

A INFLUÊNCIA DO DESIGN DE INTERIORES NA EXPERIÊNCIA DOS HÓSPEDES: UMA PESQUISA BIBLIOGRÁFICA

Data de aceite: 01/07/2024

Fernanda Silva Pimenta

Giovana Gonçalves da Rosa

Tereza Cristina Benevenuto Lauterio

RESUMO: Este Trabalho de Conclusão de Curso, teve como objetivo principal verificar produções acadêmicas brasileiras referentes às experiências do hóspede em relação ao design de interiores em meios de hospedagem. Para tanto, foram analisados 4 artigos publicados em revistas científicas, utilizando como fonte as bases de dados: Banco de Teses e Dissertações - CAPES, Caderno Virtual do Turismo, Revista Hospitalidade, Livro "Turismo e Hotelaria no contexto da Arquitetura e Urbanismo - Universidade Federal do Ceará, considerando as palavras-chave: Experiência, Design de Interiores, Hotelaria, Design de interiores em meios de hospedagem. Após a análise dos resultados, quanto aos critérios de escolha, consideraram as publicações que atenderam a temática do estudo, publicadas na íntegra, com textos completos disponíveis, sendo artigos científicos no idioma: português, publicados entre 2012 a 2023. Os textos analisados trabalham

artigos que explicam como o design de interiores afeta diretamente a expectativa e experiência do hóspede.

PALAVRAS-CHAVE: Experiência, Design de Interiores, Hotelaria, Design de interiores em meios de hospedagem.

INTRODUÇÃO

Planejar e organizar espaços buscando trazer um traço de personalidade de quem faz tal ação é característico dos projetos de design de interiores. Cada vez mais em vários ambientes, incluindo os meios de hospedagem, busca-se realizar projetos que visam o encontro da arquitetura com a experiência ativa do hóspede, nestes estabelecimentos, a organização e promoção de projetos desta natureza possibilitam experiências sensoriais.

É notável compreender como o design de interiores está intimamente ligado à expectativa e a experiência do viajante/turista. Em uma viagem, a organização espacial do meio de hospedagem (MH) deve contribuir para os diversos estímulos

sensoriais, que afetam o turista. Neste sentido, o design de interiores pode prover ainda mais nessa experiência, sendo que o hóspede busca, ao sair de sua residência, conforto, bem estar e conexão com o espaço.

No mercado hoteleiro, os MH que possuem um design diferenciado, se sobressaem em relação a empreendimentos concorrentes, a fim de que consigam suprir às necessidades dos clientes ao mesmo tempo que atendem às expectativas dos hóspedes. Essa postura condiz com sua personalidade exclusiva, através de uma arquitetura sensorial que deve ser pensada com a intenção de cativar o hóspede.

O interesse da maioria das pessoas ao sair de sua residência e se hospedar em algum empreendimento hoteleiro, surge com a intenção de buscar mais do que conforto, os clientes querem algo novo, diferente daquilo que é vivenciado no dia-a-dia, eles anseiam por serviços que tornem sua experiência memorável.

Diante do exposto, este trabalho realizará uma pesquisa bibliográfica em artigos científicos. Como norte para o estudo, busca-se responder a seguinte questão: Como o design de interiores pode influenciar nas experiências de viajantes que se hospedam em meios de hospedagem?

O estudo tem por objetivo verificar produções acadêmicas brasileiras referentes às experiências do hóspede em relação ao design de interiores em meios de hospedagem. Buscando responder ao objetivo geral, os específicos são: Realizar levantamento de artigos publicados sobre a temática nas bases de dados: Banco de Teses e Dissertações - CAPES, Caderno Virtual do Turismo, Revista Hospitalidade, Livro “Turismo e Hotelaria no contexto da Arquitetura e Urbanismo - Universidade Federal do Ceará. Fazer a leitura prévia para seleção dos artigos; e posteriormente, proceder a leitura crítica e análise dos artigos selecionados.

O referencial que embasa o trabalho está pautado nas reflexões sobre meios de hospedagem, design de interiores, bem como na experiência dos hóspedes.

MEIOS DE HOSPEDAGEM

Meios de hospedagem são estabelecimentos comerciais que oferecem serviços de alojamento temporário para turistas e viajantes, durante períodos curtos ou até em longas temporadas. Sua principal função é oferecer conforto, bem estar e segurança, durante a estadia do cliente (RIBEIRO, 2011).

O Ministério do Turismo - MTUR (2008), conceitua os Meios de Hospedagem como:

[...] empreendimentos ou estabelecimentos, independentemente de sua forma de constituição, destinados a prestar serviços de alojamento temporário, ofertados em unidades de frequência individual e de uso exclusivo do hóspede, bem como outros serviços necessários aos usuários, denominados de serviços de hospedagem, mediante adoção de instrumento contratual, tácito ou expresso, e cobrança de diária (BRASIL, 2008).

Quanto à organização espacial, Ribeiro (2011 p. 28) indica que um MH

É um estabelecimento comercial de hospedagem, que oferece aposentos mobiliados, com banheiro privativo, para ocupação iminente ou temporária, oferecendo serviço completo de alimentação, além dos demais serviços inerentes à atividade hoteleira.

Em qualquer hotel, a unidade habitacional é considerada o principal produto à venda, sendo definida como “espaço compreendido pelo quarto de dormir e o banheiro, colocado à disposição do hóspede, mediante pagamento de diárias, nos estabelecimentos de hospedagem, também conhecido por apartamentos de hotel”. Entende-se por diária “o preço de hospedagem correspondente à utilização da UH dos serviços incluídos, por um período básico de 24 horas, observados os horários fixados para entrada (*check-in*) e saída (*check-out*)” (CÂNDIDO; VIEIRA, 2003 s.p).

Campos (2005) ressalta que, os meios de hospedagem de maneira geral, possuem diferentes características para atender diversos segmentos de clientes, por tipo de atividade, localização ou simplesmente por nível de renda, assim como qualquer outro tipo de produto ou serviço. Esse direcionamento relaciona-se com a hospitalidade, também abordada junto à percepção dos hóspedes em um MH.

