

ESPAÇO COMO ATRIBUTO DE HOSPITALIDADE

Space as Hospitality Attribute

LUCIANO TORRES TRICÁRICO¹

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i2p450>

RESUMO

O <espaço>, por sua condição epistêmica, tem se revelado como atributo para discussão social crítica. Cabe, portanto, discutir seu papel contemporâneo também como atributo para Hospitalidade. Notam-se pesquisas no campo da Hospitalidade que tratam o <espaço> como atributo, mas muitas vezes como 'suporte' de relações sociais entre hóspede e anfitrião, corpo acolhedor e corpo acolhido, por exemplos. Portanto, 'empresta-se' de outros campos de estudos para afirmar e até firmar o <espaço> como atributo de Hospitalidade. De modo, então, que o objetivo deste texto é o de discutir o papel do <espaço> como atributo social crítico contemporâneo para Hospitalidade. Para tanto, o instrumental de pesquisa é repertório acumulado pelo autor deste texto, abordados à luz da dialética socioespacial, sobretudo nos trabalhos de Henri Lefebvre e Edward Soja; da Semiótica peirceana, sobretudo na categoria de signo e plurissignificação e estudos sobre sintaxe do espaço. O resultado apresenta estudos que procuraram tratar o espaço como atributo possível atributo de hospitalidade.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Espaço; Hospitalidade.

ABSTRACT

<Space>, due your epistemic condition, has been revealed as an attribute for critical social discussion. It is, therefore, worth discussing its contemporary role of <space> as an attribute for Hospitality. There are studies in the field of Hospitality that treat <space> as an attribute, but often as a 'support' of social relations between guest and host, welcoming body and welcomed body, for example. Therefore, it 'borrows' from other fields of study to affirm and even establish the <space> as an attribute of Hospitality. So, the purpose of this text is to discuss the contemporary role of space as a critical social attribute for Hospitality. Therefore, the research instrument is the repertoire accumulated by the author, approached of socio-spatial dialectics, especially in the works of Henri Lefebvre and Edward Soja; Peircean Semiotics, especially in the category of sign and multi-signification and studies of space syntax. The result presents studies that tried to treat <space> as possible attribute of hospitality.

KEYWORDS

Tourism; Space; Hospitality.

¹ **Luciano Torres Tricárico** – Doutor. Professor e pesquisador na Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq - Nível 2. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9420174776726570>. E-mail: tricarico@univali.br

INTRODUÇÃO

A “hospitalidade é um dom do *espaço*” (Gotman, 1997). Por que a hospitalidade é um “dom do *espaço*”? É a pergunta que se pretende responder com este texto. Para tanto, pode-se ‘emprestar’ estudos não necessariamente próprios à Hospitalidade como possíveis respostas. Mas, ao mesmo tempo, estudos estes relacionados à Hospitalidade pelo viés social que a mesma encerra – relações entre anfitrião e hóspede, corpo acolhedor e corpo acolhido – como exemplos. De modo que se tomarmos a condição social crítica de alguns outros estudos que reconheceram o papel do <espaço>, poder-se-ia também atribuir ao <espaço>, para Hospitalidade, tal reconhecimento; eis a hipótese desta reflexão.

Vale destacar, no entanto, que a Hospitalidade tem reconhecido o papel do espaço como atributo, e é neste intuito de reificar tal papel que se objetiva este texto. Todavia, também é possível entender limitações de pesquisas em Hospitalidade quanto à vinculação do espaço como atributo epistêmico; Lashley (2015) aferiu que pesquisas sobre Hospitalidade têm sido feitas, sobretudo, por caminhos interpretativos e descritivos essencialmente sócio econômicos da gestão empresarial.

O ‘empréstimo’ de conteúdos de outros estudos que se fazem aqui para reificar o papel do espaço no debate social em Hospitalidade é a dialética socioespacial, sobretudo nos trabalhos de Henri Lefebvre (1991) e Edward Soja (1993); a Semiótica peirceana, sobretudo na categoria de signo e plurissignificação (Peirce, 1984) e estudos sobre sintaxe do espaço. Não se trata de escolhas destes conteúdos, mas, pelo repertório adquirido, de elencar pensamentos e categorias de análise que conseguiram demonstrar o valor do *espaço* para qualquer debate social crítico. Mesmo porque a própria Hospitalidade é ‘hospitaleira’ o suficiente para aceitar interdisciplinaridade, multidisciplinaridade e até transdisciplinaridade.

