com isso, tendo relevância global. Logo, trata-se da descentralização estatal na organização e no compartilhamento de autoridade (FERNANDES, SOARES e CORIOLANO, 2020).

Contextualizando parte do desenrolar temporal da gestão pública do turismo na esfera federal, cabe evidenciar que o problema de pesquisa busca responder a seguinte pergunta: “Como se encontram organizadas as Regiões Turísticas de Santa Catarina no do Mapa do Turismo Brasileiro em 2022”?

Por fim, reitera-se a crença de que a investigação contribua tanto com a perspectiva acadêmica, quanto gerencial e social, com o intuito de compreender os aspectos atrelados à organização da gestão pública do turismo e ao planejamento territorial a partir da última atualização do PRT, em 2022.

Fundamentação Teórica

Neste tópico, serão apresentadas parte das investigações publicadas nos últimos cinco anos sobre as temáticas de Turismo, Políticas Públicas, Governança Turística e Regionalização do Turismo, a contar de pesquisas revisadas por pares de bases de dados indexadas, as quais objetivam dar sustentação no que tange à fundamentação teórica com base



em evidências científicas estruturadas através de uma revisão sistematizada e à discussão de resultados.

Sendo assim, complementada por pesquisa exploratória qualitativa em bases mais amplas, como o *Google Acadêmico*. Afinal, segundo Tranfield, Denyer e Smart (2003), é fundamental para o avanço do conhecimento que se avaliem as evidências científicas de maneira sistematizada, transparente e reproduzível.

Nesse sentido, cabe iniciar as discussões teóricas apresentando parte das políticas públicas de planejamento turístico no Brasil, a partir do Programa de Regionalização do Turismo (PRT).

O PRT foi lançado em abril de 2004 e se constitui em uma política pública do governo federal dentro de um âmbito territorial, que se encontra no Plano Nacional do Turismo, estabelecido pela Lei 11.771/2008, em que se determinou como Macroprograma Básico a “Estruturação e Diversificação da Oferta Turística”. Tendo como base as recomendações da Organização Mundial de Turismo (OMT), o Ministério do Turismo (MTur) adotou essa política focada no desenvolvimento regional (ZAGHENI, 2011).

O Programa tem como premissa básica a descentralização e a regionalização do turismo, com olhar para o planejamento territorial coordenado e participativo, que repercute positivamente nos resultados socioeconômicos do território (ZAGHENI, 2011). Além disso, trabalha com a convergência e interação de todas as ações desempenhadas pelo



Ministério do Turismo com os Estados, as Regiões e os Municípios brasileiros (MTUR, 2013).

Após quase 10 anos de funcionamento do PRT, em 2013, ele passou por uma avaliação participativa em âmbito nacional. Nesse momento, o Programa de enfoque territorial foi reformulado e foram definidas novas diretrizes (Portaria MTur nº 105, de 16 de maio de 2013), sendo elas: abordagem territorial, integração e participação social, inclusão, descentralização, sustentabilidade, inovação e competitividade; diretrizes essas que orientam as ações de apoio à gestão, estruturação e promoção do turismo nas regiões e municípios.

Todavia, atualmente vem ocorrendo uma nova reflexão geral sobre esta Política Pública por parte do MTur, que contratou a Universidade Federal do Paraná (UFPR) para realizar um Estudo Técnico do PRT, apontando aspectos a serem considerados em uma nova atualização do Programa, inclusive com a definição do papel de cada partícipe nas diferentes esferas (União, Estados, Macro-Regiões, Regiões e Municípios).

Quanto a relação entre turismo e território, Candiotto e Santos (2009) o turismo é uma atividade que transpassa diversos territórios já constituídos, e tem a capacidade de modificar e criar novos territórios e territorialidades. Segundo os autores, a participação do Estado para sua institucionalização, bem como, a regulação do “território turístico” é essencial para o alcance de bons resultados.



O fato é que a atividade turística interfere diretamente na produção do espaço e constitui um processo frequente de territorialidade, desterritorialidade e reterritorialidade (SOUZA, 2009; GOMES; MARCUSSO, 2022). Para Gomes e Marcusso (2022), o território turístico configura-se como fruto das relações de poder e de uso entre o setor público, privado e a sociedade.

Nesse contexto, os territórios do turismo consistem no somatório dos territórios apropriados pelos turistas, agentes de mercado, poder público, trabalhadores da atividade turística e população local, através de movimentos de territorialização, desterritorialização e reterritorialização.

O “território turístico” sobrepõe-se a outros territórios, como por exemplo, de atividades comerciais, residenciais, industriais, agropecuárias, institucionais, entre outros, os quais podem ou não estar presentes na mesma unidade político-administrativa ou em um mesmo espaço físico (CANDIOTTO; SANTOS, 2009). Esses aspectos reforçam a importância das Regiões Turísticas (RT's).

Os territórios turísticos são complexos, justamente por englobarem de um lado a população residente e local, e do outro, o turista. Gomes e Marcusso (2022) alertam sobre a possibilidade de artificialização do território através do turismo, promovido pela articulação entre Estado e mercado sobre o espaço, também podendo resultar na gentrificação.

Costa e Lima (2018) destacam a complexidade da gestão de áreas territoriais dos destinos receptores de turistas em função dos fatores internos e externos de um território. Com isso, reitera-se a importância da



atividade para o planejamento e desenvolvimento urbano e regional, além de sua influência nas dimensões econômica, social, cultural e ambiental desses territórios.

A Agenda 21 (UN, 1992) por exemplo, estabelece o turismo como estratégia prioritária para o desenvolvimento sustentável das áreas urbanas e rurais (COSTA e LIMA, 2018). O conceito de Desenvolvimento Territorial Sustentável (DTS) também se insere nessa lógica, a partir de uma gestão racional do ambiente, que tem como foco o território e a distribuição de atividades produtivas locais (PECQUEUR, 2004).

O fortalecimento da atuação de conselhos e associações civis, em espaços de disputas de poder, objetivando participar da formulação de políticas públicas de turismo, faz parte da inserção do termo governança turística na política de turismo brasileira, ou seja, trata-se de uma forma da sociedade civil organizada exercer seu poder (FERNANDES; SOARES e CORIOLANO, 2020).

Coutinho e Nóbrega (2019) corroboram com a ideia da potencial contribuição do turismo para a sustentabilidade dos territórios, abordando o papel da governança turística na promoção da cooperação e legitimidade da participação social nas decisões públicas envolvendo o turismo.

Enquanto para Xavier, Totti e Raddatz (2020), a governança é um instrumento facilitador da colaboração, através do qual são estabelecidos princípios e regras, onde os atores econômicos, sociais e políticos podem interagir e cooperar entre si. Em um maior nível de organização do PRT,



esse processo cooperativo se institucionaliza através de uma Instância de Governança Regional (IGR).

Todavia, essas IGR's devem ser constituídas por meio de “conscientização, mobilização, identificação e formação de atores com representação nos municípios da região turística” (BANTIM e FRATUCCI, 2019). Por fim, percebe-se que o processo de governança tem muito a caminhar ainda, principalmente no trabalho conjunto dos atores frente às decisões e ações para o setor, e conseqüentemente, na promoção de um maior equilíbrio de representatividade e participação, fortalecendo o capital social dos territórios turísticos.

Procedimentos Metodológicos

Considerando que o objetivo da investigação consiste em compreender parte das transformações provocadas pelas novas regras do PRT, a partir da Portaria MTur nº 41, de 24 de novembro de 2021, com base na área territorial de Santa Catarina, pretende-se identificar como a normativa impactou na configuração do Mapa do Turismo Brasileiro de 2022.

Nesse sentido, procurou-se construir essa reflexão por meio da realização de pesquisa com características qualitativa, bibliográfica, documental, descritiva e exploratória, acreditando ser a estratégia mais adequada para trabalhar questões tão complexas e sensíveis.

Para tanto, a pesquisa foi organizada em três etapas distintas: uma revisão sistematizada, uma pesquisa documental e um aprofundamento



exploratório em investigações sobre a Regionalização do Turismo em Santa Catarina.

Na primeira etapa, procurou-se identificar, por meio de revisão sistematizada, investigações publicadas nos últimos cinco anos que tivessem relação direta com as temáticas de Turismo, Políticas Públicas, Governança Turística e Regionalização do Turismo, nas bases de dados Scopus, EBSCO e Scielo (com interface da plataforma *Web of Science*) via acesso CAFE/UEDESC.

Os termos de busca foram utilizados, exclusivamente, no idioma português, tendo o termo “AND” como operador *booleano*. A discriminação das palavras-chave selecionadas para a revisão sistematizada e os resultados obtidos constam a seguir, na tabela 1 - Relação de termos de busca, operador booleano e nº de artigos.

Tabela 1 - Relação de termos de busca, operador *booleano* e nº de artigos.

Palavra-chave	Operador Booleano	Termo Complementar	Nº de Artigos
Turismo	AND	Políticas Públicas	146
	AND	Regionalização	09
	AND	Governança	35

Fonte: Elaborado pelos autores (2022)

A combinação da palavra-chave com o operador *booleano* (AND) e os termos complementares, possibilitou identificar, junto às bases de dados mencionados, um total de 190 artigos revisados por pares, destacando que a busca se limitou ao que foi produzido nos últimos cinco anos, ou seja, desde 2017.



Diante desse universo de pesquisa, com uma avaliação preliminar qualitativa dos títulos e das palavras-chave de cada uma das 190 investigações, foram analisados um número de 88 artigos que tiveram seus resumos examinados. Após a leitura do resumo desses trabalhos, incluiu-se somente os artigos que: a) o objetivo da publicação estava relacionado com a temática abordada; e b) atenderam objetivos e delimitações da metodologia semelhantes à presente investigação.

Feita a triagem conforme a aplicação dos critérios de exclusão, a pesquisa chegou a um número total de 23 artigos selecionados para uma análise mais detalhada. Contudo, visando dar suporte ao tema relacionado à aplicação das novas regras do PRT no Estado de Santa Catarina, percebeu-se também que pouco havia sido mapeado de discussão específica sobre esse recorte (Regionalização do Turismo em Santa Catarina). Tal evidência fez com que a investigação fosse ampliada, surgindo então, a pesquisa documental e a pesquisa exploratória.

Com a pesquisa documental, realizou-se a análise temporal das transformações na organização do Turismo em Santa Catarina a partir do PRT 2022, assim como, as mudanças ocorridas no Mapa do Turismo Brasileiro e as variadas composições das Regiões Turísticas catarinenses ao longo do tempo, em termos quantitativos. Para tanto, a coleta de dados se fundamentou em páginas na internet de instituições relacionadas ao turismo.

Nesse sentido, merece destaque a página do Ministério do Turismo, que contribuiu significativamente com a coleta de dados sobre o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), evidenciando seu



importante papel de implementador do programa. Além da página do MTur, também é possível destacar a página da Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - SANTUR, da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo de Santa Catarina - Fecomércio, entre outras fontes de dados documentais.

