



**INSTITUTO
FEDERAL**
Brasília

Instituto Federal de Brasília *campus* Riacho Fundo

Tecnologia em Hotelaria

Ian Felipe Castro de Souza

A IMPORTÂNCIA DA ARTE NA EXPERIÊNCIA DA HOTELARIA:
uma análise do Brasília Palace Hotel

Brasília
2025



Instituto Federal de Brasília *campus* Riacho Fundo

Tecnologia em Hotelaria

IAN FELIPE CASTRO DE SOUZA

A IMPORTÂNCIA DA ARTE NA EXPERIÊNCIA DA HOTELARIA:
uma análise do Brasília Palace Hotel

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Brasília - IFB, Campus Riacho Fundo, como requisito parcial à obtenção do título de Tecnólogo em Hotelaria.

Orientadora: Prof.^a Esp. Kelly Sabrina Fernandes

BRASÍLIA-DF

2025

SOUZA, IAN FELIPE CASTRO DE.

A importância da arte na experiência da hotelaria: uma análise do Brasília Palace Hotel / IAN FELIPE CASTRO DE SOUZA ; orientação Kelly Sabrina Fernandes. — Riacho Fundo, DF: 2025.

28 f. : il. color. ; 30 cm.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Hotelaria) — Instituto Federal de Brasília, Campus Riacho Fundo, Riacho Fundo, DF, 2025.

Orientador(a): Kelly Sabrina Fernandes.

1. Arte. 2. Experiência. 3. Brasília Palace. 4. Hotelaria. 5. Brasília. I. Fernandes, Kelly Sabrina, orient. II. Instituto Federal de Brasília. III. Título.

IAN FELIPE CASTRO DE SOUZA

**A IMPORTÂNCIA DA ARTE NA EXPERIÊNCIA DA HOTELARIA:
uma análise do Brasília Palace Hotel**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Tecnologia em Hotelaria do Instituto Federal de Brasília, Campus Riacho Fundo como parte da exigência para obtenção do título de tecnólogo.

Aprovado em 3 de dezembro de 2025

BANCA EXAMINADORA

Professora Esp. Kelly Sabrina Fernandes – Orientadora

Professora Ma. Naiara Denicolo – Avaliadora Interna

Professora Ma. Amanda Madeira – Avaliadora Interna

Agradecimentos:

Primeiramente agradeço a Deus, por ter me guiado e acompanhado durante os momentos fáceis e difíceis desses cinco semestres até a realização de meu trabalho de encerramento de curso .

Agradeço ao instituto IFB pela oportunidade de cursar a graduação de tecnologia em hotelaria.

Às professoras Kelly Sabrina, Jammilly Brandão e Amanda, pelo enorme apoio e orientação na confecção do meu projeto.

Aos professores em geral, que me acolheram ao longo do curso, com seus conhecimentos e hospitalidade.

Aos meus colegas que estiveram comigo durante toda jornada de formação, me ajudando nos trabalhos acadêmicos e visitas técnicas.

Aos que colaboraram com a pesquisa deste artigo direta ou indiretamente.

Especialmente, agradeço aos meus pais por estarem ao meu lado em todos os momentos.

“Não existe meio mais seguro para fugir do mundo do que a arte, e não há forma mais segura de se unir a ele do que a arte.”

— **Johann Wolfgang von Goethe.**

A IMPORTÂNCIA DA ARTE NA EXPERIÊNCIA DA HOTELARIA: uma análise do Brasília Palace Hotel

Autor: Ian Felipe Castro de Souza
IFB – Instituto Federal de Brasília

RESUMO: Este trabalho de conclusão de curso investiga a influência da presença artística e do design na atratividade visual e na experiência dos hóspedes em empreendimentos hoteleiros, com foco em um estudo de caso no primeiro hotel de Brasília, o Brasília Palace Hotel (BPH). O objetivo geral é identificar a arte como fator de atração e de melhoria na experiência dos hóspedes, buscando também analisar a influência da arte na construção do Plano Piloto de Brasília e como o BPH está diretamente ligada à sua história, e mapear os detalhes artísticos do hotel estudado. Tendo como sua problemática central, qual é a influência da arte no primeiro hotel de Brasília? A metodologia adotada foi pesquisa bibliográfica, baseada na análise de artigos científicos e literaturas acadêmicas, visando construir uma base teórica para sustentar a defesa da arte como impulsionadora do marketing hoteleiro. A pesquisa afirma que a arte é uma ferramenta poderosa para hotéis, influenciando tanto o marketing de turismo quanto a experiência do hóspede, equiparando-se à importância dos serviços prestados. O estudo de caso demonstra que a arte esteve ligada à concepção do BPH, tornando-o um marco histórico e um exemplo de como o conforto e o fascínio podem ser alcançados através de sua arte. Sugestões futuras incluem, pesquisar estilos de arquitetura e design de interiores mais atrativos, e a recomendação para hotéis de Brasília é utilizar arte inspirada em marcos locais para criar oportunidades de serviços turísticos complementares.

Palavras-chave: Arte. Experiência. Brasília Palace. Hotelaria. Brasília.

ABSTRACT: This final course project investigates the influence of artistic presence and design on the visual appeal and guest experience in hotel developments, focusing on a case study of Brasília's first hotel, the Brasília Palace Hotel (BPH). The overall objective is to identify art as a factor that attracts guests and improves their experience, also seeking to analyze the influence of art in the construction of Brasília's Plano Piloto and how the BPH is directly linked to its history, and to map the artistic details of the hotel studied. The central research question is: what is the influence of art on the first hotel in Brasília? The methodology adopted was bibliographic research, based on the analysis of scientific articles and academic literature, aiming to build a theoretical basis to support art as a determining factor in

hotel marketing. The research finds that art is a powerful tool for hotels, influencing both tourism marketing and the guest experience, equaling the importance of the services provided. The case study demonstrates that art was linked to the conception of the BPH, making it a historical landmark and an example of how comfort and fascination can be achieved through art. Future suggestions include researching more appealing architectural styles and interior designs, and the recommendation for hotels in Brasília is to use art inspired by local landmarks to create opportunities for complementary tourism services.

Keywords: Art. Experience. Brasília Palace. Hospitality. Brasília

SUMÁRIO

1.INTRODUÇÃO	9
2.REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1 A arte na construção do plano piloto e no primeiro hotel de Brasília.....	10
2.2 A arte no Brasília Palace Hotel.....	15
2.3 A percepção constante do hóspede no empreendimento.....	19
3. METODOLOGIA.....	21
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO.....	22
5. CONCLUSÃO	24
6. REFERÊNCIAS	25

LISTA DE IMAGENS

Imagem 1 — Obra “As banhistas”, escultura de Alfredo Ceschiatti.