O termo hospitalidade denota a capacidade de um indivíduo ou local de ser acolhedor e atencioso com os hóspedes, com foco em sua perspectiva. No entanto, é evidente que a hospitalidade envolve mais do que apenas receber alguém. Os atos de receber e mostrar hospitalidade são muito mais complicados do que apenas dar as boas-vindas aos visitantes; eles implicam a fusão ou ligação de culturas, tradições e pessoas distintas. É uma relação dinâmica de troca de valores e experiências entre o visitante e o visitado (CAMPOS, 2008).

Segundo Gotman (2001),

A hospitalidade é fundamentalmente o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por qualquer motivo esteja fora de seu local de domicílio. A hospitalidade é uma relação especializada entre dois protagonistas, aquele que recebe e aquele que é recebido, mas não é somente isso, ela implica na relação entre um ou mais hóspedes de uma organização, colocando a questão de recepção nesta organização, inserindo-a no modo de funcionamento existente (GOTMAN, 2001, p. 66).

Nessa direção, a hospitalidade pode apresentar uma relação com a experiência sensorial, considerando que está imbricado no fato de acolher bem (CAMPOS, 2008), é possível enfatizar juntamente com a hospitalidade, que as percepções experienciais e sensoriais são únicas e estabelecem uma relação individual e introspectiva entre o local visitado e o turista.

DESIGN DE INTERIORES E EXPERIÊNCIA NOS MEIOS DE HOSPEDAGEM

O Design de Interiores é uma atividade cuja intenção é propiciar identidade e personalidade ao ambiente, com elementos arquitetônicos que se integram ao espaço para atender e suprir às necessidades humanas. São espaços que visam promover o bem estar e o conforto dos indivíduos, impactando diretamente na qualidade daquele local e na qualidade de vida das pessoas que usufruem desses espaços.

De Freire (2009, p.37) “o design não está apenas envolvido em projetar objetos, mas planejar as funções e os contextos de uso, aos sistemas em que se organizam, ou o ambiente no qual operam, como também, a acessibilidade daqueles que o utilizam”.

Para a Associação Brasileira de Design de Interiores essa atividade é:

Uma carreira profissional relacionada à melhoria da qualidade de vida das pessoas através da criação e execução de projetos que assegurem conforto e qualidade estética em ambientes públicos e privados. (ABD, 2010, s.p).

Em complemento a essa definição, o Design Institute of Australia (DIA) apresenta essa como 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, 2019, s.p).

Ainda no livro “Interior Design Illustrated” de Francis D.K. CHING e Corky BINGGELI (2005), com tradução para a língua portuguesa “Arquitetura de Interiores ilustrada”, o autor compreende que:

Arquitetura de Interiores é o planejamento, o leiaute e o projeto de espaços internos às edificações. Esses ambientes físicos satisfazem nossa necessidade básica de abrigo e proteção; eles estabelecem o palco para a maior parte de nossas atividades e influenciam suas formas; nutrem nossas aspirações e exprimem as idéias que acompanham nossas ações; afetam nossas vistas, humores e personalidade. O objetivo da arquitetura de interiores é, portanto, a melhoria funcional, o aprimoramento estético e a 28 melhoria psicológica dos espaços internos (CHING. E BINGGELI, 2005, p. 44).

Destaca-se que na tradução do livro o termo utilizado foi Arquitetura de Interiores, e a partir da definição, é possível observar que se encontra em consonância com a definição apresentada para Design de Interiores, sendo assim, considerados como termos sinônimos.

De acordo com Moreira (2010, s.p), todo lugar tem uma aparência (vazio, rústico, tecnológico, sofisticado etc.), provocando sensações e sentimentos nos usuários (como otimismo, confiança, descontração, insatisfação e etc.), que através do projeto, é possível induzir uma ou outra intenção.

No que se refere aos Meios de Hospedagem, Lima e Silva-Lacerda (2021, p. 102) destacam que “o espaço interior e os design de interiores na atmosfera do serviço de hospedagem, têm um papel importante sobre a percepção dos hóspedes, como também na construção e na oferta da experiência”. Tissiani e Cereza (2014) apontam ainda que “o planejamento do espaço interior permite uma área descontraída e também interessante, instigando o hóspede em apreciar a estrutura como uma experiência juntamente emocional” (p.382).

Nessa direção, Forlizzi et al. (2003) salientam que:

As interações entre as pessoas e os objetos, ajudam a moldar a experiência emocional. Funcionando como estímulos para novas experiências, atuando como extensores, em que, o propósito de suas qualidades específicas, podem contribuir para os experimentos emocionais de maneira significativa. Especificando, que este traço deve incluir um grau de interação através do uso agradável de seus atributos físicos, estilo, utilidade, indo além, ao considerar que a história por trás da construção dos produtos, permitem também estabelecer essa ligação afetiva (FORLIZZI, et. al, 2002, p. 29-38).

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 um ambiente dinâmico, transformando um ambiente antes tradicional em uma atmosfera de interatividade, principalmente, dentro de ambientes de uso compartilhado/coletivos de permanência prolongada, ou apenas transitória, proporcionando a possibilidade de uma experiência gratificante em determinado espaço.

Ante o exposto, em um meio de hospedagem o design de interiores deve incorporar elementos que favoreçam a personalidade do empreendimento, visando que a identidade visual, seja a primeira impressão do consumidor, a qual ficará fixada em sua memória, sendo assim, o design se transforma em um estímulo, para a formação de boas experiências dentro daquele espaço. Cabe destacar que para Bondiá (2002, p. 2), “a experiência é o que nos passa, o que nos acontece, o que nos toca”.

Destaca-se ainda, que o design tem o papel importante no quesito conforto e hospitalidade, fazendo com que as pessoas sintam-se bem e acolhidas, como estariam se estivesse em suas casas. E isso contribui na qualidade do empreendimento, e nos serviços prestados pelos funcionários. Tornar o hóspede pertencente ao local de forma dinâmica aflora sua sensibilidade e faz com que ele julgue de forma clara o que é prazeroso ou não para ele, assim a percepção dos sentidos torna-se mais aguçada quando se experimenta coisas novas.