Como mencionado, o recorte temporal da pesquisa contempla a análise a partir de 2009, chegando até sua última atualização, regradada pela Portaria MTur nº 41, de 24 de novembro de 2021. Por fim, foi realizada uma pesquisa exploratória sobre a Regionalização do Turismo no Estado de Santa Catarina. Para isso, buscou-se artigos em duas bases de dados: Periódicos CAPES e *Google Acadêmico*, com a seguinte *string* de busca: “Regionalização do Turismo” AND “Santa Catarina”.

O critério de inclusão se deu através dos artigos de anais de congressos e periódicos, enquanto os critérios de exclusão, trabalhos de conclusão de curso, dissertações e teses. Após esse primeiro filtro de leitura, selecionou-se apenas os artigos que tratam sobre o processo de Regionalização do Turismo em Santa Catarina. Os artigos que não abordavam essa temática foram excluídos da grade de leituras. Ao todo, foram selecionados 12 artigos, que tiveram de informações analisadas: o título, autores, ano, base de dados, objetivo, metodologia e resultados.

Discussão de Resultados

Inúmeros dados foram coletados a partir dos procedimentos metodológicos adotados nesta investigação, possibilitando a elaboração da discussão de resultados em diferentes perspectivas. Assim, esta etapa da



pesquisa é organizada nos seguintes eixos: Discussões teóricas sobre o PRT em Santa Catarina; Aspectos gerais sobre as Regiões Turísticas Catarinenses; e a Configuração do Mapa do Turismo Brasileiro 2022 em Santa Catarina.

Discussões Teóricas sobre o PRT em Santa Catarina

O Turismo é uma área que movimenta a economia de forma significativa, viabilizando oportunidades de trabalho em comércio e serviços, investimentos públicos e privados em infraestrutura, entre outros impactos. Natário *et al.* (2019), reconhecem o Turismo como um dos setores-chave do desenvolvimento dos países e uma importante fonte de rendimento, emprego e criação de riqueza, com impacto ao nível social, econômico e ambiental.

Inicialmente, a investigação buscou identificar o que vem sendo produzido cientificamente a respeito da Regionalização do Turismo no Estado de Santa Catarina e com isso, adotou como estratégia a pesquisa exploratória, sendo selecionados ao todo, 12 artigos que tratam sobre essa temática.

Ao realizar a análise destes estudos, percebeu-se que a metodologia empregada na maior parte deles, também envolveu pesquisa bibliográfica de caráter exploratório e pesquisa documental, utilizando para coleta de dados, por exemplo, páginas oficiais na internet de Secretarias de Turismo Municipais, Estaduais e também da União.



Percebeu-se ainda, que parte dos artigos selecionados teve como objetivo apresentar a evolução do processo de categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro em determinados períodos (ARNHOLD JUNIOR et al., 2018; ANJOS, ANDRADE, 2020; FONSECA et al., 2019).

Em geral, os autores identificaram que a maior parte dos municípios das categorias A e B estão localizados no litoral, enquanto os de categoria C, D e E estão concentrados no interior do Estado catarinense.

Dado este, que denota um crescimento desigual do setor turístico em Santa Catarina (litoral *versus* interior), podendo evidenciar aspectos como uma maior concentração de esforços públicos e privados no litoral, potencial de fomento ao Turismo Interno e aos Destinos Turísticos do interior, entre outras questões.

Os estudos evidenciaram que são poucas as ações em prol da efetivação da Regionalização do Turismo (PRT) em SC e que as políticas propostas pelo Ministério do Turismo acabam sendo as que se tentam implementar. Dreher e Salini (2009) destacam que são raras as políticas públicas de turismo que realmente abordam e regem a regionalização como foco de suas diretrizes, no entanto, os atores do setor reconhecem sua importância na elaboração destas políticas.

Destaca-se ainda, que se evidencia a necessidade do Estado de Santa Catarina formular e instituir regras gerais para a implementação efetiva do PRT em seu território, aspecto em que outros Entes Federativos já evoluíram consideravelmente.



Neste sentido, identificou-se a existência de discussões sobre a relação entre o turismo e o planejamento territorial (HONORIO; ROCHA, 2020; SEVERINO; TOMASULO, 2012). Verificou-se também que o turismo necessita estar amparado por instrumentos legais, principalmente nos casos onde há proteção de recursos ambientais (HONORIO, ROCHA, 2020).

Além do relevante papel da legislação nas ações do turismo, Severino e Tomasulo (2012), reforçam que o planejamento estratégico do turismo precisa melhorar no Estado. Assim, estão dentre os principais problemas apontados pelos autores: a escassez de recursos para o setor, o ainda baixo investimento no setor por parte da iniciativa privada e a carência de participação popular na formulação e implementação das ações voltadas ao turismo.

Em síntese, constatou-se que no campo da turismologia, as pesquisas sobre a Regionalização do Turismo no Estado de Santa Catarina estão divididas nas seguintes temáticas predominantes: 1. Evolução do processo de categorização dos municípios no Mapa do Turismo; 2. Estudos de caso sobre a regionalização em determinados Destinos Turísticos; 3. Análises sobre o processo de governança; e 4. Articulação entre o turismo e o planejamento territorial.

Aspectos Gerais sobre as Regiões Turísticas Catarinenses

É fato que o Brasil é um país múltiplo, complexo, diverso e com grandes potencialidades. Características que se intensificam quando tratamos de turismo. Assim, compreender e aceitar essa multiplicidade é



uma das formas de conhecê-lo por inteiro. Por suas grandes dimensões, o país não admite um olhar geral, único, que não interaja com as diferenças.

É preciso confrontar diversas ideias, necessidades e demandas da sociedade nas esferas nacional, regional, estadual e local. Sendo que esse foi o caminho adotado pelo Programa de Regionalização do Turismo (PRT), que considera esse país plural e heterogêneo (MTur, 2013).

Como visto anteriormente, após a criação do Ministério do Turismo (MTur) em 2003, o PRT foi lançado em 2004, sendo fundamentado pela Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008, também conhecida como Lei Geral do Turismo.

Destaca-se ainda, que a Portaria MTur nº 313, de 03 de dezembro de 2013, estabeleceu o Mapa do Turismo Brasileiro, instrumento de orientação para as políticas públicas no território nacional. Enquanto a Portaria MTur nº 105, de 16 de maio de 2013 instituiu o PRT.

Com isso, é possível afirmar que, em 2022, ocorreu a mais recente atualização do Mapa do Turismo Brasileiro por parte do MTur. Ocorrendo também, mudanças impactantes na normatização do PRT. Sendo que, ao longo do ano, ainda se percebeu a intenção de promover mudanças na configuração do Mapa em Santa Catarina, o qual tende a sofrer acréscimo no número das atuais 13 Regiões Turísticas (RT's).

Dadas as variadas características dos 295 municípios catarinenses com relação à geografia, economia, cultura, infraestrutura, serviços turísticos, entre outras, o PRT atualmente organiza o território de Santa



Catarina em 13 Regiões Turísticas, as quais são brevemente apresentadas na tabela 2 - Regiões Turísticas Catarinenses.

Tabela 2 - Regiões Turísticas Catarinenses.

Região Turística	Características da Região
Caminhos do Contestado	Tem importante valor histórico em função da Guerra do Contestado, ocorrida no início do século XX, com destaque para Porto União e Caçador.
Vale Europeu	Localizada no Vale do Itajaí, abriga cidades com forte herança de colonizadores alemães e italianos, como as famosas Blumenau, Pomerode e Indaial.
Grande Oeste	Tem o Turismo Rural, o Ecoturismo e a Gastronomia como destaque, além dos municípios de Xanxerê e Chapecó, principal centro urbano e econômico.
Caminho dos Príncipes	Possui paisagens litorâneas e rurais, abrigando Joinville (uma das principais cidades do Estado), além de São Francisco do Sul e Corupá.
Caminhos da Fronteira	Faz fronteira com Rio Grande do Sul, Paraná e Argentina. Possui potencial para Ecoturismo e Esportes de Aventura, tendo Dionísio Cerqueira como destaque.
Fórum Turístico de Regionalização do Turismo Encantos do Sul	Abriga destinos turísticos como a histórica Laguna, além do Ecoturismo, do Termalismo e dos Esportes de Aventura, em Garopaba, Gravatal, entre outros.
Caminho dos Canyons	Colonizada por italianos, alemães e portugueses, abriga o Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul, destacando-se Araranguá, Praia Grande, entre outras.
Vale das Águas	Um destaque é a Cachoeira Salto Saudades em Quilombo, outro é o termalismo de Águas de Chapecó, além do Turismo Religioso em Caibi.
Serra Catarinense	Sede dos primeiros hotéis-fazenda do Brasil: destaca-se no Turismo Rural, com municípios como Urubici, São Joaquim e Urupema.



Grande Florianópolis	Possui opções como termalismo, turismo religioso, paisagens rurais e belíssimas praias, como as de Governador Celso Ramos, Palhoça e Florianópolis.
Costa Verde & Mar	Com águas verde-esmeralda, destacam-se cidades como Balneário Camboriú, Bombinhas e Itapema. Além de variados serviços, inclusive parque temático.
Caminhos do Alto Vale	Com vocação para Ecoturismo, Agroturismo e Esportes de Aventura, encanta por sua natureza, com destaque para Agrolândia, Ituporanga, entre outros.
Vale dos Imigrantes	Tem na natureza, nas águas termais e na cultura suas fortes vocações, com destaque para municípios como Fraiburgo, Piratuba, Treze Tílias, entre outros.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em SANTUR (2022).

De acordo com o breve resumo de cada uma das regiões turísticas, é possível afirmar que a Regionalização do Turismo Catarinense tem o importante desafio de organizar e planejar a atividade turística a partir de determinada área territorial, estimulando a implementação de políticas públicas com base nas dinâmicas de planejamento regional, buscando fortalecer a atividade nas diversas regiões de Santa Catarina e valorizando o capital social e o mosaico cultural que lhe são característicos.

A Configuração do Mapa do Turismo Brasileiro 2022 em Santa Catarina

Como relatado, em 2022 ocorreu uma nova atualização do Mapa do Turismo Brasileiro, mantendo o mesmo número de Regiões Turísticas em Santa Catarina. Mas, trazendo alterações significativas no PRT por meio da Portaria MTUR nº 41, de 24 de novembro de 2021, que



Consolida e atualiza as normas sobre o Programa de Regionalização do Turismo, a Categorização dos Municípios do Mapa do Turismo Brasileiro e o Mapa do Turismo Brasileiro, além de estabelecer os critérios, as orientações, os compromissos, os procedimentos e os prazos para a composição deste (ANJOS e ANDRADE, 2021, p. 5)

Dentre as principais mudanças nas regras do PRT a partir da nova Portaria, destaca-se a possibilidade contínua de ingresso no Mapa por parte dos Municípios e Regiões, possibilitando o trabalho contínuo dos interlocutores estaduais e regionais junto aos territórios, uma vez que, anteriormente, essas mudanças ocorriam em lacunas específicas de tempo. Na Figura 2, apresenta-se a distribuição dos municípios nas 13 Regiões Turísticas até meados de 2022 (primeiro semestre), momento da coleta de dados desta investigação.