Imagem 2 — Montagem do esqueleto estrutural metálico do Brasília Palace Hotel

Imagem 3 — Construção de Brasília Palace

Imagem 4 — Brasília Palace Hotel nos dias atuais

Imagem 5 — Mapa de áreas do Brasília Palace

Imagem 6 — Pannel de azulejos de Athos Bulcão “Positivo, Negativo”

Imagem 7 — Pintura mural do salão de festas do BPH

Imagem 8 — Artes de Darlan Rosa

Imagem 9 — Árvore centenária

Imagem 10 — Decoração do Lobby

Imagem 11 — Carro de Juscelino Kubitschek

1. INTRODUÇÃO

Um espaço confortável e atrativo é indispensável para que um hotel possa seguir firme no mercado, e a presença artística em hotéis pode ser essencial nesse quesito pois pode impactar significativamente a atratividade visual e influenciar a percepção e a experiência dos hóspedes. Com esse elemento identificado, é possível perceber que os detalhes visuais são um dos elementos de destaque de grande importância para os empreendimentos hoteleiros. Segundo a pesquisa de Barvinok (2024) a influência desses detalhes visuais presentes desde o primeiro contato do hall de entrada, às áreas comuns, até o quarto, como a escolha de cores, a arquitetura, os objetos decorativos e o paisagismo, desempenham um papel importante no psicológico dos hóspedes, através de sentimentos quase imperceptíveis, mas que possuem grande influência na experiência vivida, como de calma, alegria, tranquilidade e equilíbrio, criando assim um vínculo da marca com o cliente:

O design de um hotel ou complexo turístico e recreativo tem uma influência significativa na escolha dos consumidores, na sua fidelidade e na atratividade de marketing do estabelecimento. Um interior atraente aumenta as chances de reservas, indicações e avaliações positivas, além de incentivar os hóspedes a compartilharem suas experiências nas redes sociais, o que cria uma publicidade gratuita e eficaz. (Barvinok, 2024)

Dessa forma, este estudo busca contribuir para o entendimento do papel da arte e do *design* na criação de uma identidade única para os hotéis, em seu ato de consolidar sua imagem de marca e atrair o público-alvo, e assim inspire e desperte a atenção das instituições de ensino que possuem cursos de hospitalidade e hotelaria à necessidade de explorar o olhar artístico e criativo.

Com a hipótese de contextualizar o destaque que a arte é capaz de entregar aos empreendimentos hoteleiros, com isso surge a problemática de pesquisa: Qual é a influência da arte no primeiro hotel de Brasília?

Diante desse contexto, o objetivo geral deste estudo é identificar a arte como um fator que atrai o público-alvo e entender se ela corrobora para a melhor experiência dos hóspedes .

1- Analisar de forma sistemática a maneira que a arte influenciou na construção do plano piloto.

2- Mapear o hotel e destacar os detalhes artísticos propostos.

3- Contextualizar os fundamentos teóricos acerca da influência da arte nos meios de hospedagem.

Na primeira seção, será abordado a história da grande influência da arte na construção da capital para contextualizar a evolução do estilo modernista na construção dos empreendimentos hoteleiros de Brasília, destacará a percepção crítica que os hóspedes têm sobre os hotéis. No segundo momento, será abordado o modelo escolhido para a metodologia de pesquisa que defenderá a ideia principal, que são várias pesquisas acadêmicas que tendem a comprovar a arte como um fator importante para a imagem do hotel. Depois terá a análise e discussão dos resultados para chegar à conclusão, na expectativa de que este estudo auxilie as organizações existentes e futuras a se manterem no mercado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Arte na construção do plano piloto e no primeiro hotel de Brasília

A arte possui várias interpretações sobre o que é arte ou não, uma questão que é debatida desde muito tempo por estudiosos no assunto, para Bueno e Dias (2016) a definição é realmente algo complexo, porém é inevitável não notar os segmentos da arte como a música, as artes plásticas e a arquitetura diariamente, existem os que ignoram, mas também os que são afetados pela admiração ao belo.

Ao analisar a arquitetura de Brasília na atualidade, é notável a atenção aos detalhes visuais e simbólicos que seus planejadores queriam transmitir para os turistas e habitantes que fossem para a nova capital do Brasil, uma cidade que se destacasse entre as demais cidades, este era o sonho ambicioso de Juscelino Kubitschek, que era parte de seu programa de governo onde, segundo seu slogan, o país avançaria “50 anos em 5”, dessa forma, seu plano era visto como um projeto que beneficiaria o desenvolvimento nacional rumo a um futuro próspero (Medeiros, 2012).

Para a construção da capital ser realizada, estiveram ao lado do presidente o arquiteto Oscar Niemeyer, responsável pelos projetos dos principais edifícios e monumentos, e o urbanista Lúcio Costa, idealizador do plano piloto. Ambos se inspiraram no movimento artístico modernista, desenvolvida primeiro nos Estados

Unidos e na Europa (Delgado, 2006) e introduzida no Brasil através da geração de 1922 (Hagihara, 2012).

O estilo artístico foi escolhido não apenas pela beleza na aparência, de acordo com Andrade (2024) foi por também transmitir uma imagem de uma sociedade moderna em um período de paz pós Segunda Guerra mundial. Isso revela que o movimento artístico foi importante na época para crescer o espírito de vitória sobre tempos difíceis, e a esperança de um futuro próspero para a evolução social e estética das cidades.

De acordo com Dom Fernando Gomes dos Santos, arcebispo de Goiás, (Brasília, 1958b) "A inauguração marca o início de uma nova fase da história, nessa marcha árdua e difícil para o interior." Sua fala evidencia o desafio que foi o caminho da construção de uma cidade até o que conhecemos hoje, de um lugar totalmente vazio para o novo símbolo da identidade nacional e um marco histórico.

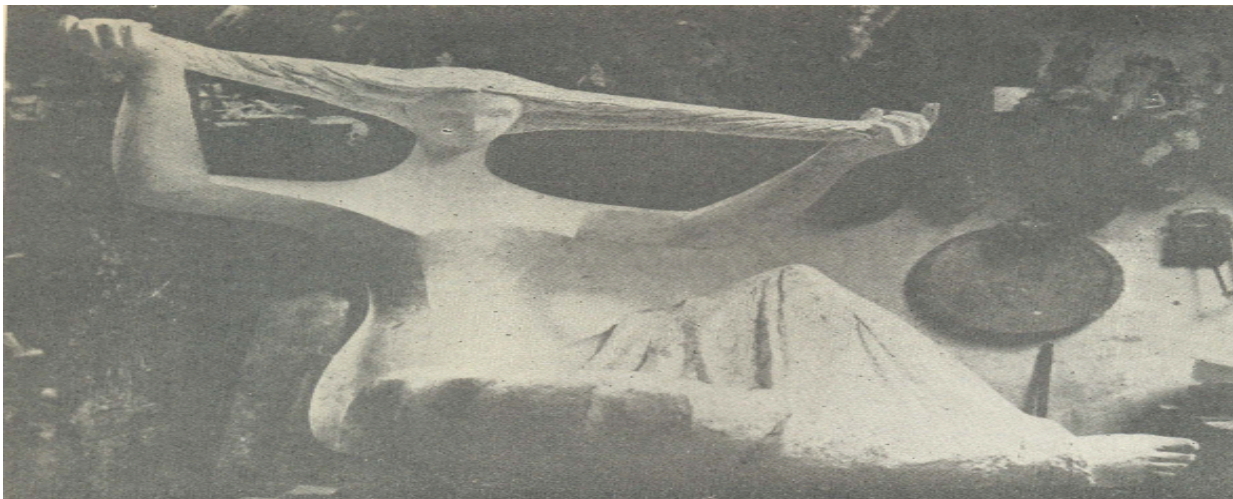
Durante sua construção, entre 1956 e 1960, Brasília foi o palco para a construção de uma das grandes realizações do século XX, composta de esculturas, tapeçarias, vitrais, monumentos e prédios públicos que expressavam a estética artística de uma nação rumo ao progresso do modernismo (Brasília, 1958a). Como afirma Andrade (2024), nenhuma outra capital construída no século ganhou tanta notoriedade como Brasília, nem mesmo Camberra em 1927, capital da Austrália, e Chandigarh, capital de Punjabe e de Haryana, na Índia, em 1947 .