Esses sentidos podem se complementar, criando um filtro único e personalizado para a hospitalidade que não pode ser generalizado. Há uma complexidade na hospitalidade devido à associação dos cinco sentidos, que são individualmente extraordinários em sua capacidade de diferenciar entre sensações agradáveis e desagradáveis, atitudes, gostos, situações, lugares e odores.

Para o meio de hospedagem que busca ampliar seus negócios, o design também pode propiciar um produto diferenciado, podendo fortalecer a marca do empreendimento e oportunizar vantagem competitiva no mercado hoteleiro.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De acordo com Gil (2010), uma pesquisa pode ser definida como um “procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos” (p. 1). Cervo (2016) ainda aponta que ela parte de uma dúvida ou problema, com o uso de métodos científicos busca uma resposta ou solução, sendo esses os três elementos primordiais de uma pesquisa.

O presente estudo realizará uma pesquisa bibliográfica. Segundo Souza (et al, 2021), a pesquisa bibliográfica “tem a finalidade de aprimoramento e atualização do conhecimento, através de uma investigação científica de obras já publicadas” (p. 65). Marconi e Lakatos (2003), destacam que:

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 183)

Destaca-se que para essa pesquisa a fonte dos dados será secundária, compreendendo que serão analisados neste trabalho, dados já estudados. Segundo Andrade (2018, p. 29) “ as fontes secundárias constituem-se de obras que interpretam e analisam fontes primárias”. Este também se apresenta como um estudo descritivo, pois “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos variáveis” (CERVO, 2010, p. 61), de artigos publicados acerca do tema proposto.

De acordo com Andrade (2018), a coleta de dados em uma pesquisa bibliográfica, deve estar estruturada em: seleção das obras a partir da delimitação do tema, leitura prévia, leitura seletiva, leitura crítica e leitura interpretativa. Segundo o autor, a prévia é uma leitura “por alto” do índice ou sumário, títulos e subtítulos; a leitura seletiva é uma atividade mais atenta; a leitura crítica deve objetivar a apreensão do conteúdo que será entendido e analisado na parte interpretativa (ANDRADE, 2018).

Diante disso, a primeira etapa da coleta de dados foi realizada nos meses de abril e maio de 2023 na base de dados Google Acadêmico, pela familiaridade das autoras com o site, além de ser um banco de dados amplo e categórico. Durante essa primeira coleta, foram selecionados sete artigos e dois Trabalhos de Conclusão de Curso para serem analisados. Após a realização da leitura prévia dos artigos e dos trabalhos de conclusão de curso, considerando resumo, introdução e objetivos, foi observado que eles não abrangeram e não se relacionaram, de forma ampla e eficaz ao tema: “A influência do design de interiores na experiência do hóspede” e logo foram eliminados.

A partir disso, foi realizada uma segunda coleta de dados, em diferentes periódicos, sendo eles: Banco de Teses e Dissertações - CAPES, Caderno Virtual do Turismo, Revista Hospitalidade e Livro “Turismo e Hotelaria no contexto da Arquitetura e Urbanismo” - Universidade Federal do Ceará. O motivo que levou a escolha dos bancos de dados mencionados, deu-se pela qualidade e pela adequabilidade dos periódicos, além de possuir artigos que continham semelhança com o tema selecionado para o trabalho de conclusão de curso. Nestes periódicos foram selecionados quatro artigos, considerados relevantes para o tema e que compriam com todos os critérios dos objetivos e palavras chaves. Considerando o objetivo da pesquisa, para a busca dos dados foram utilizados os descritores: Experiência, Design de Interiores, Hotelaria, Design de interiores em meios de hospedagem. Como critérios de inclusão buscou-se por estudos de nacionalidade brasileira publicados no idioma no período de 2012 a 2023.

O conteúdo encontrado foi analisado de acordo com a relevância do tema proposto na pesquisa, e depois organizados e citados, pois analisaram somente o tema tratado e compatível com o trabalho, assim como as etapas de leitura seletiva, crítica e interpretativa.

O Quadro 1 apresenta os trabalhos que foram analisados nessa fase da pesquisa. O quadro foi organizado a partir dos títulos dos artigos selecionados, autores e o ano de publicação.

Título	Autor	Ano	Periódico
A IMPORTÂNCIA DO DESIGN NA HOTELARIA: um estudo de caso do Xilo Design Hotel em João Pessoa – PB the	Hanna Melissa Pereira Felisberto Adriana Brambilla Marcleide Maria Macêdo Pederneiras Marília Ferreira Paes Cesário	2023	Livro “Turismo & Hotelaria no contexto da arquitetura e urbanismo - Universidade Federal do Ceará
A influência dos fatores estéticos na satisfação de consumidores hoteleiros	SANTOS, Larissa MONDO, Thiago	2022	Hospitalidade
ESPAÇO INTERIOR DOS HOTÉIS: a relevância do design de interiores na experiência dos hóspedes	LIMA,Thayná	2020	Banco de Teses e Dissertações - CAPES
Emoção como signo dos espaços em meios de hospedagem	TRICÁRIO,Luciano VARGAS, Mônica	2017	Caderno Virtual do Turismo

QUADRO 1 - Trabalhos analisados na segunda coleta de dados.

Fonte: As autoras, 2023.

Buscando expandir as reflexões sobre a temática pesquisada, além da primeira coleta realizada na base de dados Google Acadêmico, ampliou-se a consulta para o periódico Hospitalidade, de responsabilidade do Instituto Ânima, encontrado apenas um artigo que menciona design em meios de hospedagem, diante disso foram realizadas pesquisas em outros três periódicos, como: Caderno Virtual do Turismo, Banco de Teses e Dissertações-CAPES e Livro “Turismo & Hotelaria no contexto da arquitetura e urbanismo - Universidade Federal do Ceará. Considerando as palavras chave estabelecidas para a busca, não foram encontrados outros trabalhos que estivessem em consonância com a temática deste estudo, em outros bancos de dados como: Scielo, FAPESP, Revista Turismo e Cidades e Revista Turismo Contemporâneo.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Considerando os passos da pesquisa bibliográfica, foi realizado o levantamento inicial dos trabalhos disponíveis em periódicos que se encaixassem dentro da temática proposta. Após esse levantamento, a leitura dos artigos buscou identificar os trabalhos que discutiam sobre o tema selecionado, o design de interiores e sua relação às emoções do hóspede em Meios de Hospedagem. Assim, este capítulo apresentará uma síntese dos trabalhos selecionados para este estudo, destacando a temática abordada, os objetivos traçados e as considerações e reflexões que os autores trouxeram após a finalização dos estudos.