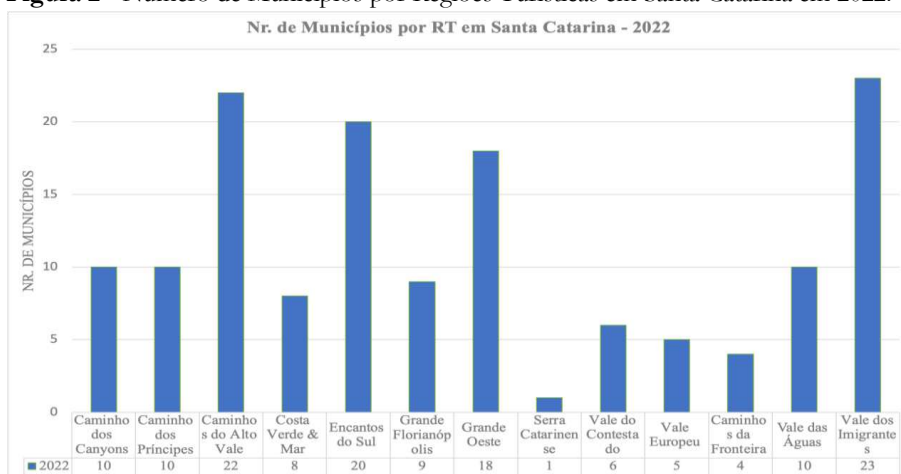
Conforme os dados analisados, percebeu-se que a Região Turística com maior número de municípios incluídos no PRT, até então, foi a do Vale dos Imigrantes, com um total de vinte e três municípios, ou seja, 16% dos participantes. Por outro lado, a Região da Serra Catarinense incluiu somente um município no lançamento do Mapa 2022, em 28 de março de 2022, representando apenas 1% dentre os municípios participantes da Região Turística Serra Catarinense.

Os Caminhos do Alto Vale apresentam 15% da totalidade dos municípios, seguida da Região denominada Encantos do Sul com 14%, incluindo vinte municípios. As Regiões Turísticas Caminho dos Canyons, Caminho dos Príncipes e Vale das Águas estão equiparadas em número de municípios, representando 7% cada.



Já as Regiões da Grande Florianópolis e da Costa Verde & Mar representam 6% e 5% respectivamente, em número de municípios. Por fim, com uma média aritmética de 5% em número de municípios, aparecem as Regiões do Vale do Contestado, do Vale Europeu e do Caminhos da Fronteira.

Figura 2 - Número de Municípios por Regiões Turísticas em Santa Catarina em 2022.



Fonte: Mapa do Turismo - MTur, 2022.

Com a análise do número de municípios por RT, percebeu-se que apesar das variações sofridas nos quantitativos das composições de municípios catarinenses no PRT ao longo dos anos, essa política pública vem se consolidando no território catarinense, apresentando importante potencial de contribuição ao planejamento e ao desenvolvimento territorial do turismo.

Outro elemento importante para esta análise das transformações do Mapa do Turismo Brasileiro em Santa Catarina é o instrumento instituído pela Portaria MTur nº 313, de 3 de dezembro de 2013, que define critérios para a categorização dos municípios que compõem as áreas



demonstradas no Mapa do Turismo em cinco letras (Figura 3): A, B, C, D, e E.

As referidas categorias têm relação direta com a economia do turismo, sendo composto por uma cesta de variáveis advindas de diferentes fontes. Dentre estas variáveis destacam-se: a) Quantidade de estabelecimentos de hospedagem; b) Quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem; c) Quantidade estimada de visitantes domésticos; d) Quantidade estimada de visitantes internacionais; e e) Arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem (MTur, 2022).

Tabela 3 - Valor percentual por categoria turística do Estado de SC em 2022.

Regiões	Categorias (%)				
	A	B	C	D	E
Caminho dos Canyons	0	0	18	64	18
Caminho dos Príncipes	0,3	0,7	18	63	18
Caminhos do Alto Vale	0	0	4	63	33
Costa Verde & Mar	7	7	12	52	22
Encantos do Sul	5	13	11	52	19
Grande Florianópolis	6	11	11	56	16
Grande Oeste	4	10	10	56	20
Serra Catarinense	4	10	10	56	20
Vale do Contestado	0	0	12	62	26
Vale Europeu	3	9	13	55	20
Caminhos da Fronteira	0	0	0	80	20
Vale das Águas	4	9	10	58	19
Vale dos Imigrantes	3	8	13	55	21

Fonte: Mapa do Turismo do MTur, 2022.



Em relação ao ano de 2022 (Tabela 4), percebe-se que as Regiões Vale do Contestado, Caminhos do Alto Vale e Caminho dos Canyons não possuem categorias A e B, bem como, a Região Turística Caminhos da Fronteira, que além de não possuir essas duas categorias, também não conta com a categoria C. É nítido ainda, que em relação a todas as Regiões do PRT, a categoria D é a que contém os maiores percentuais de municípios participantes, ou seja, a maior parte dos municípios catarinenses pertencem a esta categoria.

Vale ressaltar que se retirarmos do cálculo da categoria D a Região Caminhos da Fronteira, a qual apresenta um percentual de 80%, destoando das demais regiões nesta mesma categoria, temos a média de 56% dos municípios na categoria D.

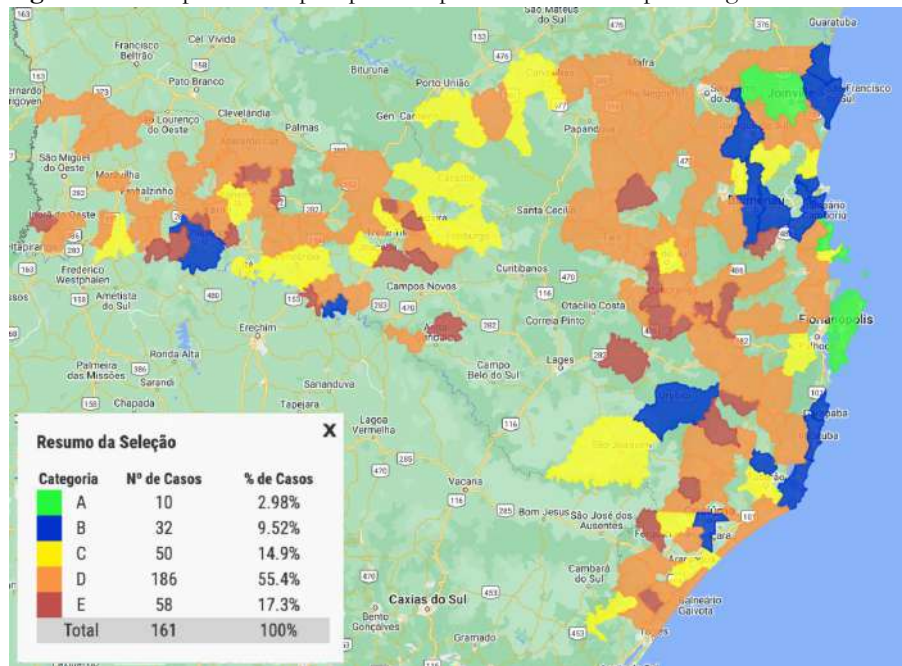
A categoria E também apresenta a moda de 20% e o seu maior percentual registrado é na Região do Caminhos do Alto Vale. Já se somarmos as categorias A e B, encontram-se os percentuais de 18% e 17% para as Regiões Encantos do Sul e Grande Florianópolis respectivamente, evidenciando a estruturação destas duas Regiões para o turismo, seguidas das Regiões Costa Verde & Mar, Grande Oeste e Serra Catarinense, com 14%.

Apresenta-se, na Figura 8, o Mapa do Turismo Brasileiro em Santa Catarina na versão mais atual. Logo, é possível afirmar que esta é uma importante ferramenta, disponibilizada pelo Ministério do Turismo através do Programa de Regionalização do Turismo, pois define os espaços geograficamente localizados, os quais são prioritariamente



utilizados pelo MTur para o desenvolvimento e a implementação de políticas públicas (MTur, 2022).

Figura 3 - Áreas prioritárias para políticas públicas de turismo por categorias - Ano 2022.



Fonte: Mapa do Turismo Brasileiro 2022 - MTur.

Percebe-se então, que o maior percentual das áreas territoriais faz parte da categoria D com 55%, seguida pela categoria E com 18%. Áreas pertencentes à categoria A, as quais tendem a oferecer melhor estruturação do setor, estão atualmente compostas por cerca de 3% do Mapa, representados na cor verde. Áreas estas, que possuem o menor percentual dentre as demais categorias e que se encontram espacialmente distribuídas na Região Leste do Estado de Santa Catarina, ou seja, de forma geral, no



litoral. Por fim, na categoria B percebeu-se que constam cerca de 10% dos municípios.

Conclusões

Com base na investigação, evidenciaram-se uma série de questões teóricas envolvendo a temática, por exemplo: a escassez de reflexões sobre políticas públicas de turismo que realmente abordam a regionalização como foco de suas diretrizes, o processo de categorização dos municípios no Mapa do Turismo Brasileiro, o nível de efetivação do Programa de Regionalização do Turismo (PRT) em SC, estudos de caso sobre a regionalização em determinados Destinos Turísticos Municipais, análises diversas sobre o processo de governança turística, a articulação entre turismo e planejamento territorial, entre outras perspectivas.

A partir deste panorama teórico geral, identificou-se também que o processo de regionalização ainda está em fase de construção e fortalecimento nas Regiões Turísticas de Santa Catarina, e que é fundamental a elaboração e execução de esforços de forma estratégica, inclusive no que tange à alocação de recursos públicos, à integração, ao capital social, à governança turística, ao planejamento turístico e regional, entre outros aspectos.

Percebeu-se ainda, que o número de Regiões Turísticas, e suas configurações, tende a sofrer alterações, uma vez que os territórios são dinâmicos em seus respectivos capitais sociais, econômicos, políticos,



ambientais e em mais uma gama de variáveis exógenas, com tendência de crescimento no número de RT's e redução da quantidade de municípios.

Todavia, a pesquisa também evidencia que a atividade turística possui um importante potencial de contribuição ao desenvolvimento de um território ou um território turístico. Portanto, políticas públicas que ofereçam suporte na estruturação, planejamento, gestão estratégica, informação, ou ainda, monitoramento para o progresso do turismo, são consideradas extremamente positivas, como é o caso do Programa de Regionalização do Turismo (PRT).