Alguns dos maiores nomes do movimento artístico modernista foram convocados a participar desse projeto como o paisagista Roberto Burle Marx, que trouxe suas ideias para a confecção dos jardins e espaços abertos, como o Parque da Cidade de acordo com seu vasto conhecimento no campo das artes e da botânica (Tanure, 2007), e artistas como Cândido Portinari, Di Cavalcanti, Alfredo Volpi, Bruno Giorgi, Mary Vieira, Alfredo Ceschiatti, Athos Bulcão, Maria Martins entre vários outros que se destacaram nas artes visuais (Brasília, 1958a). Foi com a colaboração dessas mentes criativas que se formou a identidade e a simbologia desejada para a capital, o que faz perceber o quão forte foi a atuação da arte nela, algo que é afirmado na revista da época:

Trata-se, por outro lado, de uma das raras tentativas, em nosso século, em todo o mundo, de integrar as várias artes visuais num só vasto trabalho, e dentro, quanto possível, da mesma perspectiva - se não do mesmo estilo, até do mesmo módulo, como os perfeccionistas [sic] poderiam almejar. (Brasília, 1958a, p: 8).

Na imagem 1 mostra uma das esculturas da obra “As banhistas”, encomendadas pelo artista Alfredo Ceschiatti, para a fachada do Palácio da Alvorada, acima do espelho d’água:

Imagem 1 — escultura “As Banhistas”



Fonte: BRASÍLIA. **Revista Brasília**, n. 14, jun. 1958a. Direção e edição de Raimundo Nonato Silva. Brasília: NOVACAP. Disponível em: Arquivo Público do Distrito Federal. (p. 12)

Brasília teve seu reconhecimento de patrimônio mundial em 1987 pela UNESCO junto com sua proteção pelo Governo do Distrito Federal no decreto nº 10.829, e logo após o projeto de Lúcio Costa e Oscar Niemeyer, denominado como Conjunto Urbanístico de Brasília (CUB), foi tombado pelo Instituto Brasileiro de Patrimônio Cultural (IBPC), atualmente conhecido como IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional), em 1990 (Barbosa, 2021). Conseqüentemente, todos os monumentos, residenciais e os hotéis são protegidos por esses atos administrativos.

Porém mesmo que o sonho do presidente de uma capital perfeita não tenha sido um sucesso, algo que nos dias atuais é evidente por conta dos problemas de trânsito, segurança, desigualdade social e saúde, ainda se é vista popularmente como a ‘Capital da Esperança’, e continua a atrair pessoas de todo o país (Medeiros, 2012).

Dentre os hotéis construídos, destacamos o Brasília Palace Hotel (BPH), primeiramente batizado de ‘Hotel do Turismo’ com o próprio Oscar Niemeyer como arquiteto, iniciado em setembro de 1957 e inaugurado em junho de 1958, localizado às margens do Lago Paranoá, este foi o primeiro hotel introduzido na capital (Paiva,

Feitoza, Freitas, 2019) Nos anos 60, o hotel foi marcado como um símbolo de luxo, sendo também contemplado por chefes de estado que se hospedaram no Brasília Palace como a Rainha Elizabeth II e Fidel Castro que se hospedaram no hotel (G1, 2024).

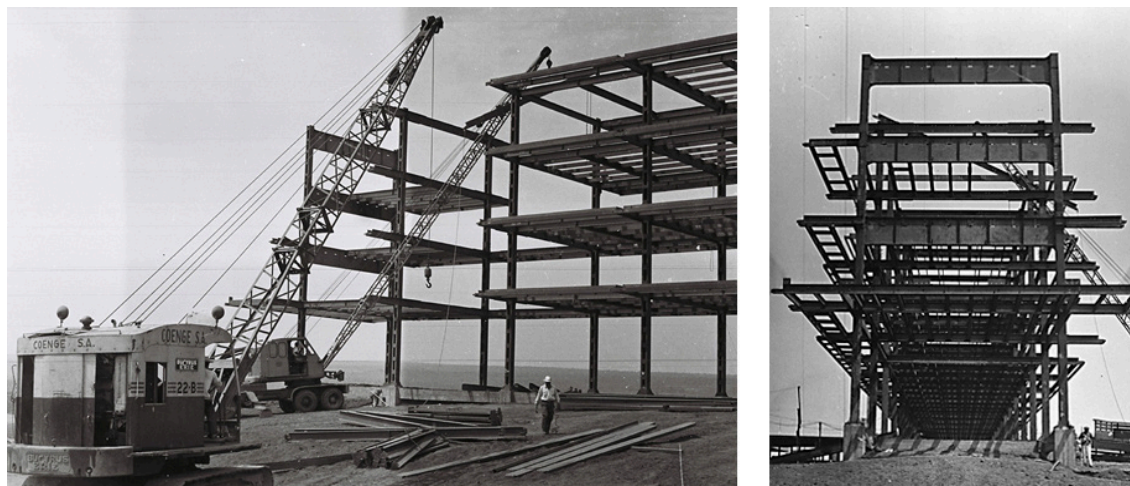
Porém seu momento mais crítico foi em 1978, no qual a sobrecarga elétrica de uma cafeteira causou um grande incêndio que, por consequência, fez com que o 3º andar fosse destruído e o empreendimento fechado por 28 anos, até que em 2001 a Paulo Octávio Empreendimento Imobiliários locou o estabelecimento e assumiu no processo de reconstrução, e em 2006, foi reaberto com parte considerável de suas características originais reconstruídas (Paiva, Feitoza, Freitas, 2019); (Almeida, Ferreira, 2012); (Amorim, 2007). Atualmente possui 3 andares com 155 unidades habitacionais e 4 suítes. Segundo os atuais proprietários, sua reconstrução foi um sucesso:

Os amplos salões foram restaurados exatamente como eram na época da inauguração de Brasília. O salão de festas, que ostenta um grande painel do renomado artista plástico Athos Bulcão, impressiona a todos que lá chegam. Até mesmo quem não conheceu o hotel no passado sente a atmosfera de glamour daquela época. (Proprietários do BPH, s.d. *apud* Schlee; Elisabete; Ferreira, 2007, p. 5)

O BPH foi o pioneiro da hotelaria em Brasília, e também foi uma das primeiras obras da capital junto ao Palácio da Alvorada (Amorim, 2007), com o passar dos anos, muitos outros hotéis surgiram no do plano piloto, onde frequentemente incorporam a arte modernista em seus projetos arquitetônicos, decorativos e comunicacionais.