A oportunidade da reflexão e debate aqui levantados, parte de uma iniciativa de editores da revista científica Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade, vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, para uma edição especial. Concomitante, vale destacar a oportunidade de reflexão de contribuições brasileiras para estudos de Hospitalidade, atrelada à descrição do que parte do Grupo de Pesquisa Turismo, Hospitalidade e Gastronomia, vinculado ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí, tem se dedicado – o <espaço> como categoria de análise da Hospitalidade –

não à toa, pois a constituição deste grupo tem essencialmente arquitetos e urbanistas como pesquisadores. Vale ainda destacar que a condição Hotelaria do referido programa de pós-graduação, desde seu início em 1997, tinha a hospitalidade como fator de investigações científicas, ainda que uma 'institucionalização' da Hospitalidade se fizesse com a criação do referido grupo de pesquisa.

O texto se organiza, então, com a discussão de alguns estudos que podem demonstrar o valor do <espaço> como atributo para conteúdos de Hospitalidade: dialética socioespacial, <espaço> como signo e plurissignificação, <espaço> como percepção. Todos estes subitens serão exemplificados com pesquisas publicadas. Após, apresentam-se conclusões e o referencial bibliográfico utilizado.

DIALÉTICA SOCIOESPACIAL

Bauman (1988) aferiu que cidades ou partes de cidades que se voltam para o turismo e, portanto, para uma pretensa hospitalidade urbana, apresentam-se imbuídas pelo valor da urbanização direcionada para consumo de bens de serviços e usufruto do lazer; como que uma manifestação espacial de cidades contemporâneas ou parte delas que denotam no tempo condição pós-fordista, e que pode explicar e exemplificar a ideia do início do pós-modernismo e até da pós-modernidade como memória material.

De sorte que cidades ou parte delas são construídas pelo mote da empresa turística e da hospitalidade no receptivo de visitantes e, portanto, estas cidades [ou parte delas] se edificam como território de consumo e território consumido (Freytag & Bauder, 2018; Marcús, Mansanilla, Boy, Yanes, & Aricó, 2019; Mullins, 1991). Para Cruz (2002), o turismo no espaço das cidades e uma hipotética consequente hospitalidade urbana, podem consumir o território [como produto fixo] e, por ser um território receptivo em razão de deslocamentos [fluxo], o consumidor [visitante, turista] passa a consumir o território. Pereira (2015) observa que o turismo [o qual deve encerrar hospitalidade] é serviço econômico capitalista que se relaciona com oferta e demanda sociais de atividades e produtos de bens de consumo que se manifestam no território. Araújo (2013) e Carlos (2001) sugerem que a urbanização turística e a hospitalidade das cidades receptivas denotam territórios relacionados ao mercado, ultrapassando a condição do território como valor de uso para um território de valor de troca.

O destino turístico considerado hospitaleiro [de cidades] e a imagem de seus espaços é publicizada também com viés econômico, onde turistas podem ser adequados ou não para o destino estudado, conforme suas faixas de renda (Hosany & Martin, 2012). Do mesmo modo, estudos demonstram que a imagem urbana de espaços do destino turístico pode ser julgada a partir de critérios socioeconômicos dos próprios turistas (Ahn, Ekinci, & Li, 2013; Kamins & Gupta, 1994). E, mais: a imagem de cidade enquanto destino turístico é fator de interpretação e descrição socioeconômica para definir um perfil de turista (Hatfield, Cacioppo & Rapson, 1993).

De sorte que, com todas as observações descritas até aqui, é possível afirmar que há explicações para o fenômeno da urbanização turística e sua inerente pretensão de ser também uma urbanização hospitaleira, alinhadas por abordagem essencialmente socioeconômica na produção do espaço turístico. Neste sentido, Carlos (2002) afere que pesquisas do território turístico, e pretensamente hospitaleiro, têm se direcionado para interpretação e descrição socioeconômica do território; de outro modo, há carência de investigações que tomem o <espaço> como categoria de análise na produção do território turístico.

Alguns pesquisadores primeiros, que se ocuparam do estudo do território urbano foram, sobretudo, geógrafos, mas vincularam o turismo e a hospitalidade [portanto a urbanização turística e a hospitalidade urbana] como manifestação marginal (Ashworth & Page, 2011); muito provavelmente em razão de explicações socioeconômicas imbuídas pelo valor essencialmente do capital. Todavia, há estudos contemporâneos da Geografia que puderam considerar o <espaço> como atributo no debate social crítico, para além de uma vertente primordialmente socioeconômica. Assim, por exemplo, deu-se com a dialética socioespacial (Lefebvre, 1992; 2001; Soja, 1988).