Evidenciou-se ainda, a ordem cronológica dos esforços públicos do Governo Federal na busca de um alinhamento estratégico geral com foco no planejamento municipal e regional do turismo, que tem início no MICT com o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT).

Posteriormente, no período do MTUR o Programa transforma-se no PRT, que vem sendo trabalhado no território brasileiro desde 2004, consolidando-se como política pública de planejamento turístico do Governo Federal há cerca de 20 anos, passando por momentos de revisões e atualizações.

Por fim, a investigação não identificou como catalisador destas transformações, na organização do turismo em Santa Catarina, um planejamento ou a gestão estratégica do setor pautada no médio e longo prazo. Mas sim, que as mesmas surgem das dinâmicas sociais e das



disputas de poder, carecendo da execução do que é instituído na Portaria que rege o PRT.

Cabe destacar também, que estão entre os compromissos dos interlocutores estaduais do programa, como Santa Catarina por exemplo: a definição de critérios complementares aos definidos na última Portaria; a realização frequente de oficinas, reuniões, mobilizações ou orientações técnicas, envolvendo aspectos relativos ao turismo, território e sociedade em geral; evitar o excesso de municípios em uma mesma região turística; adotar para a região turística um nome que transmita e valorize sua identidade (*branding*, identidade geográfica, cesta de bens e serviços, entre outros critérios); evitar regiões turísticas compostas por um único município; entre outras iniciativas. O responsável por este papel também tem uma enorme responsabilidade quanto à sustentabilidade turística.

Diante do que foi destacado, percebeu-se com a análise, que apesar das variações sofridas nos quantitativos das composições de municípios catarinenses no PRT, inclusive com redução do número de municípios no Mapa, ao longo dos anos esta política pública vem se consolidando no território catarinense. Essa consolidação ocorreu mais pela possibilidade de trabalho contínuo nas Presidências das RT's do que por trabalho e planejamento do Estado, ilustrando o potencial de contribuição do Programa junto ao planejamento e desenvolvimento territorial pautado no longo prazo.

Identificou-se também que os esforços empreendidos pelo Estado no desenvolvimento turístico concentram-se no litoral, reforçando um



modelo de turismo de massa, no segmento de Sol & Praia, em detrimento de outras oportunidades, como o Ecoturismo, o Turismo de Experiência, o Turismo Criativo, o Turismo Rural e o TRAF, entre outros. Sendo que estas possibilidades desperdiçadas possuem grande potencial de se trabalhar o setor com base em esforços voltados ao interior do Estado e a busca de um maior equilíbrio entre as dimensões econômicas, sociais e ambientais.

Dentre as principais mudanças nas regras do PRT a partir da nova Portaria, destaca-se a possibilidade contínua de ingresso no Mapa por parte dos Municípios e Regiões, possibilitando o trabalho contínuo dos interlocutores estaduais e regionais junto aos territórios, uma vez que anteriormente, essas mudanças ocorriam em lacunas específicas de tempo.

Acredita-se assim, que a investigação tenha alcançado seus objetivos e respondido a pergunta da pesquisa, auxiliando tanto na perspectiva gerencial e empírica da gestão pública do turismo, quanto na discussão científica no campo de políticas públicas de turismo e turismologia. Todavia, considerando suas limitações, acredita-se também que muito há ainda que se avançar, não somente em Santa Catarina, mas no Brasil como um todo.



REFERÊNCIAS

ANJOS, F. A. dos; ANDRADE, I. C. F. de. **As regiões turísticas de Santa Catarina: análise do desenvolvimento turístico regional a partir da categorização do mapa do turismo brasileiro – 2019 (MTUR)**. Turismo, visão e ação, 435-457, 2020.

ARNHOLD JUNIOR, M. et al. A categorização nas regiões turísticas de Santa Catarina. **Applied Tourism**, v. 3, n. 2, p. 274-295, 2018.

BANTIM, N. R.; FRATUCCI, A. C. Gestão regional do turismo: participação e representação no Conselho Regional de Turismo das Agulhas Negras – RJ. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, p. 108-124, 2019.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **IBGE Cidades**. Rio de Janeiro: IBGE, p. 11, 2022.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. **Censo Brasileiro de 2010**. Rio de Janeiro: IBGE, 2012.

BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil**. Diretrizes Políticas. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **Portaria Ministerial nº 313, de 03 de dezembro de 2013**. Define o Mapa do Turismo Brasileiro e dá outras providências, 2013. <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/plano-nacional-2013-pdf>> Acesso em: 16 de setembro de 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **Programa de Regionalização do Turismo - PRT**. Secretaria Nacional de Atração de Investimentos, Parcerias e Concessões, 2022. Disponível em: <http://regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=26&Itemid=316>. Acesso em: 15 de setembro de 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **O Mapa do Turismo Brasileiro 2022**. Disponível em: <<https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>>. Acesso em: 15 de setembro de 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **Portaria MTur nº 105, de 16 de maio de 2013**. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/portarias-arquivos/portaria-2013/portaria-n-105-de-16-de-maio-de-2013>>. Acesso em: 15 de setembro de 2022.



BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **Portaria MTur nº 41, de 24 de novembro de 2022**. Disponível em: <<https://in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-mtur-n-41-de-24-de-novembro-de-2021-362609866>>. Acesso em: 15 de setembro de 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo - MTur. **Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm>. Acesso em: 15 de setembro de 2022.

CANDIOTTO, L. Z. P.; SANTOS, R. A. **Experiências Geográficas em Torno de uma Abordagem Territorial**. Territórios e Territorialidades: Teorias, Processos e Conflitos. São Paulo. 1ª Edição p. 315 - 340. Expressão Popular. 2009.

COSTA, T.; LIMA, M. J. **Cooperação em turismo e desenvolvimento regional**. Estudos de Turismo e Gestão, v. 14, n. 4, p. 50-62, 2018.

COUTINHO, A. C. A.; NÓBREGA, W. R. de M. A. **A governança em destinos turísticos: desafios na sociedade contemporânea**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 13, p. 55-70, 2019.

DREHER, M. T.; SALINI, T. **PPS de regionalização do turismo na região de Blumenau, Santa Catarina**. Gestão e regionalidade, v. 25, n. 74, 2009.

FERNANDES, L. M. M.; SOARES, J. R. R.; CORIOLANO, L. N. M. T. Governança na Política de Regionalização do Turismo no Estado do Ceará - Brasil. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**, n. 55, p. 95-108, 2020.

FONSECA, Maria Aparecida Pontes da; TODESCO, Carolina; SILVA, Rodrigo Cardoso da. **A interiorização do turismo no Brasil**. 2022.

GOMES, C. C.; MARCUSSO, E. F. Turismo e territorialidade: o território da cerveja da Região Serrana do RJ como vetor da governança e do desenvolvimento local. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, 2022.

HONORIO, I. C.; ROCHA, I. de O. Políticas públicas de turismo na Legislação Federal e do Estado de Santa Catarina. **Revista brasileira de ecoturismo**, v. 13, n. 2, 2020.

IBGE, Censo. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística-IBGE. Cd-Rom. [Links], 2022.

LIMA e SILVA D.; CEMBRANEL, P.; RITA, R. M. **Public tourism in the State of Santa Catarina - Brazil**. Contemporary Tourism Challenges, 2022.



NATÁRIO et al. **O impacto do turismo das aldeias históricas de Portugal:** um quadro de análise. Finisterra v. 54, n. 111, p. 21-36, 2019.

PECQUEUR, B. **Le développement territorial:** une nouvelle approche des processus de développement pour les économies du Sud. Grenoble: Institut d Géographie Alpine, 2004.

SANTA CATARINA. **Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - SANTUR.** Disponível em: < <http://www.santur.sc.gov.br> >. Acesso em: 16 de setembro de 2022.

SEVERINO, S.; TOMASULO, S. **Planos estratégicos municipais de turismo do Estado de Santa Catarina – roteiros turísticos regionais:** um estudo. Turismo em análise, v. 23, n. 2, p. 408-436, 2012.

SOUZA E. B. C. de. **Territórios e Territorialidades:** Teorias, Processos e Conflitos. Capítulo: O Território e a Região: Análise de Políticas Públicas. São Paulo: Expressão Popular: UNESP, p. 57-72, 2009.

TRANFIELD, D.; DENYER, D; SMART, P. **Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review.** British Journal of Management, 14 (3), 207–222. 2003.

UNITED NATIONS. **Earth Summit:** United Nations Conference on Environment and Development. 1992.

VIRGINIO, D. F.; FERREIRA, L. V. Gestão pública do turismo: uma análise da política de regionalização no período 2004-2011 no Rio Grande do Norte, Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 13, n. 2, p. 162-182, 2013.

XAVIER, T. R.; TOTTI, K. Á. S.; RADDATZ, S. M. F. Aplicação do Programa de Regionalização do Turismo em uma instância de governança regional no Estado do RS, Brasil. **Turismo Visão e Ação**, v. 23, p. 86-109, 2020.

ZAGHENI, E. S. da S. **Estrutura de cooperação para redes interorganizacionais do turismo:** um estudo no município de Itajaí-SC. Tese de Doutorado, UFSC, 2011

FELISBERTO, H. M. P.; BRAMBILLA, A.; PEDERNEIRAS, M. M. M.; CESÁRIO, M. F. P. A
IMPORTÂNCIA DO DESIGN NA HOTELARIA: um estudo de caso do Xilo Design Hotel
em João Pessoa – PB. In:



MELO, Alessandra Souza Queiroz

Mestra em Hotelaria e Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco - (UFPE). Pós-graduada em Meio Ambiente, Desenvolvimento e Sustentabilidade pela GraduarTE. Graduada em turismo pela Universidade Federal da Paraíba - (UFPB). Graduada em Administração pela UNINASSAU. Pesquisadora do Grupo de Cultura e Estudos em Turismo - (GCET). Atualmente desenvolve estudos sobre Rota de pedestre; turismo e patrimônio (histórico, arquitetônico e cultural) e as relações entre os Parques tecnológicos e o desenvolvimento do turismo.

ARAÚJO, Alex Melo Batista de

Técnico em informática no 3º Centro de Geoinformação. Pós-graduado em Arquitetura e Infraestrutura de Redes pela Faculdade de Ciências da Bahia (FACIBA). Graduado em Tecnologia em Redes de Computadores pela Universidade Cidade de São Paulo (2021). Formado em Técnico em Agrimensura pela Escola de Sargentos de Logística do Exército. Possui experiência na área de tecnologia da informação com ênfase em Arquitetura e infraestrutura de redes, desenvolvimento de sistemas em javascript, python, administração de servidores linux e windows, gerenciamento de bancos de dados, realidade aumentada e virtual, modelagem 3D, Segurança da Informação e Pentest. Também possui experiência na área de Geociências, com ênfase em Cartografia e Sistema de Informação Geográfica.