A seguir, nas imagens 2, 3 e 4 mostram o processo de construção do BPH de forma cronológica com o fim de mostrar visualmente a passagem de tempo desde sua construção até os dias atuais:

Imagem 2 — Montagem do esqueleto estrutural metálico do Brasília Palace Hotel



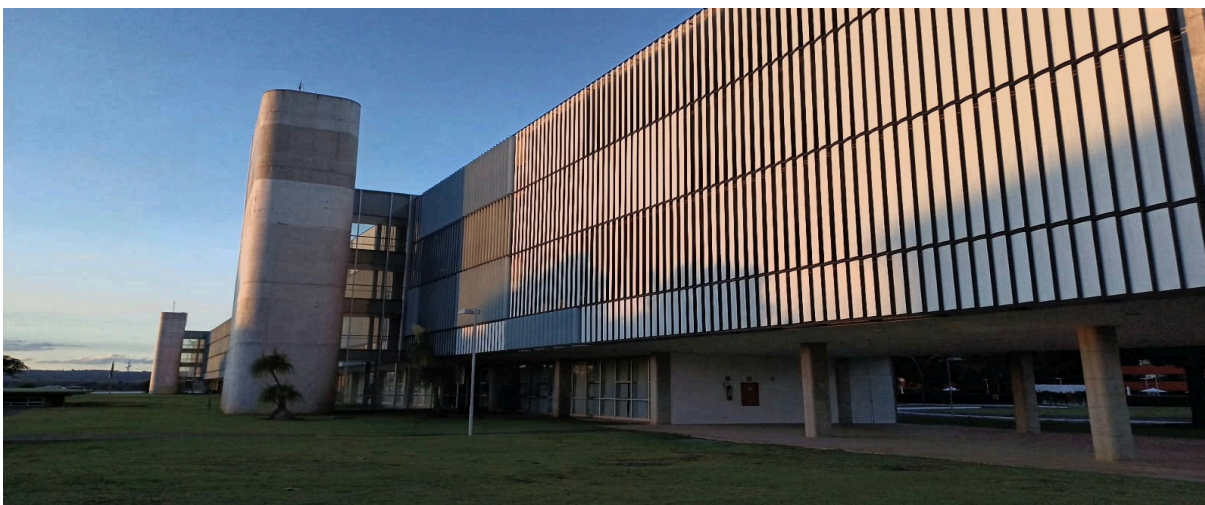
Fonte: WISNIK, Guilherme. **Brasília: natureza reinventada**. *Revista Thésis*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 217, 2018. Disponível em: <https://thesis.anparq.org.br/revista-thesis/article/view/217> (p. 109)

Imagem 3 — Construção de Brasília Palace



Fonte: FLÁVIO, Lúcio. Brasília Palace Hotel: uma história de glamour e badalação. **Agência Brasília**, Brasília, 1 ago. 2019. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/w/brasilia-palace-hotel-uma-historia-de-glamour-e-badalacao>

Imagem 4 — Brasília Palace Hotel nos dias atuais



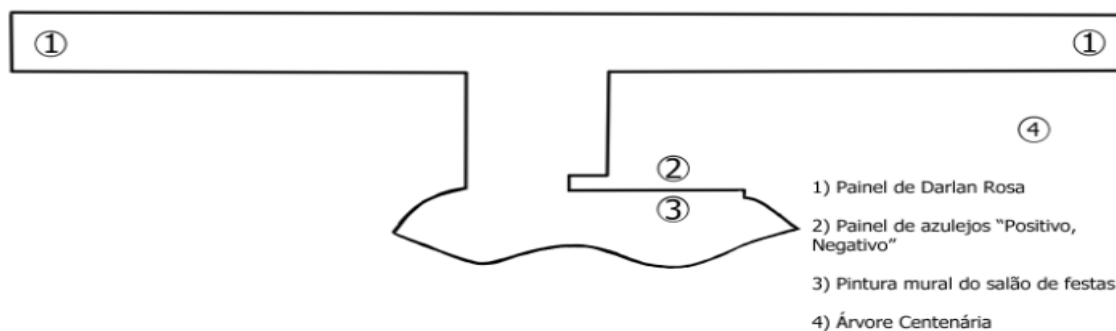
Fonte: Arquivo pessoal, 2025

O Brasília Palace faz parte da história pois ele ‘nasceu’ junto com Brasília, carregando também seu modelo de arquitetura moderna, continuando como um dos hotéis mais influentes da capital que continua atraindo turistas do país e do mundo.

2.2 A ARTE NO BRASÍLIA PALACE HOTEL

Para ilustrar essa interação da arte, experiência e marketing hoteleiro, será apresentado o mapeamento das áreas do BPH, e em seguida as principais formas artísticas presentes, ilustradas com fotos tiradas em minha pesquisa de campo no próprio BPH. A maioria das artes foram praticamente destruídas durante o incêndio do hotel citado antes nesta pesquisa, e reconstituídos em 2007, um ano depois de sua reabertura (Fundathos, 2012).

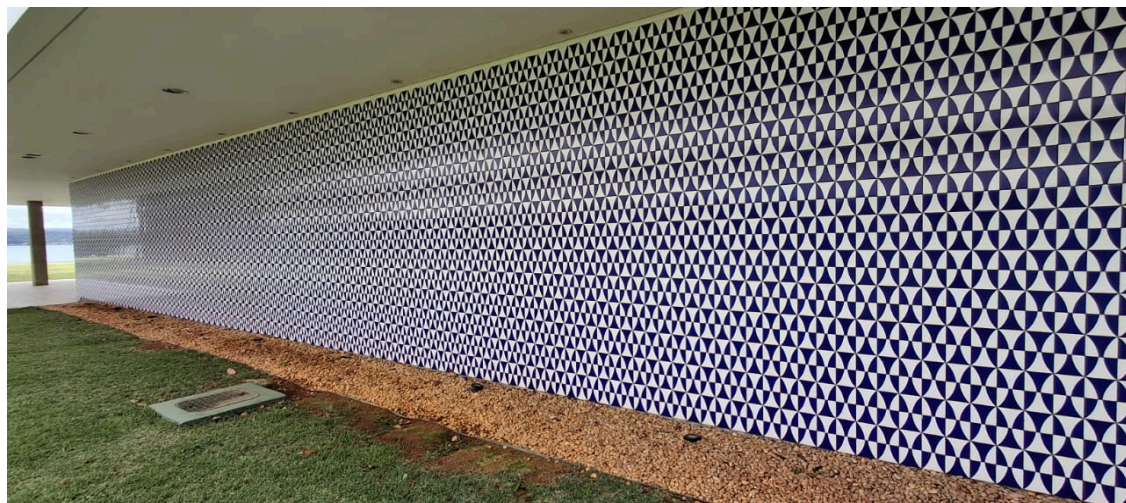
Imagem 5 — Mapa de áreas do Brasília Palace