Lefebvre (2001), por exemplo, observou que o <espaço> de um núcleo urbano na teoria social crítica é produto de consumo, mas também tal núcleo urbano é consumo de <espaço>. Lefebvre (1969), referencial para geógrafos contemporâneos, atentou para o papel do espaço [objeto] como parte integrante das condições que constroem a realidade socioespacial; portanto, não é somente interpretação do sujeito [corpo social] sobre o objeto [cidade] como explicação de uma dada realidade. Ainda neste sentido, conteúdo do materialismo histórico, tido como método de abordagem, pode direcionar um valor essencialmente social de descrição ou interpretação de uma realidade; uma vez que o materialismo histórico pode se apoiar no sujeito [ser social

histórico] ‘produtor’ da consciência acerca do objeto, ainda que se promulgue uma dialética. O ‘avanço’ dos trabalhos de Henri Lefebvre (2001; 1992) acerca do materialismo histórico está numa continuidade do uso da dialética, incrementando-se o valor <espacial> – dialética socioespacial (Soja, 1993) – onde sujeito [corpo social] e objeto [realidade espacial] não são ‘hierarquizados’ na análise ou descrição da realidade. O que, de outro modo, pode ser pressuposto também como um materialismo geográfico [com o papel do <espaço>] tal qual um materialismo histórico [com o papel social], de algum modo sinalizado por Hegel em questionamento a Marx (Soja, 1993).

De modo que se pode ponderar interpretações ou descrições onde o sujeito [social] é quem define consciências sobre o objeto [cidade]; e vale destacar que muito da dominância do sujeito sobre o objeto perdurou na Modernidade, quando métodos até então sedimentados passam a ser questionados. Fato que tal discussão na relação sujeito [corpo social] e objeto [realidade física] não é algo efetivamente ‘novo’, contemporâneo ou próprio à pós-modernidade. Já nos idos da Idade Média, Guilherme de Ockham, em discordância a Santo Agostinho, questionou o valor do sujeito [‘intermediário’ de Deus] como ‘promotor’ de concepções sobre a realidade [objeto] e, portanto, dever-se-ia se pensar em valores de uma *empíria* do objeto (Ferrara, 2005). Eis, então, a dualidade entre empíria [objeto] e teoria [*sujeito*], tão característica na Modernidade, hoje possa ser ponderada.

Exemplificação contemporânea da relação ente sujeito [social] e objeto [cidade] e, portanto, de uma relação dialética socioespacial, está no fato de que vilas operárias do século XIX foram construídas, pretensamente, numa relação em que o espaço edificado deveria ‘servir’ aos valores sociais do patronato que as concebia: domínio ‘panóptico’ do operariado que habitava as vilas e, por isso, creches, escolas, fábricas, eram colocadas próximas às residências, o que criou, por outro lado, boas relações espaciais de vizinhança não previstas pelo patronato. De sorte que, com isso, a condição espacial das vilas operárias do século XIX começou a denotar valor imobiliário e passaram a ser vendidas para outras classes sociais que não a do operariado; ou seja, a condição espacial das vilas deu significado para outras formas sociais que não necessariamente previstas por aquele corpo social que as edificou (Soja, 1988).

Ainda neste sentido, como contribuição ao conteúdo da dialética socioespacial para discussões de Urbanização Turística e Hospitalidade Urbana, vale destacar a tese defendida no Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí: ‘Categorias da

Urbanização Turística: uma análise a partir da morfologia urbana e práticas espaciais', de autoria de Sarah Marroni Minasi (2020), por mim orientada. Nesta tese, a autora se utiliza do materialismo histórico à luz da dialética socioespacial, pois analisou turistas, visitantes e moradores [corpo social], concomitante com morfologia urbana e práticas espaciais [<espaço> como atributo de análise]; seguindo-se a recomendação de Henri Lefebvre, em que o ideal da dialética socioespacial necessita da criação de instrumentos e ferramentas de pesquisas para tanto (Schmid, 2012). Assim Minasi (2020) o fez: uso contemporâneo de geoprocessamento para leitura espacial dos objetos de pesquisa como instrumental para coleta de dados espaciais analisados à luz da abordagem dialética materialista.