PORTO DIGITAL: INFLUENCIAS NO TURISMO E NAS PRÁTICAS DE LAZER DO BAIRRO DO RECIFE

Alessandra Souza Queiroz Melo
Alex Melo Batista de Araújo

O Bairro do Recife é caracterizado como uma região portuária, localizado no centro histórico da cidade do Recife, Pernambuco. O bairro apresenta uma narrativa de construção e desenvolvimento que podem ser vistos a partir do seu patrimônio histórico, cultural e arquitetônico. As mudanças decorrentes ao Bairro do Recife, tiveram seus reflexos estampados em cada pedaço do seu espaço urbano, caracterizadas pelos novos traços simbólicos, atreladas a valores modernos (LIMA e ARAÚJO, 2016).

O bairro possui o seu tecido urbano em constante modificação, devido às escolhas e mudanças do desenvolvimento urbano, motivados pelos atores públicos e privados. Essas mudanças trazem ao Bairro do Recife, rotinas que eram impensáveis há alguns anos, o tornando palco de visibilidade pública para vários tipos de eventos (LACERDA, 2007). A partir das parcerias entre o setor público e privado, o Bairro do Recife passou a atrair novos investidores, modificando o seu andamento urbano, marcado pela atração de empresas, desenvolvimento econômico e fluxo de pessoas.

O Porto Digital (PD) é um dos maiores parques tecnológicos e de ambiente criativo do Brasil, instalado no histórico Bairro do Recife.



O parque é fruto da parceria público-privada e do setor acadêmico. As atividades e ações que são exercidas pelo PD no Bairro do Recife, permeiam pelo crescimento de mão de obra local, crescimento econômico, aumento de pessoas, eventos e atratividades. A partir dessas ações, as atividades de turismo e lazer local também foram influenciadas por uma nova demanda.

O parque tecnológico Porto Digital, ao longo de sua instalação no Bairro do Recife, vem alterando a dinâmica do bairro, entre recuperação de imóveis históricos, onde abrigam equipamentos e serviços turísticos de lazer e comerciais; fluxo de pessoas e atração de empresas tecnológicas. Ao analisar as influências do Porto Digital no turismo e lazer do Bairro do Recife é possível compreender como o objeto de estudo se relaciona com o entorno, possibilitando identificar como essas influências ocorrem e quais as consequências para o turismo e lazer do Bairro do Recife. Desse modo a pergunta que orienta esta pesquisa é: Como o turismo e as práticas de lazer do Bairro do Recife podem ser influenciados a partir das ações do Porto Digital (PD)?

Bairro do Recife e o seu contexto histórico

O Bairro do Recife, possui um importante papel ao longo da história recifense. Berço da cidade do Recife, o bairro, já experimentou o auge e a decadência em vários momentos da sua história. Atualmente, o bairro passa por mudanças que refletem em novas formas de utilização dos seus espaços urbanos. Segundo Pereira (2015), essas mudanças estão atreladas aos avanços tecnológicos.



Para uma melhor compreensão das mudanças ocorridas no Bairro do Recife, é relevante resgatar alguns marcos ao longo da sua história, que contribuíram com o cenário atual. Em 1970, foi criado o *Escritório do Bairro do Recife* e a primeira proposta para a recuperação do bairro. O objetivo da proposta era restaurar a memória dos cidadãos, ao mesmo tempo, integrá-los aos projetos de intervenção do bairro.

Em 1980, o Governo do Estado de Pernambuco, investiu em um plano que transformaria a economia estadual, através de investimentos no setor turístico. Assim, pensando nesse contexto, em 1992, foi elaborado o *Plano de Revitalização do Bairro do Recife*. A primeira proposta elaborada do plano tinha por objetivos conservar o patrimônio histórico e cultural. Após reformulado, além de preservar o patrimônio, objetivava também transformar a economia do Bairro do Recife, o transformando em um centro de serviços modernos de cultura, lazer e comércio, atendendo toda a população da cidade. Tornando assim, o Bairro do Recife um centro de atrações turísticas ao nível nacional e internacional (LACERDA, 2007).

O ano de 1994 e o primeiro semestre do ano de 1995, foram períodos críticos na tentativa de reacender o interesse dos comerciantes em investir no Bairro do Recife. Assim, algumas iniciativas foram realizadas a fim de contribuir com a atração dos comerciantes ao local. Uma das alternativas foi a recuperação dos espaços públicos do bairro e a desapropriação de edificações, onde os proprietários não tinham interesse ou condições, em recuperar suas fachadas.

Nos anos de 1995 e 1996, ocorreu um período de consolidação das políticas de revitalização do Bairro do Recife, assim como o sucesso



nos investimentos e na recuperação de imóveis no bairro, somando as novas parcerias entre o setor público-privado. Nesse período, foram inaugurados os primeiros bares e restaurantes do bairro. Entretanto, em 1997, mesmo com o plano e lei de uso e ocupação do solo, o processo de revitalização do Bairro do Recife passou por momentos de conflitos. Refletindo no contraste social e a descaracterização do patrimônio histórico, cultural e arquitetônico (LIMA e ARAÚJO, 2016).

No ano de 2000, foi inaugurado o Projeto Porto Digital Empreendimentos e Ambientes Tecnológicos, pela Secretaria de Ciências, Tecnologia e Meio Ambiente (Sectma) do Governo de Pernambuco. Segundo Lacerda (2007), não há dúvidas da importância desse projeto no processo de revitalização dos imóveis históricos deteriorados e na importância do resgate histórico do bairro. No entanto, a partir dos anos 2000 até os dias atuais, o bairro vem passando por um processo de (re)organização que reflete um novo ordenamento espacial.

A [r]evolução tecnológica do Porto Digital no Bairro do Recife

O Porto Digital resulta do processo embrionário que iniciou em 1980, marcado pelo contexto de decadência das atividades portuárias, pela construção do Porto de Suape (no litoral sul de Pernambuco a 53km da capital) e pelas investidas das políticas de revitalização no Bairro do Recife (GREGÓRIO, 2015).

Por volta de 1990, o Estado de Pernambuco passava por transformações digitais. Porém, em 1994, devido aos impactos ocasionados em decorrência da implementação e dos desdobramentos do



Plano Real, muitas empresas que eram responsáveis por conter boa parte dos profissionais de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC), foram vendidas. A cidade do Recife passou a perder a sua mão de obra para outros estados. Os profissionais que se formavam na área de TIC na Universidade Federal de Pernambuco se deslocavam para outras cidades em busca de oportunidades de emprego.

Diante da situação, foi pensada uma maneira de inibir a ação de “fuga” dos profissionais de Tecnologia da Informação (TI) e ao mesmo tempo, aquecer o mercado de Pernambuco com oportunidades de emprego. Segundo COSTA (2018), inúmeras foram as tentativas para solucionar as problemáticas enfrentadas pela cidade do Recife. Mas, foi apenas no ano de 2000, que o Governo do Estado de Pernambuco lançou o projeto Porto Digital, resultante de uma operação envolvendo o setor público, privado e acadêmico, constituindo o modelo *Triple Helix* (Costa, 2018). Seu surgimento tinha por objetivo ser uma política pública para o desenvolvimento do setor de TI no Estado de Pernambuco e proporcionar um ambiente tecnológico com boas infraestruturas, para o desenvolvimento de projetos inovadores.

Vários foram os incentivos do Governo do Estado de Pernambuco para o êxito do PD, entre eles estão os incentivos fiscais, os recursos financeiros e pelo menos quatro prédios do Estado de Pernambuco foram gratuitamente concedidos ao PD para a captação de empresas de Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) e empresas de Economia Criativa (EC) (LORETO, 2016).



Atualmente, o PD vem desenvolvendo um ambiente favorável para o crescimento dos seus negócios, no Bairro do Recife. Com programas de mobilidade urbana, que utilizam TICs visando a sustentabilidade dos serviços urbanos. Além do projeto de compartilhamento de bicicletas, estimulando o uso de bicicletas como meio de transporte para deslocamentos curtos e como forma de contemplar a cidade, com mudanças de hábitos, contribuindo para a redução de gases poluentes.

Os autores Wojahn, Prada, Martinez e Filho (2019), consideram essas ações uma forma de melhorar a qualidade de vida das pessoas que circulam pelo bairro. Sendo consideradas por eles, práticas inovadoras por terem uma percepção social no seu entorno. As mudanças ocasionadas no Bairro do Recife pelas atividades tecnológicas do PD, refletem em um novo andamento urbano, com rotinas impensáveis há alguns anos, ressignificando completamente o bairro.

Turismo e lazer no Bairro do Recife: uma visão atual

Com áreas marcadas por um expressivo patrimônio cultural, o Bairro do Recife é uma somatória das etapas de sua formação ao longo da história. Caminhar pelas ruas do bairro, permite ao visitante contemplar um dos mais significativos conjuntos arquitetônicos e urbanísticos da cidade do Recife (SILVA e OLIVEIRA, 2015).

A praça do Rio Branco ou Praça do Marco Zero, como é conhecida, possui um grande painel no formato de rosa-dos-ventos de autoria do artista plástico Cícero Dias em seu piso, onde está localizado



no centro do painel o Marco Zero que representa o início das estradas de Pernambuco. Do Marco Zero, ainda é possível visualizar a linha de recifes, onde se encontra o Parque de Esculturas Brennand, podendo ser visitado no percurso por terra ou por travessia em embarcações. O parque abriga obras de cerâmica e bronze do artista pernambucano Francisco Brennand (SOUZA e LAPA, 2015).

Do conjunto arquitetônico que contempla o Marco Zero, é possível destacar duas obras construídas entre 1912 e 1915, são elas: o antigo edifício da Bolsa de Valores (onde, atualmente, está localizada a Caixa Cultural de Recife) e a Associação Comercial do Recife. Ao sul do bairro, encontra-se o Cais da Alfândega, uma construção do século XIX. Atualmente, o Cais da Alfândega é voltado para o lazer e contemplação (SILVA e OLIVEIRA, 2015).

No Cais também é possível contemplar alguns dos mais significativos edifícios do Bairro do Recife. O Paço Alfândega é um deles e está localizado às margens do Rio Beberibe. Sua construção data de 1732 e é tombada pelo Patrimônio Histórico Nacional. Atualmente, o edifício opera como um Shopping e figura como um dos principais pontos turísticos do Bairro do Recife.

A Igreja Madre de Deus é considerada monumento nacional e é uma das mais importantes edificações religiosas da cidade do Recife. Por sua vez, o Edifício Chanteclair contempla as edificações mais significativas do Bairro do Recife, sua construção se deu por volta do início do século XX, sendo construído para uso multifamiliar (Iphan, sd).