Fonte: Criação própria do autor, 2025

Localizado entre o jardim externo e o salão de festas, se encontra o grande painel de Athos Bulcão, com mais de 3 metros de altura e 26 de comprimento, com um efeito que contraste que se alteram entre o branco e o azul em azulejos 11cm x 11cm de diferentes formas, com uma técnica de positivo/negativo, o qual foi escolhido também como o nome do painel (Fundathos, 2012):

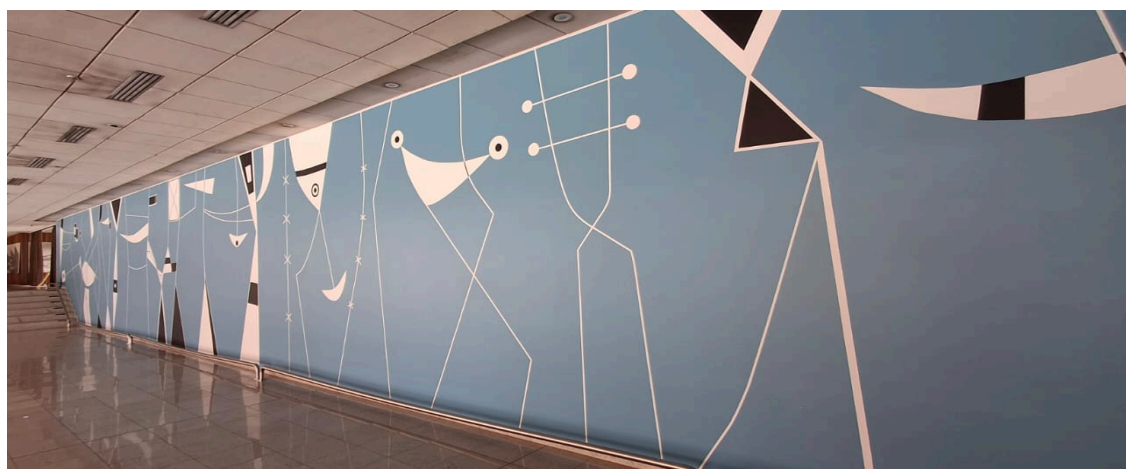
Imagem 6 — Painel de azulejos de Athos Bulcão: Positivo, Negativo



Fonte: Arquivo pessoal, 2025

A próxima arte também feita por Athos é uma pintura mural localizada horizontalmente na parede do salão de festas do hotel, trata-se de uma pintura de 3,25m de altura e 26m de largura, é composta de figuras abstratas preto e branco não repetitivas e figuras geométricas em um fundo azul (Fundathos, 2012):

Imagem 7 — Pintura mural do salão de festas do BPH



Fonte: Arquivo pessoal, 2025

Nos 3 andares, decorando os corredores das unidades habitacionais, estão os painéis abstratos de metal de Darlan Rosa:

Imagem 8: Artes de Darlan Rosa



Fonte: Arquivo pessoal, 2025

Abaixo está a *Árvore Centenária*, uma *Gameleira* na qual, segundo o gerente que me acompanhou na visita, é o destaque no paisagismo do hotel, escolhido muitas vezes sob seus enormes galhos como local de eventos e casamentos:

Imagem 9: *Árvore centenária*



Fonte: Arquivo pessoal, 2025

E para finalizar, essas são fotos de algumas decorações do hotel que merecem ser destacadas, a primeira imagem mostra poltronas e uma TV localizada no *lobby*,

todos decorativos de época, e a segunda imagem é o carro Rural Willys de 1964 que está exposta ao lado da entrada do hotel, pertenceu ao próprio Juscelino Kubitschek, que foi utilizada em sua última comitiva em Brasília, Em janeiro de 1972 (O Retrovisor, 2015).

Imagem 10: Decoração do Lobby



Fonte: Arquivo pessoal, 2025

Imagem 11: Carro de Juscelino Kubitschek



Fonte: Arquivo pessoal, 2025

2.3 A PERCEPÇÃO CONSTANTE DO HÓSPEDE NO EMPREENDIMENTO.

Como confirma Pallasmaa (2011, p.29), o dom da visão nunca foi tão bem apreciado na análise de arquitetura como nos últimos 30 anos, pois é a partir dela que se busca os sentimentos de surpresa ao observar as imagens visuais. Os cinco sentidos são as ferramentas naturais para realizar tarefas sensoriais de perceber e compreender o espaço através de imagens, cheiros, sons, texturas e sabores, contudo, o sentido que se destaca por produzir ao homem memórias duradouras de momentos significativos que marcam a vida é a visão.

O olhar é algo muito utilizado popularmente durante as viagens, Campos (2008) afirma que ele sempre esteve conectado ao turismo e a hospitalidade, pois identifica e faz a leitura do espaço, e por consequência, sentimentos e lembranças surgem na mente, e por meio delas que algo é considerado ou não como hospitaleiro. Na prática, a importância dos olhos deve ser reconhecida pelos gerentes dos hotéis como objeto de análise e de julgamento de irregularidades no produto servido, tais informações são de extrema importância caso se queira satisfazer o cliente, pois as marcas que as experiências deixam pelo caminho tem grande influência nos gostos e desgostos e em futuras decisões, como no caso, no possível retorno ao hotel (Brandão, 2019).

Com o passar da vida, mesmo durante as incursões diárias ao trabalho ou em um passeio pela própria cidade, o olhar é constantemente utilizado para a análise do meio em que se está presente. A visão, unido à capacidade cerebral de identificar e analisar, é algo que muitas vezes é usado ao observar as formas e espaços que compõem uma cidade, capaz de ser um conjunto de prédios, casas em um bairro, o paisagismo em um parque. Para Costa (2015), quando se observa algo que tenha sido criado por mãos humanas, é natural para os observadores criticá-lo, mesmo que eles não tenham conhecimento acerca do objeto de estudo.

Segundo à prisma, Costa (2015), “A própria complexa e contraditória sociedade contemporânea, demanda respostas, análises e provas instantaneamente, fator que por si só repercute em um volume cada vez maior de críticas”. Isso afirma que as pessoas se vêem com a necessidade de consumir quaisquer opiniões a fim que suas dúvidas e contradições sejam esclarecidas.