O primeiro artigo dos autores FELISBERTO *et al.* (2023) buscou analisar a relação do design de interior com a hotelaria, tendo como foco o Xilo Design Hotel na cidade de João Pessoa (PB). O trabalho objetivou compreender a atuação do design de interiores através de uma nova perspectiva prática e experiencial, que pode proporcionar aos hóspedes histórias, memórias e conhecimento. (FELISBERTO *et al.* 2023, p.102).

A metodologia utilizada para a realização desse estudo foi a pesquisa bibliográfica e a pesquisa de campo (FELISBERTO *et al.* 2023). Na primeira etapa do trabalho, os autores destacam que foi realizada uma revisão de literatura, buscando entender a evolução da indústria hoteleira e a sua nova estrutura. A partir dessa visão mais ampla, os autores evidenciam que 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 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 (FELISBERTO *et al.* 2023), bem como um questionário com arquitetos e designers que trabalham com hotelaria.

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 design de interiores e sua contribuição para a hotelaria (FELISBERTO *et al.* 2023 p.102).

Para FELISBERTO *et al.* (2023) o design de interiores 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 (FELISBERTO *et al.* 2023, p.101). Neste contexto, o design tem a possibilidade de trazer toda a inovação e criatividade para a área de meios de hospedagem. (FELISBERTO *et al.* 2023, p.101)

Ainda assim, a hospitalidade e o design têm suma importância em relação à experiência que o hóspede irá vivenciar (FELISBERTO *et al.* 2023, p.101). 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 (FELISBERTO *et al.* 2023, p.110).

Seguindo nesta linha, ainda no referencial teórico, os autores FELISBERTO *et al.* (2023) apresentaram alguns empreendimentos hoteleiros para embasar e aprofundar mais o estudo, sendo eles: o Hotel Unique, localizado em São Paulo, o Chapter Roma Hotel, localizado em Roma, o Hotel Ripple – Lago Qiandao / Li Xiang, situado na China, o Six Senses Botanique Hotel, que se localiza em Campos do Jordão, São Paulo e por fim o Hotel Emiliano, localizado no Rio de Janeiro. Esses meios de hospedagem foram evidenciados porque possuem aspectos em comum. Todos eles se destacam pela proposta do seu design interior e sua estrutura, e ainda trazem uma identidade única por sua decoração.

Assim os autores FELISBERTO *et al.* (2023) salientam que as infraestruturas geralmente são fundamentais no setor hoteleiro, sendo muitas vezes a sua imagem e principal diferencial competitivo (FELISBERTO *et al.* 2023, p.110).

Com relação ao hotel apresentado, apesar de ser novo no mercado paraibano, o mesmo traz consigo uma experiência inovadora, possuindo características compatíveis com as definições de hotéis design. 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 (FELISBERTO *et al.* 2023, p. 139), 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 (FELISBERTO *et al.* 2023, p. 138).

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, os autores FELISBERTO *et al.* compreendem 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 (FELISBERTO *et al.* 2023, p. 139).

O segundo artigo analisado de SANTOS e MONDO (2022) buscou analisar a relação entre os fatores estéticos dos meios de hospedagem. O estudo foi realizado a partir de um questionário que estava disponível nas redes sociais: instagram e facebook, sendo respondido por 400 pessoas. Como fatores estéticos foram considerados: a Arquitetura; o Design de Interiores e Decoração; e as Cores e Suas Sensações. De acordo com os autores, os resultados apresentam forte influência dos fatores estéticos na satisfação final do consumidor (SANTOS; MONDO, 2022, p. 155). Cabe destacar que este trabalho não traz dados de um meio de hospedagem, mas as considerações são a partir de sensações geradas por imagens.

O estudo trabalhou com imagens fornecidas de plataformas digitais. As imagens retratavam espaços internos e externos de meios de hospedagem: restaurante, quartos, recepção, fachada do prédio. Em cada pergunta foram apresentadas duas imagens e conforme a descrição no estudo, a Imagem 1 sempre era a opção sem evidência em fatores estéticos e a Imagem 2, com maior evidência em fatores estéticos (SANTOS; MONDO, 2022). Foi possível observar, a partir dos dados, que em todos os questionamentos a Imagem 2 recebeu um percentual maior de votos.

Os autores apontam resultados positivos, sendo que a Arquitetura, o Design de Interiores e Decoração; e as Cores e suas Sensações podem alterar a percepção de bem estar, aconchego, acolhimento e agradabilidade visual, além de contribuir para uma experiência singular. Santos e Mondo (2022) ainda destacam que a padronização dos espaços nos meios de hospedagem cede lugar ao que é diferenciado e pode afetar a estadia dos hóspedes, que busca viver uma experiência no meio de hospedagem, não mais apenas ter um lugar onde descansar ou passar a noite (SANTOS; MONDO, 2022 p.156). O consumidor turístico e hoteleiro da atualidade apresenta necessidades e expectativas a mais do que a hotelaria tradicional pode oferecer. (SANTOS; MONDO, 2022 p. 180).

Desse modo, o perfil do consumidor turístico tem se tornado cada vez mais ligado a fatores que oferecem aprendizado e conhecimento. O hóspede busca serviços que proporcionem uma experiência de vivência de cultura, e não somente um local para passar a noite ou descansar (SANTOS; MONDO, 2022 p. 164). Esse novo comportamento do consumidor afeta sua percepção de satisfação, que agora tem a ver com a atmosfera do serviço e leva em consideração o ambiente físico, onde ocorre a experiência de hospedagem (SANTOS; MONDO, 2022 p. 164).