No que se refere à porção central da ilha, encontra-se ainda a rua do Bom Jesus, anteriormente conhecida como a antiga rua dos Judeus. Essa rua carrega suas características iniciais, com sobrados altos e estreitos, sendo preservada a sua volumetria colonial ao longo do tempo (SILVA e OLIVEIRA, 2015). Nessa mesma rua, há uma construção histórica marcada pela influência judaica, a Sinagoga Kahal Zur Israel, atualmente está aberta para visitas, onde podem ser vistos alguns aspectos da religião judaica. Indo em direção ao norte da ilha, se encontra à praça Arthur Oscar, lugar de encontros e fluxos, repleto de árvores frondosas.

O observatório astronômico Torre de Malakoff se encontra em um dos lados da Praça do Arsenal e sua construção foi realizada no ano de 1837, atualmente no local, poder ser realizadas observações astronômicas ou a contemplação do bairro de acordo com o Iphan (sd). O Teatro Apolo está localizado na rua do Apolo, e foi construído entre os anos de 1839 e 1843, ele é um dos símbolos do Recife das primeiras fachadas em estilo classicista imperial. No norte da ilha, há duas importantes edificações que são reconhecidas como monumentos nacionais, a Igreja Nossa Senhora do Pilar construída em 1680 e o Forte do Brum construído em 1629 (SOUZA e LAPA, 2015).

Além do seu rico patrimônio cultural material, o bairro se destaca por seus patrimônios imateriais e por suas manifestações culturais da tradição pernambucana. Músicas, danças, festividades carnavalescas, juninas, natalinas e eventos como feiras nas ruas fazem do bairro um importante espaço cultural. A preservação de aspectos históricos e



culturais do Bairro do Recife, contribuem para a demanda turística e práticas de lazer (FUNARI e PELEGRINI, 2009).

De acordo com Silva e Oliveira (2015), o turismo cultural vem alcançando prestígio no cenário pernambucano por conta do rico acervo histórico-cultural, os autores também apontam a importância desse patrimônio para a comunidade local bem como os turistas, ao perceberem a importância histórica da cidade. Ainda segundo os autores, a Secretaria de Turismo (SETUR) da cidade do Recife vem investindo na atratividade do bairro, fazendo com que o turista permaneça ao máximo no local. Essas atividades vão desde circuitos culturais, gastronômicos a circuitos de visitação de museus e igrejas.

Muitas intervenções voltadas para a preservação do patrimônio estão sendo utilizadas na prática do turismo. Porém, de acordo com Souza e Lapa (2015), essas intervenções não contribuem em especial para o Bairro do Recife e para a melhoria do seu desenvolvimento humano. Alguns fatores que contribuem para essa problemática foram considerados pelos autores, entre eles estão o primeiro projeto de revitalização do Bairro do Recife, visando novos usos para dar continuidade ao patrimônio construído no bairro, entre esses serviços estavam previstos o turismo, o lazer e a cultura.

Os autores explicam que foi a partir desse plano que o bairro ganhou sua valorização por metro quadrado, a partir da qual, segundo Lacerda (2007), prevaleceram os interesses da elite político-econômica recifense, do trade de turismo e dos empresários locais, excluindo a maioria da população. Outro fator que cooperou para esse cenário,



segundo Silva e Oliveira (2015), é a qualidade de vida, que deve ser considerada para toda a população, no entanto, os autores afirmam que os processos de melhorias do Bairro do Recife só contemplaram as classes sociais com alto poder aquisitivo. Por fim, outro fator que favoreceu o cenário de disputas e resistências foi a implementação do PD. Em sua maioria, os empregos ofertados pelo parque requerem alta especialização, como mestrado e doutorado, ficando incompatível com a realidade de alguns moradores locais mais carentes.

Por outro lado, os prédios históricos do bairro foram revitalizados para abrigarem equipamentos turísticos focados na prestação de serviços de lazer e comercial (shopping center, restaurantes, bares sofisticados e centros culturais) e não contemplam discussões sobre a função social das construções do bairro e o impacto em questões de moradia, por exemplo. Essa oferta de produtos e serviços voltados para turistas e residentes com alto poder de compra, forma, de acordo com Souza e Lapa (2015), um centro histórico excludente e inacessível à população de baixa renda.

A partir de Simões (2016), é possível compreender que atualmente, os espaços de lazer, estão configurados politicamente, socialmente, economicamente e culturalmente, assim as relações de controle e poder que são estabelecidas neles determinam seus usos e formas. Segundo Allis (2014), os gestores locais assumem um papel de empreendedores urbanos, essa mudança traz algumas vantagens para o capital investidor, que no que lhe concerne, articulam-se em projetos de requalificação e tantos outros “Res” urbanos, com aparência salvacionista, se tornando a solução para todos os problemas urbanos.



Procedimentos Metodológicos

O presente estudo é um recorte de dissertação que tem por finalidade, apresentar os principais resultados acerca do turismo e das práticas de lazer do Bairro do Recife a partir da influência do Porto Digital. Para alcançar os objetivos, a pesquisa adotou o paradigma interpretativista, se caracterizando como uma pesquisa qualitativa. Em um primeiro momento, foi utilizado fontes de dados primários e secundários para a compreensão da problemática. Após esse processo, a pesquisa utilizou a técnica de coleta de dados, entrevistas semiestruturadas. As entrevistas semiestruturadas (LAVILLE e DIONNE, 1999) foram realizadas a partir de um roteiro com perguntas abertas que dialogavam sobre as transformações do Bairro do Recife a partir da implementação do Porto Digital e como essas transformações impactam o turismo e lazer daquela localidade. Dessa forma, foram realizadas cinco entrevistas. Os dados foram analisados de forma descritiva, contando com quadros para elucidar as respostas dos entrevistados.

A primeira entrevista foi realizada com um dos responsáveis pela implementação do parque tecnológico PD. A escolha por este entrevistado, se estabeleceu por sua participação desde o começo da ideia de implementação e desenvolvimento do Porto Digital, sendo de grande importância suas contribuições acerca desse processo. A entrevista foi realizada através da plataforma de videoconferência Google Meet e teve duração de 1 hora e 30 minutos.

A segunda entrevista foi realizada com o atual gerente Geral do Bairro do Recife, através do aplicativo WhatsApp que possui entre as suas



funções o recurso de videoconferência. A escolha por este entrevistado foi devido a sua atuação no Bairro do Recife. Dessa forma, subentende-se que o mesmo possa contribuir com informações importantes para o andamento desta pesquisa. A duração da entrevista foi de 1 hora e 20 minutos.

A terceira entrevista foi realizada com o atual Diretor do Porto Digital, essa entrevista foi realizada por videoconferência pela plataforma do Google Meet, com duração de 40 minutos. A escolha do entrevistado ocorreu por sua atual participação na gestão do Porto Digital, sendo o mesmo responsável pelas principais tomadas de decisões que influenciam a dinâmica urbana do Bairro do Recife.

Já o quarto entrevistado, foi o ex-diretor do Porto Digital. A escolha de entrevista o ex. diretor do parque tecnológico, ocorreu por seu tempo de gestão que durou mais de 10 anos, compreendendo assim, a importância de suas contribuições para o andamento e finalização desta pesquisa. A entrevista foi realizada através de ligação por telefone e teve duração de 1 hora e 10 minutos.

A quinta e última entrevista, foi realizada com a atual Secretária de Turismo, Esporte e Lazer do Recife, através de ligação telefônica com duração de 1 hora. A escolha por contemplar a entrevistada, foi devido a sua influência com os processos de desenvolvimento do turismo e lazer no Bairro do Recife, compreendendo assim, a sua entrevista de grande importância para o andamento desta pesquisa. Concluindo assim, 5 entrevistas realizadas que possibilitaram o desenvolvimento e contribuíram para a finalização desta pesquisa.



Resultados e Discussão

Os entrevistados receberam codificações da seguinte forma: E1, E2, E3, E4, E5, e a partir disso, foi possível alcançar aos seguintes resultados:

Atração de empresas do Porto Digital no Bairro do Recife

Durante as entrevistas, verificou-se as seguintes afirmativas com relação a atração de empresas do Porto digital ao Bairro do Recife. Quando perguntou aos gestores quais fatores foram importantes para a instalação do Porto Digital no Bairro do Recife? Foi possível alcançar as seguintes respostas:

E1: Localização estratégica e os incentivos fiscais, incentivos na parte de impostos atraiu grandes empresas e acabaram criando esse polo de tecnologia no Bairro do Recife. Outro fator sem dúvida é por ser um bairro histórico e conter equipamentos culturais e turísticos;

E2: As edificações e saneamento básico foram importantes totalmente, apesar de ser um bairro decadente naquela ocasião completamente, abandonado, depois que o porto da cidade saiu dali e foi para Suape, você já tinha toda uma infraestrutura urbana;

E3: As edificações, a disponibilidade de imóveis, são prédios antigos, porém prédios bem construídos e fáceis de serem reformados, que tinham o saneamento já pronto;

E4: O principal fator é a mão de obra e por ser um bairro histórico que abriga serviços de lazer e turismo;

E5: Mão de obra local representa uma importância muito alta, tanto que hoje o nosso drama, eu diria que é o problema do crescimento.

As respostas dos entrevistados, apontam que a instalação do Porto Digital no Bairro do Recife foi influenciada por diversos fatores.



Dentre eles, destacam-se a localização estratégica do bairro, os incentivos fiscais concedidos, a infraestrutura urbana razoável, a disponibilidade de imóveis bem construídos e o saneamento existente. Além disso, fatores como mão de obra qualificada e presença de serviços de lazer e turismo também foram apontados como importantes. Em resumo, a instalação do Porto Digital no Bairro do Recife foi resultado de uma combinação de fatores que propiciaram um ambiente favorável ao desenvolvimento do polo de tecnologia na região.

Turismo, lazer e as mudanças territoriais no Bairro do Recife

Aos entrevistados, perguntou-se sobre os impactos do porto digital no Bairro do Recife, a partir do questionamento: como as medidas adotadas para a instalação do Porto Digital, impactaram o Bairro do Recife? Alcançando assim as seguintes respostas:

E1: Eu acho que é a utilização do bairro por pessoas o dia inteiro, as empresas de tecnologia muitas delas trabalham nos finais de semana, trabalham a noite, era o que a gente precisava para o bairro;

E2: O primeiro a revitalização de imóveis, o patrimônio arquitetônico edificado que é um componente para a cultura de qualquer lugar. O segundo

foi, por conta disso e em paralelo a isto a chegada de empresas para repovoar o bairro com gente nova, com proposta nova, com a indústria que não é poluente, indústria que não requer muito espaço, muita superfície e aí é um jogo, quando mais empresas chegavam mais imóveis eram restaurados e quanto mais imóveis eram restaurados, preparados e requalificados para receber as empresas mais empresas chegavam;

E3: mudou completamente, é um bairro urbano, vamos dizer assim, é um bairro de moradia, isso já é a próxima etapa que a gente tá fazendo agora, inclusive não sei se você sabe, mas está tendo o projeto agora chamado Moinho, acho que o Moinho vai ser a pedra fundamental para esse novo modelo do Bairro do Recife, onde vai ter moradia, hotel, temos dois hotéis para se instalar lá e por aí vai;

E4: Em tudo, na vivência, na ambientação, na reforma de prédios, de tudo. O bairro estava muito vazio quando chegamos aqui;

E5: Elas impactaram muito, dando vida urbana ao Bairro do Recife.