No contexto da hotelaria, pode-se exemplificar o ato de consultar comentários em sites de hospedagem acerca da qualidade do hotel analisado, uma ação comum

na qual visa saciar tal dúvida do viajante, seja sobre a qualidade da experiência, quanto as fotos do empreendimento.

Pela crítica ser naturalmente um hábito humano, ainda mais com a sociedade a cada vez mais conectada, a hotelaria, por sua vez, precisa se manter atenta aos elementos de *design* e estética escolhidas para transmitir sua identidade ao seu público, porque grande parte das vezes, o que guia o hóspede ao hotel desejado é a atração visual, dessa forma, o olhar do gestor precisa estar atento aos detalhes visuais que seu empreendimento deseja transmitir a fim de buscar conquistar o cliente de todas as formas possíveis, e que estes métodos sejam utilizados a fim de que sua marca tenha um diferencial competitivo (Brandão, 2019).

Em um cenário competitivo, um viajante acostumado a observar as imagens presentes em sites de meios de hospedagem, dentre as centenas de alternativas de hotéis que se localizam em seu destino, os escolhidos são muitas vezes aqueles que conseguem transmitir a ‘boa primeira impressão’, que despertam a curiosidade e um sentimento antecipado de pertencimento ao espaço, uma atração que não necessariamente ocorre por conta dos serviços oferecidos ou a localização, fatores que, embora importantes, muitas vezes vêm em ‘segundo lugar’, mas pela imagem do hotel. O público atual está cada vez mais exigente por um cuidado quanto às estratégias de planejamento e *design*, porém se modifica conforme os gostos pessoais e com o passar de gerações, tanto que um hotel sofisticado consegue se manter no mercado muitas vezes pelo uso de fatores antes tratados como negativos que na atualidade são considerados atrativos para seu público. (Penner; Adams; Rutes; 2013).

A análise matemática afiada de Delgado (2006) traz a conclusão de que a aparência do *lobby* de um hotel é um coeficiente de grande impacto para a marca, uma das primeiras coisas que as pessoas buscam nos hotéis para julgar um empreendimento hoteleiro. Em vista disso, é essencial que os hotéis foquem não apenas na qualidade das camas e travesseiros, nos enxovais e na excelência dos serviços prestados, mas também na aparência, principalmente a da sala de recepção, onde acontece a primeira interação dos clientes com o hotel, o que costuma ser para estes, a prévia do que está por vir das suas experiências na hospedagem.

A construção de uma identidade sólida e eficaz de uma empresa é possível através do *branding*, um conjunto de estratégias que tem como principal objetivo adquirir o êxito em criar uma conexão duradoura e significativa com o cliente. No contexto da hotelaria, o setor precisa ter a arte como uma de suas principais aliadas, principalmente se o empreendimento deseja se destacar e conquistar o interesse de seu consumidor apreciador de arte, no qual cada vez mais exige uma originalidade na identidade dos hotéis que frequentam.

Quando bem aplicada, ao incorporar elementos artísticos que possuem a identidade cultural da cidade, estado ou país, além de entregar valor estético e emocional, ela pode ser um grande instrumento de valor à produção cultural, capaz de contribuir para uma experiência diferenciada e memorável que desperte o interesse e conexão emocional dos hóspedes pela cultura local, promover experiências únicas desde que ela esteja focada em atingir os objetivos estratégicos da empresa e atender as expectativas do público-alvo (Flores; Pérez; Blanco; 2010).

Assim que suas expectativas são atendidas, é natural que surja uma preferência junto ao desejo de compartilhar sua experiência positiva, seja por divulgar em redes sociais, fazer avaliações públicas, ou comentar diretamente com parentes e amigos, com a vontade de um dia voltar a usufruir do hotel um outro dia. O crescimento de hóspedes satisfeitos resulta no aumento do desenvolvimento da marca e na consolidação do nome com uma reputação sólida e valorizada sobre os concorrentes do mercado.

3. METODOLOGIA

A pesquisa se caracteriza de caráter bibliográfico, no qual de acordo com Marconi e Lakatos (2003), possui o intuito de comprovar as hipóteses abordadas. Foi realizada uma análise e discussão de artigos científicos que abordam a relação entre arte e marketing no contexto dos empreendimentos hoteleiros, a fim de reforçar a defesa da arte em seu papel de impulsionador do marketing dos empreendimentos hoteleiros, além de fundamentar-se em argumentos e resultados de outras pesquisas científicas, que também buscam compreender como os elementos visuais podem influenciar a percepção do público. Dessa forma será construída uma base teórica consistente e essencial para sustentar as análises posteriores.

Foi realizada uma pesquisa *In Loco* no próprio Brasília Palace Hotel com um dos gerentes de plantão como guia, na qual foram coletadas e registradas as fotografias das formas artísticas que atraem os hóspedes.

Os dados utilizados são de literaturas acadêmicas fornecidas na plataforma do Google Acadêmico (*Google Scholar*) e de sites de artigos científicos. Tais argumentos e teóricos foram selecionados a fim de utilizá-los como fontes confiáveis, não somente na contribuição de comprovação dos argumentos já citados anteriormente, mas também aumentar a compreensão da influência da arte na construção de uma identidade e uma experiência dos hóspedes nos hotéis.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Na análise de Molin e Fernandes (2011), a arte já é algo que está muito atrelado ao turismo no Brasil, o que segundo eles, precisa estar em constante expansão, pois nunca teve tanto destaque social quanto atualmente, ela transmite algo único e prazeroso através da diversidade cultural transmitida na arte. Sendo assim, quando alguém viaja para fora de seu estado ou país, a curiosidade de explorar a cultura desse novo espaço é muitas vezes presente para os hóspedes que se deslocaram com objetivos turísticos, um empreendimento hoteleiro que entra em harmonia com a cultura local, seja no *design* ou na decoração, é mais provável que crie esse destaque por conta do encanto com o 'incomum'.

Na pesquisa do impacto do *design* de arquitetura sobre os hóspedes de Delgado (2006), as cores, os quadros, os móveis e o layout são essenciais para que o hóspede tenha essa visão pela arte, algo que Barvinok (2024) também relata ser um fato, a pesquisadora afirma que esses elementos de *design* tem a capacidade de atrair e repelir a atenção do público.

Penner, Adams e Rutes (2013) também se encontram a par com as ideias de ambos, eles afirmam que o hotel não é só um destino, mas um conjunto de experiências que fazem que ele seja considerado um lar, e eles podem se destacar quando possuem *designs* elaborados que separam o hóspede de seu ambiente comum e apresentam uma natureza reconfortante e para uma ampla variedade de público. Os componentes considerados necessários para que os hotéis produzam hospitalidade são a infraestrutura, o local, os serviços e também a imagem visual, tudo isso resulta na hospitalidade, o que para os hóspedes é uma experiência, que

constrói lembranças ao ser usufruída, e quando elas são positivas, a capacidade de resultar em um retorno, ou no mínimo, um patrocínio através de recomendações é alta.