<ESPAÇO> COMO SIGNO E PLURISSIGNIFICAÇÃO

Pode-se compreender o <espaço> não apenas como experiência receptiva feita pelo corpo, tal como se poderia interpretar a fenomenologia de Maurice Merleau-Ponty (2018), mas como uma recepção mútua do corpo [como 'porta' sensorial], dos sentimentos e da mente como potencial judicativo. Neste sentido, teorias de Yu-Fu-Tuan (2013) puderam considerar a experiência como simultaneidade de pontos de vista objetivos e subjetivos, os quais possuem fundamento no 'olho da mente'. De sorte que vale uma exemplificação kantiana (Kant, 2012) para experiência estética constituinte da relação corpo e mente: segundo Kant, ao se vislumbrar um castelo, pode-se atribuí-lo o predicado 'bonito', neste caso, faz-se juízo de gosto; mas, se soubermos que este mesmo castelo foi edificado com trabalho escravo, se pode chegar à judicação de que não seja 'bonito', em razão de informação de caráter ético que pondera o juízo estético.

Denota-se, portanto, que a percepção, quando reportada à mente, pode ir ao encontro do signo, significado e significante, apreendidos pelo leitor da realidade [espaço]. E por se tratar de <espaço> enquanto valor cognitivo promotor de inferências e conclusões mentais, deve-se considerá-lo como linguagem caracterizada por plurissignificação, pois pode proporcionar uma gama de interpretações e descrições, em diversidade relacional (Peirce, 1984); tal situação se procede porque há a categoria peirceana do signo ou índice, ou forma de apreensão da realidade que se dá por abdução; ou, ainda, o objeto lido como gerador de novas interpretações e descrições. De sorte que a realidade [objeto] lida é signo não verbal, o que denota que o <espaço> é gerador de informação ao proporcionar inferências [abdução]. Há ainda a possibilidade do cruzamento entre exercícios de abdução [apreensão do objeto] e teorias; neste caso é que a teoria surge como estimuladora para interpretação e descrição, e não como

justificativa *dedutiva* da realidade. Dedução, portanto, pode-se aderir à empiria do *objeto* [espaços lidos] para verificar inferências [abdução].

Pode-se elencar como exemplificação destas reflexões, estudos em Hotelaria e Hospitalidade, oriundas de investigações do Grupo de Pesquisa Turismo, Hospitalidade e Gastronomia [PPGTH-UNIVALI]. Sem dúvida que a história dos meios de hospedagem denota <espaço> como valor empresarial para hotéis. Porém, pode-se interpretar e descrever hospitalidade da hotelaria por meio do <espaço> como emoção, seja pela apreensão cognitiva, seja pela apreensão receptiva do corpo. De sorte que <emoção do espaço> pode ser categoria de análise precursora para hospitalidade e para arquitetura contemporânea de meios de hospedagem, porque elaborada pretensamente e inferida a partir da arquitetura hoteleira (Tricárico & Vargas, 2017; Tricárico et al., 2019) [Fig. 1]. Bem como se pode verificar a hospitalidade do <espaço> como emoção em hotéis ao se discutir a relação entre prazer e necessidade a partir das teorias de Maslow (2020) (Tricárico & Capra, 2015).

Figura 1. Skyldodge Adventure Suites, Vale Sagrado, caminho de Cusco para Machu Picchu, Peru



Fonte: Rossiturismo [Link](#)

Meios de hospedagem rural no Brasil, estudados à luz do ideal de abdução de Charles Sanders Peirce (1984) e com instrumentos de pesquisa feitos por leitura espacial in loco, puderam demonstrar o <espaço> como atributo de hospitalidade, pois denotou coletivização para tomadas de vontades cívicas, arranjos colaborativos e soluções de demandas sociais (Tricárico et al., 2019a); arranjos sociais para o território rural a partir de meios de hospedagem rural que indiciam empoderamento político na zona rural brasileira, compreendido também como fator de sustentabilidade social (Tricárico et al., 2019b) (Fig. 2).

Tricárico, L. T. (2022). Espaço como atributo de Hospitalidade.
Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade, 14(2), 438-450.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i2p450>

Figura 2. Interior de refeitório no Pouso dos Paula, zona rural de Nova Friburgo (RJ), Brasil



Fonte: Lombardi, F. (Prod.) (2016).