As medidas adotadas para a instalação do Porto Digital de acordo com os respondentes, impactaram positivamente o Bairro do Recife de diversas maneiras. Houve a revitalização de imóveis, preservando o patrimônio arquitetônico edificado e a chegada de empresas de tecnologia, que repovoaram o bairro com pessoas e trouxeram novos projetos sem acompanhamento e sem a necessidade de ocupar muito espaço. Isso resultou em um efeito dominó, em que quanto mais empresas chegavam, mais imóveis eram restaurados para recebê-las.

Além disso, houve mudanças na vivência e ambientação do bairro, trazendo mais vida urbana e preparando o terreno para novos projetos, como o Moinho, que incluirá moradia e hotéis. Portanto, a partir das respostas dos entrevistados, é possível compreender que as medidas adotadas para receber o Porto Digital impactaram positivamente o Bairro do Recife em diversos aspectos, revitalizando a área e trazendo novas possibilidades de moradia e trabalho.

A ressignificação do Bairro do Recife está associada à conversão do uso portuário, para o uso de serviços e novas funções, que divergem completamente das funções originais do bairro. Essas novas funções estão



ligadas às intervenções no tecido urbano do Bairro do Recife que apresentam muitas vezes o prefixo [re] e buscam modificar aspectos que corroboram para a desvalorização dos espaços centrais, de acordo com os interesses dos agentes atuantes.

Muitos termos são utilizados na tentativa de explicar as mudanças ocorridas no Bairro do Recife. De acordo com a literatura, a palavra revitalização aparece como pioneira das primeiras investidas de conversão dos usos do bairro, através das recuperações de imóveis e investimentos em atividades econômicas. Em outros momentos, a renovação urbana aparece como forma de manutenção e estabelecendo relações integradas e conjuntas para a formação de uma nova vida.

Outro ponto é a vida urbana, dar vida urbana a um bairro central histórico, como o Bairro do Recife, representa preservar raízes culturais, costumes e tradições, das populações que fizeram parte da construção dessa história. Porém, como processo natural dos avanços da humanidade, muitos desses costumes se perderam no tempo, mas, boa parte deles ainda podem ser preservados para as futuras gerações através dos seus monumentos históricos. As áreas centrais, são áreas que sofrem com problemas de despovoamento, deterioração, declínio da economia e degradação. Com o Bairro do Recife não foi diferente, o bairro já passou por “altos e baixos” em sua existência e por muito tempo sofreu com a má utilização dos seus espaços urbanos e que estagnou a sua economia.

O território habitável é outro ponto mencionado pelos entrevistados. Para garantir um território habitável, se faz necessário ações de melhorias e manutenção que tragam qualidade de vida para as pessoas locais. O Porto Digital possui diversos projetos de melhorias, assim como



de competitividade, que abrange os setores de Tecnologia da Informação e Economia Criativa.

Existem também, ações que visam o bem-estar da população e a sustentabilidade. As ações que são realizadas pelo Porto Digital no Bairro do Recife, discorrem por inovação aberta, desenvolvimento socioambiental, mobilidade urbana, atração e desenvolvimento de novos empreendimentos, etc., para Wojahn; Prada, et al. (2009), as ações do Porto Digital que utilizam TICs, melhoram a qualidade de vida dos cidadãos que circulam no 94 Bairro do Recife, essas ações são consideradas inovadoras pelos autores, por utilizarem a percepção social em seu entorno.

O fluxo de pessoas, é uma das mudanças atribuídas ao Bairro do Recife através da implementação do Porto Digital. A maioria das pessoas que compõem os fluxos diários do Bairro do Recife, são colaboradores do Porto Digital. Essas pessoas são responsáveis por trazerem movimento ao bairro e atrair outras empresas para suprir suas necessidades. A partir desses fluxos de pessoas, o bairro vai se tornando ativo, ganhando visibilidade de potenciais investidores, visitantes e turistas.

Centro de inovação, tecnologia e outros, também são mencionados pelos entrevistados, o Porto Digital traz para o Bairro do Recife mudanças tecnológicas através dos seus centros de inovação e tecnologia, essas mudanças são resultadas de sua atração por empresas tecnológicas. Os centros de inovação e tecnologia do Porto Digital utilizam o Bairro do Recife como um laboratório a céu aberto e testam seus experimentos tecnológicos no bairro de modo a analisarem sua eficácia e aceitabilidade



Os Equipamentos turísticos, são mencionados pelos entrevistados. Os equipamentos destinados à programação turística, em geral, que são associadas a atividades recreativas, hospedagem, alimentação, lazer, etc., contribuem para atração de visitantes e turistas à localidade. O Bairro do Recife possui conjuntos arquitetônicos e urbanísticos que vislumbram os olhares de quem os visita, um deles é o Instituto Cultural Branco Real, a Bolsa de Valores e a Associação Comercial do Recife, obras construídas entre 1912 a 1915. Ao sul do Bairro pode ser encontrado o Cais da Alfândega, construção do século XIX, que atualmente possui atividades de lazer e contemplação.

O Paço Alfândega, conhecido como Shopping Alfândega é um dos mais significativos edifícios do Bairro do Recife, ele é tombado pelo IPHAN e conhecido como um dos principais pontos turísticos do bairro. Há outros monumentos históricos que compõem o conjunto arquitetônico do bairro e que despertam os olhares de visitantes e turistas.

Quando perguntou aos entrevistados, se esses impactos foram positivos ou negativos? E o porquê? Foi alcançado as seguintes respostas:

Quadro 1: turismo e lazer no Bairro do Recife e as mudanças territoriais

Entrevistados	Respostas
E1	<i>Foram positivos, porque trouxeram ao bairro do Recife uma nova perspectiva de vida urbana.</i>
E2	<i>Positivos, porque fizeram o bairro ressurgir.</i>
E3	<i>Foi completamente positivo, o maior impacto foi trazer as pessoas ao bairro.</i>
E4	<i>Foram muito positivos, deram vida ao Bairro do Recife.</i>
E5	<i>Esses impactos tornam-se muito positivos, para quem conheceu o bairro nos anos 80 e 90, era completamente sem vida urbana.</i>

Fonte: elaborado pela pesquisa, 2023.



Com base nas respostas fornecidas pelos entrevistados foi possível perceber que todos eles consideram que os impactos foram positivos para o Bairro do Recife. As principais razões citadas pelos entrevistados incluem a construção de uma nova perspectiva de vida urbana, o ressurgimento do bairro, o aumento do fluxo de pessoas e a criação de uma atmosfera mais vibrante e animada.

É possível compreender a justificativa a partir dos entrevistados, o fato de que o bairro se tornou mais movimentado e atrativo, sugerindo que a dinâmica urbana é um aspecto importante para a qualidade de vida das pessoas. Além disso, é notável que alguns dos entrevistados compararam a situação atual do bairro com a época anterior, destacando que houve uma melhora significativa.

Portanto, as respostas indicam que os impactos foram percebidos como positivos pelos entrevistados, uma vez que, trouxeram melhorias para a vida urbana e para a qualidade de vida das pessoas que vivem ou frequentam o Bairro do Recife.

Prospecção local do Bairro do Recife para turismo e lazer

O Bairro do Recife possui uma vida e rotinas que até alguns anos atrás eram impensáveis. De grande visibilidade pública para vários tipos de eventos, o bairro passa a atribuir opções de lazer, entretenimento e turismo, tudo isso devido aos agentes institucionais que atuam ali. Aos entrevistados foi realizada a seguinte pergunta: quais ações realizadas pelo Porto Digital impactaram e impactam o turismo e lazer do Bairro do



Recife? De que forma essas ações impactam? Obtendo as seguintes respostas:

Quadro 2: Prospecção do Bairro do Recife para turismo e lazer

Entrevistados	Respostas
E1	<i>Eu acho que esse trabalho do Porto Digital, de ocupação dos imóveis e requalificações, são fundamentais pra que a população, tenha uma cidade mais conservada, para que tenha uma história preservada, para mostrar aos turistas e visitantes. O Porto Digital, desempenha um papel fundamental nessa questão de ocupação e requalificação dos imóveis.</i>
E2	<i>Ao restaurar o lugar, ao requalificar o bairro, do ponto de vista urbanístico, do ponto de vista arquitetônico, do ponto de vista das pessoas, de ter movimentação de pessoas e com isso atrair novas atividades complementares, como: comércio, serviço, etc., você dá vida a um pedaço do potencial turístico tremendo que foi e é o Bairro do Recife. Um bairro que hoje é um ativo turístico na cidade do Recife para o morador da cidade e visitantes.</i>
E3	<i>Ocupação de todo o Bairro do Recife, porque o Porto Digital, trouxe vida ao bairro, e você trazendo vida a uma localidade, você precisa trazer infraestrutura, as pessoas precisam se alimentar e assim, vai criando uma série de outros negócios importantes.</i>
E4	<i>O Porto Digital, entre as suas contribuições, ajuda a organizar os setores de bares e restaurantes do Bairro do Recife, contribui para um bom atendimento dos visitantes.</i>
E5	<i>O evento "REC'n'Play que atrai mais de 30 mil pessoas durante os 4 dias de evento. O Porto Digital criou um evento que atrai especialmente os jovens para o Bairro do Recife. Você não precisa ter uma atividade turística, apenas quando se tem um projeto de turismo para o local. Você só tem turismo se você tiver vitalidade no lugar, o que o Porto Digital trouxe foi vitalidade.</i>

Fonte: elaborado pela pesquisa, 2023.



Com base nas respostas fornecidas pelos entrevistados, pode-se perceber que as ações realizadas pelo Porto Digital tiveram resultados positivos no turismo e lazer do Bairro do Recife. Os entrevistados destacam que as ações de ocupação e requalificação dos imóveis realizadas pelo Porto Digital foram fundamentais para preservar a história e a arquitetura do bairro, o que atrai turistas e visitantes a conhecer a cultura e o patrimônio da cidade.