Delgado (2006) diz que ao moldar uma estética, a própria experiência do hóspede é moldada junto, Desde os detalhes da arquitetura até os móveis tem efeito sobre a opinião do público e sua experiência durante a hospedagem. E Flusser (2011), em harmonia com a ideia de Delgado, aprova em sua fala que toda a experiência é moldada pela arte, que as cores, os sons, as formas, os cheiros e os sentimentos formam a estética que traz ao mundo sua base estrutural:

Portanto, a arte está na base da comunicação humana, da sua dignidade de um ser oposto à natureza. A arte é o oposto da natureza, e o homem é um ser artificial, artístico. Se a arte morre, a entropia se instala. Nós não podemos permiti-lo. Pois o homem é um ser rodeado pela beleza. (Flusser, 2011)

Todas essas pesquisas demonstram o tanto que a arte pode criar um ambiente hospitaleiro e atrativo, contudo nem sempre é fácil se beneficiar dos frutos que a arte traz, existem vários fatores para que algo possa ser considerada bela, para Flusser (2011), 'Gênios' são os que persistem em buscar o equilíbrio entre novo e o tradicional, que não criam artes muito inovadoras que trazem incompreensão, e nem muito conservadoras e repetitivas que nada agregam à experiência do apreciador.

Delgado (2006) também concorda que a tarefa de criar uma marca é desafiador e muitas vezes pode ser caro, porém apenas modernizar um pouco o que é considerado padrão também é uma possibilidade para se manter no mercado. Apesar desse desafio, qualquer custo com o objetivo de melhorar a experiência dos hóspedes deve ser considerada válida, porém não é de móveis e *design* caros e luxuosos que se faz um hotel ser considerado bom, mas a execução de seu propósito, uma pousada à beira da praia não precisa ter as mesmas características de um hotel boutique para funcionar, mas com uma elaboração criativa que funcione com a imagem proposta, a produção de uma marca lucrativa e conhecida por criar um vínculo sentimental com os hóspedes é possível.

5. CONCLUSÃO

De acordo com a pesquisa, chega-se à conclusão de que a arte como uma grande ferramenta para os hotéis deve ser levado em consideração, pois ela influencia no marketing de turismo e na experiência do hóspede tanto quanto os serviços prestados. Como foi observado na análise do BPH, a arte esteve vinculada ao hotel desde sua concepção e faz parte do grande legado dos planejadores de Brasília, o que fez ele ser parte da história da capital e um grande exemplo de como trazer conforto e fascínio através de sua arte histórica.

Proponho para futuros pesquisadores do tema a busca sobre estilos de arquitetura e design de interiores que mais atraem os hóspedes, a ideia de uma fórmula mais concreta para a criação de um hotel atrativo é de grande importância, pois não foi possível nesta pesquisa identificar se a arquitetura moderna de Brasília é a mais interessante atualmente, é bem provável que outros estilos tenham mais destaque no mercado hoteleiro, sendo assim uma pesquisa mais aprofundada sobre o assunto é algo a ser levado em questão. Outra pesquisa a se recomendar é uma que esclarecesse se as piscinas de hotéis fazem parte das formas artísticas que atraem os hóspedes, no BPH existe uma piscina que, segundo o gerente que me guiou, é considerada única pelo seu formato oval, mas com a falta de pesquisas científicas que apoiem sua importância na experiência hoteleira, foi decidido descartar a sua menção neste artigo.

Como sugestão para os hotéis localizados em Brasília, obter formas de arte, como pinturas da Ponte do Lago Paranoá de Juscelino Kubitschek, uma escultura inspirada na Catedral Metropolitana, ou fotos que representam, por exemplo, o Palácio da Alvorada, podendo despertar a curiosidade tanto dos turistas quanto dos moradores locais para a cultura da cidade, o que poderá trazer oportunidades ao hotel de lucrar ao oferecer serviços turísticos complementares, como passeios guiados, venda de fotografias ou roteiros culturais temáticos. Para as instituições de ensino superior, destacar a importância que a imagem visual tem na construção de um hotel é algo que deveria ser mais comentada durante o curso, pois como foi dito na seção anterior, ela faz parte dos fatores necessários para que a experiência dos hóspedes seja positiva, quando uma delas é frágil ou fraca, sua sobrevivência no mercado, por conta da rápida divulgação de críticas pela internet, é ameaçada, então abordar os segmentos da arte (decoração, arquitetura, paisagismo) é

importante para que os alunos de hotelaria, que são formados justamente para serem gerentes ou até donos de hotéis, tenham um olhar de liderança de um gerente, mas também um olhar criativo para que a hospitalidade seja oferecida de forma completa e eficaz para o sucesso do empreendimento hoteleiro.

6. REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Ana Elisabete Medeiros de; FERREIRA, Oscar Luís. A FORMA SEGUE A FUNÇÃO? Uma contribuição ao estado atual da arte da conservação patrimonial no Brasil a partir de dois estudos de caso: o Touring Club e o Brasília Palace Hotel. **A Conservação do Patrimônio no Brasil**, p. 108. 2012 Disponível em: https://www.academia.edu/34600628/A_Conserva%C3%A7%C3%A3o_do_Patrim%C3%B4nio_no_Brasil_Teoria_e_Pr%C3%A1tica. Acesso em: 25 set 2025.

AMORIM, Cláudia Naves David et al. **Reabilitação ambiental e uso da luz natural na arquitetura moderna: Brasília Palace Hotel e Palácio do Itamaraty**. 2007. disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/32115> Acesso em: 26 set 2025

ANDRADE, Júlia Cavalcante de. **Produção de uma capital moderna: concessões políticas e contradições na escolha dos artistas e arquitetos na construção de Brasília**. Paranoá, v. 17, p. e45587-e45587, 2024. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/paranoa/article/view/45587/39860>. Acesso em: 29 set 2025

BRASÍLIA. **Revista Brasília**, n. 14, fev. 1958a. Direção e edição de Raimundo Nonato Silva. Brasília: NOVACAP. Disponível em: <https://www.arquivopublico.df.gov.br/revista-brasilia>. Acesso em: 30 abr. 2025.

BRASÍLIA. **Revista Brasília**, n. 18, jun. 1958b. Direção e edição de Raimundo Nonato Silva. Brasília: NOVACAP. Disponível em: <https://www.arquivopublico.df.gov.br/revista-brasilia>. Acesso em: 30 abr. 2025.

BARVINOK, Nataliia. **The influence of design on the competitiveness of hotels and tourist and recreation complexes in the context of marketing strategies**. *Ekonomika ta suspiilstvo*, n. 68, 2024. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/386322787_THE_INFLUENCE_OF_DESIGN_ON_THE_COMPETITIVENESS_OF_HOTELS_AND_TOURIST_AND_RECREATI

ON_COMPLEXES_IN_THE_CONTEXT_OF_MARKETING_STRATEGIES. Acesso em: 20 maio 2025.