Por isso os serviços hoteleiros buscam se reinventar, cada vez mais para suprir as necessidades e expectativas deste novo perfil de consumidor, oferecendo um conjunto de elementos tangíveis e intangíveis para tal. (SANTOS; MONDO, 2022 p. 156).

Algumas tipologias hoteleiras já usam dos fatores estéticos como uma estratégia de diferenciação frente à concorrência ou ainda, como fator de identificação (SANTOS; MONDO, 2022 p. 156). Pois a estética dos ambientes é reconhecida como um fator de qualidade em empreendimentos hoteleiros, e através de elementos arquitetônicos como o design de interiores, mobiliário, construção do ambiente, disposição dos objetos, decoração e escolha de cor, os hotéis podem proporcionar lugares de experiência aos seus consumidores e criar uma identidade única que será sempre lembrada. (SANTOS; MONDO, 2022 p.158).

Ainda assim, ao pensar que os meios de hospedagem tem a responsabilidade de proporcionar experiências positivas aos hóspedes, eles devem conceder um espaço agradável ao cliente, e a utilização do design de interiores nesses espaços devem promover uma atmosfera atrativa e cativante, para o hóspede conseguir efetivar um vínculo com os espaços. É importante que haja harmonia entre cores, materiais, mobiliários e objetos no ambiente. Porque esses espaços muitas vezes, tem a habilidade de remeter as pessoas sentimentos e emoções, principalmente pela capacidade dos elementos utilizados nestas construções (móveis, decorações, cores, disposição do ambiente), em despertar memórias e remeter a visões dos receptores sobre momentos e ideias que os afetam emocionalmente. (SANTOS; MONDO, 2022 p. 161).

Diante o que foi apresentado, os autores SANTOS e MONDO (2022) fundamentam a ideia sobre o novo perfil de clientes, para eles é comum que esse novo perfil de consumidor, avaliem os serviços a partir de suas percepções para si mesmo e compartilham também as experiências de satisfação ou insatisfação com outros possíveis consumidores do mesmo nicho de serviço (SANTOS; MONDO, 2022 p. 161). Nesse sentido, a estética e o design podem ser considerados fatores de motivação para a atração de clientes e consumidores, podendo este ser positivo ou negativo.

SANTOS e MONDO (2022) também apresentam o termo *servicescapes*, outro fator que impacta na experiência do consumidor, traduzido como cenário de serviços. É abordado para explicar sua importância no ambiente físico e no impacto da satisfação do cliente, sendo expresso em evidências físicas e interiores (SANTOS; MONDO, 2022 p. 159). Ainda assim, o cenário de serviços (...) influencia na satisfação da experiência do consumidor: quanto melhor o cenário de serviços, maior a tendência da percepção de elementos estéticos ser positiva e levar à satisfação final da experiência (SANTOS; MONDO, 2022, p.157).

Ao final da pesquisa os autores SANTOS e MONDO (2022) concluem que que o ambiente e seus elementos formam um conjunto indivisível que interfere diretamente nas pessoas que nele estão inseridas. Portanto, entende-se que o design de interiores,

juntamente com os processos arquitetônicos, influencia diretamente o modo como o indivíduo percebe, entende, lê e se relaciona com o ambiente. A partir desta percepção, ele se sente menos ou mais confortável e inserido, levando em consideração a estética do ambiente como todo e de seus elementos, sua disposição e fluxo (SANTOS; MONDO, 2022 p. 161).

Contudo entende-se que os fatores estéticos podem causar impacto tanto na decisão de compra de um hóspede em potencial, que analisa previamente suas opções levando em consideração a estética, como em sua satisfação durante a estadia, elevando ou reduzindo suas expectativas quanto à experiência (SANTOS; MONDO, 2022 p. 181).

Nesse sentido, os ambientes físicos de um empreendimento hoteleiro influenciam cada vez mais a percepção de satisfação que os hóspedes têm do local. Além da parte puramente estética do que é agradável visualmente, o estudo mostrou que os fatores estéticos podem afetar a satisfação do hóspede também pelas sensações que transmitem, como conforto, aconchego, bem-estar, limpeza etc. (SANTOS; MONDO, 2022 p. 182).

O terceiro trabalho analisado, dos autores LIMA e SILVA-LACERDA (2020) buscou apresentar e analisar o impacto do design de interiores no planejamento da atmosfera de serviços nos hotéis e sua influência na experiência do hóspede. Desse modo, foi disponibilizado um questionário em modelo de formulário online para pessoas que tiveram ou buscam experiências com viagens e consideraram importante a relação do hóspede com o espaço interior do meio de hospedagem. A coleta de dados ocorreu durante os meses de fevereiro e início de março de 2020, obtendo o total de 48 respostas (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020 p. 14).

Os autores LIMA e LACERDA (2020) destacam que a compreensão sobre o design de interiores na hotelaria vai além de uma posição estratégica para obter vantagem competitiva, o design integra-se a um grupo de fatores que podem proporcionar uma experiência única para o turista, através da construção de espaços projetados (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020 p.5). Assim, ao projetar um espaço a intenção de que o mesmo permita refletir qual significado e o porquê da sua existência, torna-se essencial como meio de comunicar sua identidade, sendo próprio do indivíduo - em relação ao seu universo pessoal, como por exemplo, sua moradia -, como ao âmbito organizacional (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020 p. 6).

Diante disso, a estrutura, o espaço interior e a utilização de elementos do design de interiores, na atmosfera do serviço de hospedagem, têm um papel importante sobre a percepção dos hóspedes, como também na construção e oferta da experiência (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020 p. 5).