SINTAXE DO <ESPAÇO>

Há uma gama de estudos reconhecidos que podem contribuir para o ideal do <espaço> como atributo de hospitalidade; dentre eles, por exemplos: a percepção fenomenológica do <espaço> (Merleau-Ponty, 2018), a teoria da Gestalt (Wertheimer, 1938), a sintaxe espacial (Hillier & Hanson, 1984).

Figura 3. Praça Almirante Tamandaré, Balneário Camboriú-SC, Brasil



Fonte: bcnoticias [Link](#)

Vale destacar alguns estudos feitos pelo Grupo de Pesquisa Turismo, Hospitalidade e Gastronomia (PPGTH-UNIVALI), relacionados com a sintaxe do <espaço>; e que em razão de seus objetos de pesquisa, podem dar indícios do <espaço> como atributo para o Turismo e Hospitalidade. Revelou-se o papel do <espaço> como atributo de urbanização turística, a partir de lugares importantes — praças centrais — para formação da imagem turística da cidade brasileira de Balneário Camboriú-SC [Fig.3], diante de discussões predominantemente sociais de explicação, sobretudo econômicas para gestão e planejamento turísticos do destino.

O estudo se deu com instrumental de pesquisa aderente à abordagem da Teoria da Sintaxe Espacial (Hillier & Hanson, 1984). Os resultados concluíram que a Sintaxe Espacial pode ser método de análise para confirmar o <espaço> como atributo da urbanização turística (Arruda & Tricárico, 2019). Reconheceu-se que espaços referenciais de lugar na cidade podem ser constituídos pela arquitetura de hotéis para imagem urbana e dentro da paisagem urbana. Tais referenciais de lugar foram hotéis da Praia de Copacabana no Rio de Janeiro (Brasil) [Fig. 4]. A coleta de dados destes hotéis se deu a partir de categorias de análise de <imagem> e <paisagem urbanas> aferidas por Gordon Cullen (1983) e Kevin Lynch (2011), e pela sintaxe da linguagem visual (Dondis, 2015). Os resultados demonstraram que a imagem urbana de hotéis pode contribuir para referências de lugares na cidade, condição contemporânea de identidade e legibilidade urbanas, também signos de hospitalidade urbana, segundo Grinover (2007) (Tricárico & Gastaldi, 2015).

Figura 4. Hotel Copacabana Palace, Rio de Janeiro-RJ, Brasil



Fonte: g1.globo [Link](#)

É possível elencar ainda outros estudos sobre a imagem urbana de hotéis [Fig. 5] dentro da paisagem urbana e, com isto, aferir o papel do <espaço> para a hospitalidade, sobremaneira

para hospitalidade urbana. De sorte que se pôde inferir que a hospitalidade de meios de hospedagem vai além dos espaços internos de um hotel, sendo verificada também como hospitalidade urbana. Para tanto, tomou-se estudos de caso de hotéis, descritos pelo conteúdo de representação da semiótica peirceana (Peirce, 1984), pois, ao se pretender representar, é possível descrever intenções do objeto espacial emissor [arquitetura de meios de hospedagem], em significar hospitalidade urbana. Neste caso, os dados coletados foram amparados pelas teorias de Lucio Grinover (2007), as quais se debruçam sobre os trabalhos de Kevin Lynch (2011). Os resultados aferiram que há hospitalidade urbana na imagem citadina de hotéis, porque eles conferem identidade e legibilidade (Grinover, 2007) quando da leitura visual da cidade; bem como representar uma cidade e até uma nação dadas características sintáticas de proporção e escala, textura, cor, iluminação noturna, entre outras (Tricárico et al., 2018).

Figura 5. - Hotel Burj Al-Arab, Dubai, Emirados Árabes Unidos



Fonte: triplover [Link](#)

CONCLUSÃO

Como conclusão, vale destacar que o objetivo deste texto foi essencialmente o de localizar alguns conteúdos já sistematizados e reconhecidos em outros campos do conhecimento sobre o <espaço> como valor atributivo para uma discussão social crítica ou para contribuições sobre estudos da morfologia urbana e da arquitetura. E, a partir de tal localização, possibilitar discussões que vão ao encontro da Hospitalidade. De outro modo, o objetivo também

estabeleceu a tentativa de demonstrar como alguns estudos sobre hospitalidade podem se apropriar destes conteúdos sobre <espaço> e, com isto, aferir a condição do *espaço* como atributo de hospitalidade.