BRANDÃO, Jammilly Mikaela Fagundes et al. **A gestão hoteleira como prática: experiências sensoriais, estéticas e emocionais no cotidiano organizacional hoteleiro.** 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/123456789/19600>. Acesso em: 23 de maio 2025

BUENO, Flaviane de Fátima Lima; DIAS, Renata Flávia Nobre Canela. **Estética, arte e história da arte: algumas reflexões.** Revista Triângulo, [S. l.], v. 9, n. 2, 2016. DOI: 10.18554/rt.v9i2.1603. Disponível em: <https://seer.uftm.edu.br/revistaeletronica/index.php/revistatriangulo/article/view/1603>. Acesso em: 17 out. 2025.

BARBOSA, Daniela Pereira. **O patrimônio de Brasília além do Plano Piloto: uma análise de dossiês de tombamento, 1959-2014.** 2021. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/42001>. Acesso em: 17 out. 2025.

COSTA, André Cordeiro da. **A crítica na arquitetura: do panorama à realidade brasileira.** ARQUITEXTOS, São Paulo, ano 16, n. 187.04, Vitruvius, dez. 2015. Disponível em: https://www.academia.edu/20650135/A_Cr%C3%ADtica_na_Arquitetura_do_panorama_%C3%A0_realidade_brasileira. Acesso em: 19 maio 2025.

CAMPOS, Sinara Rafaela. Os cinco sentidos da hospitalidade. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, 2008. Disponível em: <https://publicacoes.unigranrio.edu.br/raoit/article/view/3565>. Acesso em: 26 out 2025

DELGADO, Kristen Maria. **Elementos de projeto arquitetônico: um impacto dos hóspedes.** 2006. Disponível em: <https://repository.rit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=8908&context=theses> Acesso em: 23 set. 2025.

FLORES, José Ignacio Azuela; PÉREZ, Maria José Sanzo; BLANCO, Victor María Fernández. O marketing da cultura e das artes: uma evolução. **Revista nacional de administração** , v. 1, pág. 23-36, 2010. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3698479>. Acesso em: 24 maio 2025

FLUSSER, Vilém. A arte. **Artefilosofia**, v. 6, n. 11, p. 9-13, 2011.

Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/raf/article/view/593>. Acesso em: 9 out. 2025.

FLÁVIO, Lúcio. Brasília Palace Hotel: uma história de glamour e badalação. **Agência Brasília**, Brasília, 1 ago. 2019. Disponível em: <https://www.agenciabrasilia.df.gov.br/w/brasilia-palace-hotel-uma-historia-de-glamour-e-badalacao>. Acesso em: 11 dez. 2025.

FUNDATHOS. **Pintura mural do Brasília Palace Hotel recupera sua beleza**. Brasília: Fundathos, 2012.

Disponível em: <https://www.fundathos.org.br/noticia/219>. Acesso em: 3 out. 2025.

G1. **Fidel Castro, Che Guevara, Rainha Elizabeth II: conheça histórias do 1º hotel de Brasília por onde passaram personalidades mundiais**. *G1 Distrito Federal*, Brasília, 9 nov. 2024. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/2024/11/09/fidel-castro-che-guevara-rainha-elizabeth-ii-conheca-historias-do-1o-hotel-de-brasilia-por-onde-passaram-personalidades-mundiais.ghtml>. Acesso em: 8 nov. 2025.

HAGIHARA, Márcio. **Brasília e a invenção da arquitetura-arte: transformações estéticas na noção espacial da obra de arte**. 2012.

Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/9989>. Acesso em: 1 out 2025

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

Disponível em: https://docente.ifrn.edu.br/olivianeta/disciplinas/copy_of_historia-i/historia-ii/china-e-india/view. Acesso em: 13 nov. 2025.

MEDEIROS, Beatriz Feijó de. **A revista Brasília e a mitificação da nova capital: como a revista ajudou na construção da imagem de “Capital da Esperança”**. 2012. Disponível em: <https://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/235/7224>. Acesso em: 11 set 2025

MOLIN, Elisiane Dondé Dal; FERNANDES, Rosane Martins. A Relação entre Turismo e Arte: Considerações sobre Formação de Público e o Despertar para um novo Segmento Turístico Cultural. In: **SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO**, 8., 2011, Balneário Camboriú. *Anais...* Salvador: ANPTUR, 2011. p. 150-165. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/8/182.pdf>. Acesso em: 13 out. 2025.

O RETROVISOR. **A Rural do Brasília Palace Hotel**. *O Retrovisor*, [S.l.], 10 mar. 2015. Disponível em: <https://oretrovisor.com/a-rural-do-brasilia-palace-hotel/>. Acesso em: 15 dez. 2025.

PALLASMAA, Juhani. **Os Olhos da Pele: A Arquitetura e os Sentidos**. Porto Alegre:Bookman,2011. Disponível em:

<https://brutus.unifacol.edu.br/assets/uploads/base/publicados/905069d7068e6cf7bf591e3797bee112.pdf>. Acesso em: 25 abr 2025.

PAIVA, Ricardo Alexandre; FEITOZA, Rívia Nobre; FREITAS, Lilian Vidal. **BRASÍLIA PALACE HOTEL (1958): Como a fênix, renasceu das próprias cinzas**. 2019. Disponível em:

https://www.researchgate.net/profile/Ricardo-Paiva-3/publication/338456225_BRASILIA_PALACE_HOTEL_1958_Como_a_fenix_renasceu_das_proprias_cinzas/links/5e15e5c54585159aa4be0664/BRASILIA-PALACE-HOTEL-1958-Como-a-fenix-renasceu-das-proprias-cinzas.pdf. Acesso em: 15 set 2025

PENNER, Richard H.; ADAMS, Lawrence; RUTES, Walter. **Projeto hoteleiro: planejamento e desenvolvimento** . Routledge, 2013. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/714049063/Hotel-Design-Planning-and-Development>. Acesso em 20 set 2025.

SCHLEE, Andrey Rosenthal; ELISABETE, Ana; FERREIRA, Oscar Luís. Preservar e intervir no patrimônio moderno. O caso de Brasília. **7º Seminário Docomomo Brasil. O moderno já passado, o passado no moderno: reciclagem, requalificação, rearquitetura**, 2007.

Disponível em: <https://docomomobrasil.com/wp-content/uploads/2016/01/072.pdf>
Acesso em: 26 set 2025

TANURE, Joana Dias. **O projeto de paisagismo de Burle Marx e equipe para o "Parque da Cidade" em Brasília**. 2007. 177 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) — Universidade de Brasília, Brasília, 2007. Disponível em: <http://repositorio2.unb.br/handle/10482/2067>. Acesso em: 19 nov. 2025

WISNIK, Guilherme. **Brasília: natureza reinventada**. *Revista Thésis*, Rio de Janeiro, v. 2, n. 5, p. 217, 2018. Disponível em: <https://thesis.anparq.org.br/revista-thesis/article/view/217>. Acesso em: 11 dez. 2025.