Assim os autores LIMA e LACERDA (2020) destacam que na hotelaria, a oferta de experiência tem uma particularidade muito importante, ao proporcionar para os turistas a oportunidade de agregar, não apenas, o serviço de hospedagem, mas os espaços e elementos como cenário para suas memórias, excedendo a satisfação das necessidades

básicas como alojamento e alimentação. Construindo, portanto, uma proposta de empreendimentos que também provocam essa oferta de conhecimento. (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020 p. 9)

Nesse sentido os autores LIMA; SILVA-LACERDA (2020), discorrem que a satisfação do turista está cada vez mais relacionada aos serviços que proporcionam uma vivência da cultura local, consequência das mudanças de comportamento do consumidor, o hóspede espera serviços que vão além de um lugar para descansar, expecta em conjunto, atividades que proporcionam aprendizado e conhecimento, agregando ao seu estilo de vida (LIMA e SILVA-LACERDA 2020 p. 9). Um desses aspectos que influenciam a satisfação do hóspede, está sob o efeito da atmosfera de serviço, mais especificamente o ambiente físico do hotel, onde ocorre a experiência da hospedagem (LIMA e SILVA-LACERDA, 2020 p. 10).

Os dados apresentados no artigo de LIMA e SILVA-LACERDA (2020) indicam que além da localização, do preço e do conforto, a estética é um dos fatores que influenciam na escolha de hotel. Segundo os autores LIMA e SILVA-LACERDA (2020), comodidade de aparência são aspectos que irão distinguir se foi ou não uma ótima experiência para o hóspede (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020, p. 16).

Os autores ainda apontam que o espaço interno do meio de hospedagem desperta sensações variadas nos participantes da pesquisa, como: tranquilidade, segurança, aconchego (LIMA; SILVA-LACERDA, 2020, p. 16).

Diante do que foi apresentado, LIMA e LACERDA (2020) concluem que atribuir valor à decoração local é um fator muito importante, pois além de ser caracterizado como um diferencial, os objetos dispostos carregam significados e são capazes de representar a cultura e a história do lugar, e assim produzir um cenário fascinante, para a estadia do cliente. De modo geral, a arquitetura e o design resultam na criação de um ambiente autêntico, confortável e único, propício para relacionar pessoas e histórias.

Ainda assim, a busca da essência e originalidade, na oferta de uma vivência única e transformadora, permite ao design de interiores, a construção de espaços inteligentes, desordenando ambientes tradicionais e obtendo assim, uma percepção de valor através do espaço interior dos hotéis. Permitindo uma interação do indivíduo ao meio no qual está inserido, estabelecendo uma proposta de aprendizado e conhecimento. Adquirindo dessa forma, a oportunidade de estabelecer conexões entre elementos, espaços e serviços por meio da sua condição genuína de valor e experiência (LIMA; SILVA- LACERDA, 2020 p. 20).

Todas as experiências vivenciadas pelo hóspede em um meio de hospedagem, refletem em sua satisfação. O hóspede espera serviços que vão além de um lugar para descansar, expectativa em conjunto, atividades que proporcionam aprendizado e conhecimento, agregando ao seu estilo de vida. (LIMA e SILVA-LACERDA 2020 p. 9).

A arquitetura de um espaço hoteleiro pode proporcionar diversas experiências, como por exemplo tornar o Meio de Hospedagem um local aconchegante e acolhedor

onde o mesmo terá o sentimento de se sentir em casa, dependendo da proposta escolhida pelo hotel. Nesta direção, o último artigo analisado de TRICÁRICO e VARGAS (2017) buscou sistematizar a emoção como categoria de análise da arquitetura contemporânea, construída potencial e hipoteticamente a partir da arquitetura hoteleira. Para tanto, a pesquisa foi respaldada pelo levantamento e leitura bibliográficos, bem como estudos de caso e análises empíricas; o método interpretativo foi amparado pela lógica da abdução nos termos de uma semiótica peirceana. (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 47).

Para os autores, TRICÁRICO e VARGAS (2017) o mundo contemporâneo se encontra em um novo contexto, agora denominado uma era pós-moderna; de modo que se justifica a emoção, em termos genéricos, por um novo padrão demográfico amparado pela crescente melhoria da qualidade de vida e condições mais favoráveis de vida; seja pelas conquistas na saúde pública, pelas condições do trabalho, ou pela aposentadoria. (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 48).

Dessa maneira, se vive um “novo” turismo, pós-massificado e com valores que tocam no emocional enquanto solidariedade e afetividade (turismo cultural e de base comunitária, por exemplo); e na busca de densas experiências pessoais (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 48). Em consequência, a hotelaria como parte do ramo turístico, começa a se manifestar, e os empreendimentos hoteleiros passam a estabelecer um vínculo com o desenho e a cultura material e simbólica (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 48).

Diante disso, TRICÁRICO e VARGAS (2017) trouxeram o conceito de emoção e sua importância dentro de um empreendimento hoteleiro, para eles entende-se a emoção não só como uma experiência receptiva do corpo, mas como uma construção conjunta do corpo como “porta” receptiva e sensorial, dos sentimentos e da mente como judicância simultaneamente integrados (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 48).

Através disso, um meio de hospedagem pode construir o ideal de lugar memorável porque se relaciona com códigos sociais de marcação do tempo da vida, pela psicologia e essa pode ser explicada por meio da “experiência” ou da “transferência” (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 49). Um caso dessa “transferência” mental, por exemplo, é o fato de, quando um hóspede entra em seu quarto de hotel se emociona pela recorrência da mobília ou decoração ao evocar sentimentos de situações pretéritas em ambientes semelhantes (TRICÁRICO; VARGAS, 2017 p. 49).

Ante o exposto, os autores TRICÁRICO e VARGAS (2017), propõem uma reflexão sobre o meio de hospedagem ser uma reprodução do lar ou não. Na direção de reprodução do lar, destacam o termo “*home way from home*” traduzido para o português como “casa longe de casa”, esse termo indica a transformação da hotelaria em uma réplica da casa do hóspede transmitindo bem-estar e conforto, em todos os sentidos, desde a hospitalidade dos colaboradores à construção arquitetônica, segundo eles, uma hospitalidade “universalizante”, assim, “nesse ideal, há uma busca por “sentir-se em casa, mesmo fora de casa”, ou o fato de que “ficar em casa é muito gostoso”, daí o intento da hotelaria em

reproduzir o lar, afinado com um turismo doméstico que muitas vezes é ignorado ou pouco evidenciado (TORRES; SANTANNA, 2017, p. 49).