Há de se verificar que o esforço na aproximação do <espaço> à hospitalidade foi aqui abordado enquanto produção científica do Grupo de Pesquisa Turismo, Hospitalidade e Gastronomia [PPGTH-UNIVALI], pois, por um lado, este grupo é formado essencialmente por arquitetos e urbanistas que têm o <espaço> como valor epistemológico de suas discussões; e, por outro lado, o fato do referido Programa, o primeiro do Brasil a ter a Hotelaria como campo de estudo, ou seja, a Hotelaria, por definição, encerra conteúdos de hospitalidade. O desafio de pesquisas futuras então é não só o entendimento do *espaço* como atributo de hospitalidade que parte da contribuição de outros estudos que não da Hospitalidade. Ou seja, a proposição de estudos vindouros estaria na construção de categorias do <espaço> dentro da própria Hospitalidade. Neste sentido, vale propor que se pesquisadores brasileiros assim se dedicarem, é possível encontrar um direcionamento da produção científica nacional como efetiva contribuição epistêmica para Hospitalidade. E mais: a Hospitalidade também contribuiria para o reconhecimento do <espaço>.

Limites para discussões aqui apresentadas podem estar na conjunção de teorias aparentemente disparatas e até contraditórias – dialética e Semiótica, por exemplos – quando se tem o espaço como fio condutor de discussão. Fato que se deve também considerar que a Hospitalidade, dado seu caráter interdisciplinar, multidisciplinar e transdisciplinar, permite tal conjunção. A aplicação das considerações arroladas aqui parece estar muito mais afeita a contribuições teóricas, mas que, por outro viés, pode elucidar o poder público das cidades e o ‘trade’ turístico de destinos urbanos quanto ao valor que se pode atribuir ao *espaço* enquanto promotor de hospitalidade.

REFERÊNCIAS

- Ahn, T., Ekinci, Y., & Li, G. (2013). Self-congruence, functional congruence and destination choice. *Journal of Business Research*, 66(6), 719-723. [Link](#)
- Araújo, E. F. de (2013). Entre o litoral e o urbano: o turismo litorâneo na região metropolitana de Fortaleza. *Caminhos de Geografia*, 14(45), 64-80. [Link](#)
- Arruda, H. de S., & Tricárico, L. T. (2019). Sintaxis del espacio de las plazas públicas como signo para la Urbanización Turística: un estudio en Balneário Camboriú (Brasil). *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 28(1), 121-148. [Link](#)

- Ashworth, G., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15. [Link](#)
- Bauman, Z. (1988). Sociology and postmodernity. *Sociological Review*, 34(4), 790-813. [Link](#)
- Carlos, A. F. A. (2001). São Paulo hoje: as contradições no processo de reprodução do espaço. *Scripta Nova*, 5(79-104), 1-13. [Link](#)
- Cruz, R. de C. A. (2002). *Política de turismo e território*. São Paulo: Contexto.
- Cullen, G. (1983). *Paisagem urbana*. Lisboa: 70.
- Dondis, D. (2015). *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes.
- Ferrara, L. D´A. (2005). *Leitura sem palavras*. São Paulo: Ática.
- Freytag, T., & Bauder, M. (2018). Bottom-up touristification and urban transformation in Paris. *Tourism Geographies*, 20(3), 443-460. [Link](#)
- Gotman, A. (1997). *La question de l'hospitalité aujourd'hui. L'Hospitalité*. Paris: Seuil.
- Grinover, L. (2007). *A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo*. São Paulo: Aleph.
- Hatfield, E., Cacioppo, J., & Rapson, R. (1993). Emotional contagion. *Current Directions in Psychological Science*, 2(3), 92-99. [Link](#)
- Hillier, B., & Hanson, J. (1984). *The Social Logic of Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hosany, S., & Martin, D. (2012). Self-image congruence in consumer behavior. *Journal of Business Research*, 65(5), 685-691. [Link](#)
- Kamins, M. A., & Gupta, K. (1994). Congruence between spokesperson and product type: a matchup hypothesis perspective. *Psychology & Marketing*, 11(6), 569-586. [Link](#)
- Kant, I. (2012). *Crítica da Faculdade do Juízo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Lashley, C. (2015). Hospitalidade e hospitabilidade. *Hospitalidade*, 12(nº especial), 70-92. [Link](#)
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. London: Wiley.
- Lefebvre, H. (1992). *The Production of Space*. New York: Wiley.
- Lefebvre, H. (2001). *O Direito à Cidade*. São Paulo: Centauro.
- Lefebvre, H. (1969). *Espaço e Política: o direito à cidade*. São Paulo: Documentos.
- Lombardi, F. (Prod.) (2016). Pousada dos Paula, Salinas, Nova Friburgo, RJ [Filme-vídeo]. Nova Friburgo: Aventura em Vídeo. 1 DVD, 222 min. Color”, minuto: 2:12.
- Lynch, K. (2011). *A Imagem da Cidade*. Lisboa: 70.