Além disso, os entrevistados destacaram que a ocupação do bairro pelo Porto Digital trouxe vida e vitalidade para o local, o que é importante para o desenvolvimento de atividades complementares, como comércio, serviços e gastronomia, que são importantes para o turismo e lazer. Outro ponto mencionado pelos respondentes, é a organização dos setores de bares e restaurantes do bairro pelo Porto Digital, o que contribui para um bom atendimento dos visitantes. Além disso, o evento “REC'n'Play” criado pelo Porto Digital atrai jovens para o Bairro do Recife, o que mostra a importância de criar eventos e atividades que atraiam diferentes públicos para o bairro.

Portanto, as ações realizadas pelo Porto Digital tiveram um impacto positivo no turismo e lazer do Bairro do Recife, contribuindo para a preservação do patrimônio histórico e arquitetônico, e para o desenvolvimento de atividades complementares e eventos que atraem diferentes públicos para o local.



Considerações Finais

O presente estudo teve por objetivo, analisar o turismo e as práticas de lazer do Bairro do Recife a partir da influência do Porto Digital (PD). Portanto, o objetivo proposto foi alcançado, contribuindo com informações que foram essenciais para os discursões entorno da temática. Obtendo assim, resultados que podem contribuir com futuras pesquisas na área acadêmica.

Dessa forma, as ações do Porto Digital contribuíram e contribuem para o turismo e lazer do Bairro do Recife de diversas maneiras. Em primeiro lugar, a ocupação e requalificação da parte histórica do bairro, preservando a história e a arquitetura local, o que atrai turistas e visitantes, destinados a conhecer a cultura e patrimônio da cidade.

Além disso, a ocupação do Bairro do Recife pelo Porto Digital trouxe vida e vitalidade para o local, o que é importante para o desenvolvimento de atividades complementares, como comércio, serviços e gastronomia, que são importantes para o turismo e lazer. A organização dos setores de bares e restaurantes do bairro pelo Porto Digital também contribui para um bom atendimento dos visitantes.

A realização de eventos criado pelo Porto Digital atrai jovens para o Bairro do Recife, o que mostra a importância de criar eventos e atividades que atraiam diferentes públicos para o bairro. Essas iniciativas promovem o turismo, o lazer, o entretenimento dos visitantes e moradores locais, além de estimularem a economia local.

Nesse sentido, as ações do Porto Digital no Bairro do Recife contribuem para o turismo e lazer por meio da preservação do patrimônio



histórico e arquitetônico, desenvolvimento de atividades complementares e eventos que atraem diferentes públicos para o local, e estimulam à economia local.



REFERÊNCIAS

- ALLIS, T. Viajantes, visitantes, turistas. Em busca de conceitos em um mundo urbano. **Caderno virtual de turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 1, p. 23-38, novembro 2014.
- COSTA, A. B. C. S. D. A territorialização no processo de desenvolvimento econômico e regional em Recife: o caso do Porto Digital. **Monografia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, agosto 2018.
- GREGÓRIO, G. M. O Caso da Primeira Indicação Geográfica de Serviço: Um Estudo. **Dissertação de mestrado em desenvolvimento territorial e políticas Públicas (Universidade Rural do Rio de Janeiro)**, Seropédica -RJ, 2015.
- LACERDA, N. Intervenções no Bairro do Recife e no seu entorno: indagações sobre a sua legitimidade. **Sociedade e estado**, v. 22, n. 1, p. 621-646, 2007.
- LAVILLE, C.; DIONNE, J. **A construção do saber: manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas**. I. ed. Porto Alegre: UFMG, v. I, 1999. 340 p.
- LIMA, A. M. S.; ARAÚJO, N. D. R. A cidade de papel: Uma investigação do morar no Bairro do Recife Antigo. **Anais do I Seminário Nacional de Sociologia da UFS**. Sergipe, p. 124-135, abril 2016.
- LORETO, M. K. Do açúcar aos Terabytes significados e custos da modernização do Porto e do Bairro do Recife. **Dissertação de mestrado em planejamento urbano e regional (Universidade Federal do Rio de Janeiro)**, Rio de Janeiro, 2016.
- PEREIRA, L. D. S. Utilização de ferramentas e serviços google para o desenvolvimento de projetos de engenharia, arquitetura e urbanismo. **Universidade Presbiteriana Mackenzie - Unidade Acadêmica - Curso de Engenharia civil**, São Paulo/SP, 2015. Disponível em: Acesso em: 15 ago. 2020.
- SILVA, V. R. D.; OLIVEIRA, C. A. D. Atividade Turística na cidade do Recife: Levantamento e diagnóstico de sítios arqueológicos. **Revista de Arqueologia Pública**, Campinas, SP, v. 9, n. 2, p. 3-18, dezembro 2015.
- SIMÕES, P. O turismo e o lazer na cultura de consumo: impactos nas variáveis do tempo e no espaço. **Imprensa da Universidade de Coimbra**, Coimbra, 2016.
- SOUZA, L. H.; LAPA, T. A. O processo de revitalização e atividade turística no “Bairro do Recife” (Recife, Pernambuco, Brasil): interposições ao desenvolvimento humano no contexto das teorias das cidades sustentáveis e da Conservação Integrada. **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v. 8, n. 1, p. 124-144, janeiro/abril 2015.
- WOJAHN, R. M. et al. Mobilidade urbana no programa ITgreen: perspectiva das Smart Cities. **Projética**, Londrina, v. 10, n. 2, p. 47-62, junho-dezembro 2019.

ORGANIZADORES

SANTIAGO, Zilsa Maria Pinto



Arquiteta e Urbanista pela Universidade Federal do Ceará. Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo. Doutora em Educação pela Universidade Federal do Ceará. Membro do corpo docente do Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design/UFC e do Curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo/UFC. Professora do Departamento de Arquitetura e Urbanismo e Design/UFC. Membro do Grupo de Pesquisa LoCAU - Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização, da Universidade Federal do Ceará. Participa do

Grupo de Pesquisa da UFPE em Ergonomia Aplicada ao Ambiente Construído (CNPQ). Conselheira do CAUCE. Coordenadora da Pesquisa *Cidade Acessível existe? requisitos de acessibilidade universal como fator de inclusão nos vários setores de vivência do cidadão.*

e-mail: zilsa@arquitetura.ufc.br

PAIVA, Ricardo Alexandre



Graduado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Ceará, mestrado e doutorado em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo. Realizou o Pós Doutorado junto ao IST-Universidade de Lisboa/Portugal e no DOCOMOMO International. É Professor do Curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Ceará, Coordenador do Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design da UFC - PPGAU+D-UFC. Coordena o LoCAU (Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização) do DAU-UFC e como integrante do CILITUR (Cidades Litorâneas e Turismo) do MDU-UFPE. É pesquisador do LABCOM (Laboratório de Comércio e Cidade) da FAUUSP. É Membro do Conselho Internacional de Monumentos e Sítios (ICOMOS-BRASIL) e do DOCOMOMO International. É Bolsista de Produtividade PQ2 do CNPq. e-mail: ricardopaiva@ufc.br.

VANZELLA, Elídio



Doutor em modelos de decisão em saúde (Estatística) pela UFPB, mestrado em modelos de decisão em saúde, especialista em gestão de pessoas e graduado em administração. Professor na Unifuturo, orientador para o Programa de Mestrado em Educação da Florida Christian University nos EUA e em 2018 aderiu ao Education Without Borders Program como “Professor Sem Fronteiras”. Pesquisador do GCET-Grupo de Cultura e Estudos em Turismo (base CNPq). e-mail: evanzella@yahoo.com.br

Nota dos organizadores

O serviço de revisão dos manuscritos cabe aos autores dos capítulos. As informações e opiniões contidas nos capítulos não refletem necessariamente a visão dos organizadores e são de responsabilidade de seus autores. Os organizadores esclarecem que a citação total e/ou parcial dos textos contidos na obra deve ser feita de acordo com as normas científicas.



O GCET – Grupo de Cultura e Estudos em Turismo, ligado ao Departamento de Turismo e Hotelaria (DTH) do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA), faz parte da UFPB-Universidade Federal da Paraíba, e do Diretório dos Grupos de Pesquisa do CNPq. Tem o intuito de apresentar temáticas plurais, com foco nas questões de interesse acadêmico e empresarial, contribuindo para uma melhor compreensão do Turismo e da Hotelaria, no contexto do patrimônio cultural, impactos socioculturais, econômicos e ambientais, acessibilidade, marketing, terceira idade, relações interculturais e comportamento do turista.

[Acompanhe o GCET pelas redes sociais](#)

Instagram: [@GCET](#)

Facebook: [@GrupoGcet](#)

YouTube: GCET OFICIAL

Academia.edu: GCET UFPB

Site GCET: <https://www.ufpb.br/gcet>

Para conhecer as outras publicações *open access* acesse nosso catálogo pelo linktree: [Linktr.ee/grupogcet](https://linktr.ee/grupogcet)



O Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal do Ceará PPGAU+D / UFC conta com um curso de Mestrado Acadêmico que iniciou suas atividades em agosto de 2015. O PPGAU+D tem como Área de Concentração a Produção do Espaço Urbano e Arquitetônico, que se desdobra em três Linhas de Pesquisa: Linha de Pesquisa 01: Planejamento Urbano e Direito à Cidade; Linha de Pesquisa 02: Teoria e História da Arquitetura, do Urbanismo e da Urbanização; e Linha de Pesquisa 03: Modelagem e Design da Informação. O PPGAU+D-UFC através do seu corpo de professores e pesquisadores constitui um espaço de pesquisa, reflexão crítica, produção de conhecimento, no contexto histórico e geográfico de sua abrangência busca contribuir na formação para a docência e pesquisa, lastreada na compreensão dos processos de produção social do espaço, de intervenção arquitetônica e urbanística nas suas mais variadas escalas.

[Acompanhe o PPGAUD pelas redes sociais](#)

https://instagram.com/ppgaud_ufc?igshid=YmMyMTA2M2Y=@ppgaud_ufc

<https://ppgaud.ufc.br/pt/>



O LoCAU - Laboratório de Crítica em Arquitetura, Urbanismo e Urbanização_UFC - tem como objetivo a realização de estudos e pesquisas sobre a produção e o consumo do espaço na contemporaneidade à luz de uma perspectiva crítica e histórica das manifestações socioespaciais da arquitetura, do urbanismo e da urbanização. Embora as análises considerem a multiescalaridade da produção e consumo do espaço, destacam-se alguns temas específicos. O LoCAU foi criado para fortalecer o Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo e Design da UFC - PPGAU+D-UFC, e acolher as pesquisas a serem desenvolvidas pelo corpo discente. Embora o LoCAU constitua um ambiente para discussão teórica e crítica, incorpora também a importância do projeto e da intervenção no espaço com o intuito de criar subsídios para a melhoria da qualidade da arquitetura e do urbanismo no âmbito local.

[Acompanhe o LoCAU pelas redes sociais](#)

https://instagram.com/locau_ufc?igshid=YmMyMTA2M2Y=@locau_ufc



T&H
Turismo & Hotelaria