Em contraponto, é refletido que a ideia de “reconstruir lares”, não é o verdadeiro interesse dos clientes, o *home way from home* na hotelaria já não mais “retrata” o que realmente os hóspedes desejam. Quando eles saem de suas casas desejam ter experiências diferentes das quais vivenciam diariamente, almejam algo imaginário e fantasioso. O hotel deve ser algo tão mais emocionante do que a vivência do que já se apreende no cotidiano.

Em complemento a todas as questões apresentadas, TRICÁRIO e VARGAS (2017) relacionaram alguns meios de hospedagem que envolveram a emoção e a hospitalidade em seus espaços, e concluíram que a arquitetura contemporânea, em sua generalidade, pode se apoiar em exemplificações da arquitetura hoteleira, devendo haver um trocadilho no termo *“home way from home”* para *“hotel way from home”* (TRICÁRIO; VARGAS, 2017 p. 56). Porém, tanto na ideia de “reprodução do lar” como na do *“além do home way from home”* há uma preocupação com a ação hoteleira. E pode-se sintetizar uma nova fase atual da hotelaria pelos signos dos espaços como interatividade e capaz de despertar estímulos (TRICÁRIO; VARGAS, 2017 p. 56).

Contudo, TRICÁRIO e VARGAS (2017), concluem que além de proporcionar emoção, o hotel tem que se preocupar em oferecer hospitalidade, nas condições dos espaços e serviços que serão ofertados (TRICÁRIO; VARGAS, 2017 p. 56). Pois se a hotelaria inclui valores de hospitalidade, vai haver, então, um novo desdobramento para se pensar em outras categorias de hospitalidade a partir dos fenômenos empíricos da arquitetura hoteleira contemporânea (TRICÁRIO; VARGAS, 2017 p. 56). Pois a hospitalidade que “provoca” a mente é capaz de instigar associações e cognições por meio da linguagem do espaço, da interação social e dos novos equipamentos de uma era eletroeletrônica (TRICÁRIO; VARGAS, 2017 p. 56). Então, a hospitalidade passa não ser só a um valor por seus signos de conforto, bem-estar, deleite e ócio recreativo, mas inclui agora um ócio “criativo” e ativador de exercícios da e com a mente (TRICÁRIO; VARGAS, 2017 p. 56).

Em síntese, os trabalhos analisados neste estudo destacam a importância do design de interiores para o ambiente de um meio de hospedagem. Eles apontam que um espaço projetado, pensado a partir de características dos hóspedes, culturais locais, aconchego que pode remeter ao lar ganham mais espaço nas escolhas dos meios de hospedagem. Esses direcionamentos convergem com os estudos de Tissiani e Cereza (2014) e Forlizzi et al. (2003) apresentados no referencial teórico.

No entanto foi possível observar, que os trabalhos analisados exprimem um critério em comum, todos eles apontam a importância da oferta de experiência dentro de um meio de hospedagem. Em função disso é destacado que os hóspedes hoje não buscam somente um local para passar a noite ou descansar, os consumidores atuais esperam serviços que proporcionem uma experiência de vivência que vão além do conforto e dos serviços ofertados, desejando ter experiências memoráveis e diferentes das quais vivenciam diariamente.

Assim, é possível inferir que o design de interiores nos meios de hospedagem podem interferir na experiência e gerar emoções positivas no hóspede e durante a sua estada, como observado no trabalho de Tricário e Vargas (2017), onde os autores destacam que a emoção é um fator que conecta o hóspede a um meio de hospedagem, por isso sua estrutura e seus espaços devem ser construídos em função de quem vai usufruir. Logo, os elementos que compõem o ambiente, devem ser dispostos para que seja reproduzido nos hóspedes, o sentimento de familiaridade em relação ao local.

Esse apontamento também é destacado por Santos e Mondo (2002), o ambiente e seus elementos formam um conjunto indivisível que interfere diretamente nas pessoas que nele estão inseridas. Assim, o design de interiores influencia diretamente o modo como o indivíduo percebe, entende, lê e se relaciona com um ambiente, aqui os meios de hospedagem, sentindo menos ou mais confortável, impactando assim, a experiência vivenciada.

Neste sentido, as considerações apresentadas nos trabalhos verificados encontram consonância com os estudos de Ching e Binggeli (2005), compreendendo que o design de interiores auxilia na melhoria dos espaços internos e externos das edificações e essas melhorias impactam diretamente nas aspirações, ideias, experiências e emoções humanas. Contribuindo com as reflexões, o trabalho de Tricário e Vargas (2017), que o meio de hospedagem deve se preocupar em proporcionar uma atmosfera aconchegante e agradável para que os hóspedes sintam-se confortáveis formando experiências inovadoras e singulares.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo buscou verificar produções acadêmicas brasileiras referentes às experiências do hóspede em relação ao design de interiores em meios de hospedagem. Para a pesquisa foram utilizados dados secundários de periódicos da área de hospedagem, hospitalidade e artigos disponíveis nos bancos de dados: Banco de Teses e Dissertações - CAPES, Caderno Virtual do Turismo, Revista Hospitalidade e Livro “Turismo e Hotelaria no contexto da Arquitetura e Urbanismo” - Universidade Federal do Ceará. O motivo que levou a escolha dos bancos de dados mencionados, deu-se pela qualidade e pela adequabilidade dos periódicos, além de possuir artigos que continham semelhança com o tema selecionado para o trabalho de conclusão de curso. A partir do exposto, considera-se que o objetivo do trabalho foi alcançado, porém destaca-se que ainda existem poucos estudos na área relacionando design de interiores, meios de hospedagem e a experiência do hóspede.