Tricárico, L. T. (2022). Espaço como atributo de Hospitalidade. *Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 14(2), 438-450. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i2p450>

- Marcús, J., Mansanilla, J. A., Boy, M., Yanes, S., & Aricó, G. (2019). *La Ciudad Mercancía: turistificación, renovación urbana y políticas de control del espacio público*. Buenos Aires: Teseo Press.
- Maslow, A. H. (2020). *A Theory of Human Motivation*. London: Sanage Publishing House.
- Merleau-Ponty, M. (2018). *Fenomenologia da Percepção*. São Paulo: Martins Fontes.
- Minasi, S. M. (2020). *Categorias da Urbanização Turística: uma análise a partir da morfologia urbana e práticas espaciais*. Tese, Doutorado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Brasil . [Link](#)
- Mullins, P. (1991). Tourism urbanization. *International Journal of Urban Regional Research*, 15(3), 326-342. [Link](#)
- Peirce, C. S. (1984). *Semiótica e Filosofia*. São Paulo: Cultrix.
- Pereira, R. M. F. A. (2015). Turismo e dinâmica sócio-espacial do litoral de Santa Catarina. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 9(3), 554-567. [Link](#)
- Schmid, C. (2012). A teoria da produção do espaço de Henri Lefebvre: em direção a uma dialética tridimensional. *GEOUSP – Espaço e Tempo*, 16(3), 89-109. [Link](#)
- Soja, E. (1993). *Geografias Pós-modernas: a reafirmação do espaço na Teoria Social Crítica*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Soja, E. (1988). *Post moderns geographies: the reassertion of space in critical social theory*. London: Verso.
- Tricárico, L. T., & Capra, R. C. (2015). Justificativa do prazer e da emoção na hotelaria atual segundo Maslow. *Turydes*, 18, 1-6. [Link](#)
- Tricárico, L. T., & Gastaldi, P. (2015). La ciudad construida por la imagen urbana: hoteles en la playa de Copacabana (Rio de Janeiro, Brasil) como símbolo de lugares. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(2), 244-263. [Link](#)
- Tricárico, L. T., & Varga, M. S. de (2017). Emoção como signo dos espaços em meios de hospedagem. *Caderno Virtual de Turismo*, 17(1), 46-57. [Link](#)
- Tricárico, L. T., Oliveira, J. P. de, & Rossini, D. de M. (2018). Meios de hospedagem como signo de hospitalidade urbana. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 12(1), 28-56. [Link](#)
- Tricárico, L. T., Tomelin, C. A., & Rossini, D. de M. (2019). Espacio de alojamiento rural en Brasil como signo de espacio cívico. *Razón y Palabra*, 23(105), 613-657. [Link](#)
- Tricárico, L. T., Pires, P. dos S., & Walkowski, M. da C. (2019a). Rural accommodation as a sign of space for consensus: Hospedaria Montanha Beija-Flor Dourado, Morretes (PR-Brazil). *Rural Society*, 28(3), 212-225. [Link](#)

Tricárico, L. T. (2022). Espaço como atributo de Hospitalidade.
Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade, 14(2), 438-450.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i2p450>

Tricárico, L. T., Pires, P. dos S., & Walkowski, M. da C. (2019b). Spaces for collaborative arrangements as social sustainability in rural accommodation in Brazil: Pouso dos Paula. *Sustainability*, 11(12), 3236-3255. [Link](#)

Tuan, Y.-F. (2013). *Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência*. São Paulo: Eduel Campos.

Wertheimer, M. (1938). Gestalt theory. In: W. D. Ellis (Ed.), *A source book of Gestalt Psychology* (pp. 1-11). London: Routledge & Kegan Paul.

PROCESSO EDITORIAL

Recebido: 16 NOV 21 Aceito: 9 FEV 22