Um ponto de fragilidade a ser destacado nos artigos selecionados é a falta de dados coletados diretamente nos meios de hospedagem. Eles trazem dados bibliográficos e pesquisas on-line disponibilizadas em mídias sociais, buscando respostas de pessoas que já se hospedaram em meios de hospedagem ou que poderiam se hospedar e o

design de interiores poderia ser um dos elementos que contribuíram na escolha do local. Destaca-se que os dados analisados indicam a importância do design de interiores na experiência positiva e na escolha do meio de hospedagem por parte dos hóspedes, mas conhecer profundamente as percepções dos próprios hóspedes trará novas perspectivas e possibilidades para esses espaços, como forma de oferta para o hóspede.

Nessa direção, salienta-se que inicialmente este trabalho tinha o objetivo de realizar a coleta dos dados in loco, mas não foi possível em virtude da organização temporal. Assim, sugere-se que pesquisas dessa natureza sejam ampliadas, considerando a importância e relevância, já destacadas, da temática tanto para os meios de hospedagem quanto para os hóspedes.

Destaca-se a importância da palavra experiência, que aqui pode ser transformada em ação. Os trabalhos apresentados apontam que o design de interiores dentro de um Meio de Hospedagem deve ser estudado e planejado para criar um ideal de lugar inesquecível e memorável, para os considerados “novos consumidores”, que hoje buscam ter contato com culturas diferentes e viver experiências novas e singulares. Diante disso o design deve ser utilizado como uma extensão da cultura local e do segmento turístico, utilizando elementos arquitetônicos, mobília e decoração para envolver o hóspede e proporcionar o aproveitamento do mesmo dentro do hotel.

Deste modo, o hotel que prover um design pensado nas necessidades dos hóspedes terá uma vantagem competitiva no mercado hoteleiro, através de sua identidade e personalidade única. Um ponto importante, que pode influenciar o consumidor na decisão de compra, levando em conta os fatores estéticos do meio de hospedagem.

REFERÊNCIAS

BAGOZZI, R. P. Gopinath, M., NYER, P. U. The role of emotions in marketing. **Journal of the Academy of Marketing Science**, v. 27 n. 2, p.184-206, 1999. Disponível em: https://www.academia.edu/10256866/The_role_of_emotions_in_marketing Acesso em: 15 Abril, 2023.

CÂNDIDO, Índio; VIERA, Elenara V. de. **Gestão de Hotéis: técnicas, operações e serviços**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003. Disponível em: <https://ucsminhaescolha.com.br/site/editora/catalogo/hotelaria/gestao-de-hotéis-tecnicas-operacoes-e-servicos/> Acesso: 01 Ago. 2023.

CASTELLI, G. **Administração hoteleira**. 4 ed. São Paulo: EducS, 1992.

CHING, Francis D.K.; BINGGELI, Corky. **Interior Design Illustrated**. 2. ed. Hoboken, Nova Jersey: John Wiley & Sons, 2005.

DIA – **Design Institute of Australia. Interior Design/Architecture**. Warriewood, Austrália. Disponível em: <https://www.design.org.au/>. Acesso em: 05 Maio. 2023.

FORLIZZI, J.; DISALVO, C.; HANINGTON, B. Emotion, experience and the design of new products. **The Design Journal**, London, United Kingdom, v. 6, n. 2, p. 29-38, 2003. Disponível: https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.2752/146069203789355507?casa_token=ghqnRqYvWYIAAAAA:F85bvi3EoVt6cfISbYnQ5tmdDq3c5TrQ8Awn0Ef-j0WJlkbTrttFbRM__-Vv5qRo3oOfiKfFeacUOJULfA. Acesso: 08. Ago. 2023.

FREIRE, K. Reflexões sobre o conceito de design de experiências. **Strategic Design Research Journal**, v. 2, n. 1, p. 37-44, 2009. Disponível: https://www.researchgate.net/publication/250313338_Reflexoes_sobre_o_conceito_de_design_de_experiencias/ Acesso: 01 Jun. 2023.

GOTMAN, Anne. **Le sens de l'hospitalité**. Paris: Presses Universitaires de France, 2001.

LIMA, T. S. T. ; SILVA-LACERDA, J.O. . ESPAÇO INTERIOR DOS HOTÉIS: a relevância do design de interiores na experiência dos hóspedes. In: BRAMBILLA, A.; RODRIGUES, G. J. M.; ANJOS, F. A.; MELO, A. S. Q.; MELO, P. F. C. (Org.). **T&H - Turismo & Hotelaria No Contexto da Experiência**. 1ed. João Pessoa: Editora CCTA, 2021, v. , p. 102-125.

MOREIRA, Samantha. QDP-design: metodologia para gerar soluções assertivas a partir de conceitos criativos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN, 9, 2010, Belo Horizonte, **Anais [...]**, Belo Horizonte: UEMG, 2010. Disponível: <https://expoteca.eci.ufmg.br/materiais-didaticos/>. Acesso: 20. Jun. 2023.

RIBEIRO, Karla Cristina Campos. **Meios de Hospedagem**: curso técnico em hospedagem. Manaus: Cetam, p. 62, 2011. Disponível em: https://redeetec.mec.gov.br/images/stories/pdf/eixo_hosp_lazer/061112_meios_hosp.pdf. Acesso em: 26 Abr. 2023.

ROCIO FOTOGRAFIA. **Descubra como alinhar arquitetura e design na hotelaria**. Espírito Santo, 2017. Disponível em: <https://www.rociofotografia.com.br/blog/descubra-como-alhar-arquitetura-e-design-na-hotelaria>. Acesso em: 08 de Abr. 2023.

TRICÁRICO, L. T.; VARGAS, M. S DE. Emoção como signo dos espaços em meios de hospedagem. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. 46-57, 2017. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/1042>. Acesso: 13 Jun. 2023.

TISSIANI, K.; CEREZA, S. Design Sensorial - O que esperar? Ambientação da sala de espera para consultório odontológico infantil. In: SEMINÁRIO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA, 10, SEMINÁRIO INTEGRADO AO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO (SIEPE), [S. l.], 6, MOSTRA UNIVERSITÁRIA, 5, 2014, Santa Catarina, **Anais [...]**. Santa Catarina: UNOESC, 2014. Disponível em: <https://periodicos.unoesc.edu.br/siepe/article/view/5533/> Acesso: 19. Maio. 2023.