



**ARQUITETURA COMERCIAL DA HOSPITALIDADE NOS ESTABELECIMENTOS
DE RESTAURAÇÃO EM ARAÇATUBA – SP**

**COMMERCIAL ARCHITECTURE OF HOSPITALITY IN THE RESTAURANT
ESTABLISHMENTS IN ARAÇATUBA - SP**

Rone Araujo Martins¹

Hiroka Suenaga²

João Pedro Dall'Oca Mantovani³

Vítor de Paula⁴

Helerson de Almeida Balderramas⁵

RESUMO: A arquitetura tem por uma de suas principais funções, acolher, abrigar, hospedar. Distingue-se pelos diferentes estilos tanto no que corresponde às estruturas dos prédios, fachadas e também no que diz respeito á toda parte de ambientação de interiores e decoração do espaço em si, e desta forma será ponto focal deste estudo entender o impacto que os diferentes estilos da arquitetura comercial da hospitalidade, pode ou não causar nos restaurantes que foram objetos de estudo, e ainda entender se a arquitetura é capaz de influenciar a experiência que o cliente terá no espaço através de sua vivência, discorrerá sobre distintos estilos arquitetônicos, afim de distinguir os dois restaurantes da cidade de Araçatuba que foram pesquisados neste artigo. Entender se a distinção de estilos é também responsável por atrair públicos diferentes para cada restaurante estudado, e se essas distintas arquiteturas foram partido para a escolha do cardápio, do preço e do tipo de atendimento oferecido aos clientes. Podendo ou não ser ponto principal para se começar a entender sobre os serviços oferecidos pelos comércios aqui pesquisados.

¹ Graduado em Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Toledo (2016). Graduando em Gastronomia pelo Centro Universitário Toledo (2018). Pós graduando em Gerenciamento de obra e qualidade na construção civil pelo Centro Universitário Toledo. Especialista em Arquitetura de Containers (2017). Email: ronemarthins@outlook.com.

² Centro Universitário Toledo. Email: hii.suenaga@gmail.com.

³ Centro Universitário Toledo. Email: jp-mantovani@hotmail.com.

⁴ Centro Universitário Toledo. Email: vitorbsgi97@gmail.com.

⁵ Mestre em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (2001), Balneário Camboriú (SC). Graduado em Ciências com Habilitação em Biologia pela Universidade do Sagrado Coração (1997), Bauru (SP); Coordenador do Curso de Gastronomia do UniToledo (2018).

Palavras-Chaves: Arquitetura; Decoração; Cardápio.

1. INTRODUÇÃO

Para a construção do caminho adotado pelos autores deste artigo científico, e ainda com a intenção de uma melhor compreensão do tema abordado, este projeto embasa-se nos conceitos da hospitalidade discorrendo mais profundamente sobre a hospitalidade no eixo comercial, onde se intenta compreender que a hospitalidade comercial, pode resultar em lucros se se empenhar em oferecer algum entretenimento para tornar a experiência do cliente ainda melhor. Ainda nesta premissa, apresenta-se um breve embasamento em arquitetura do diálogo, que permite entender sobre a forma de se comunicar algo através dos projetos arquitetônicos voltados para comércios, foram escolhidos dois restaurantes de diferentes estilos arquitetônicos da cidade de Araçatuba para esboçar com exemplos e pesquisa de campo a inter-relação que existe entre a hospitalidade comercial e o impacto da arquitetura nos restaurantes.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Conceitos de hospitalidade

Abaixo, serão descritos os conceitos de hospitalidade, de acordo com os autores mais relevantes neste assunto. Segundo Camargo (2004, p.23), existem duas escolas de estudo da hospitalidade: a francesa e a americana.

A escola francesa interessa-se, sobretudo, pela hospitalidade doméstica e pública; a mesma acredita na hospitalidade como dar-receber-retribuir, sem focar a hospitalidade comercial.

Já, a escola americana acredita na hospitalidade como uma versão comercial, baseada no contrato e na troca, esquecendo-se da antiga hospitalidade.

Para a corrente francesa, a hospitalidade não deve impor condições, ou seja, as pessoas ficam felizes em ser hospiteiras com as outras.

Tanto Camargo (2004, p.26) como Boff (2005, p.57), seguem a corrente francesa, pensando na hospitalidade como incondicional, uma dádiva, onde as pessoas são hospiteiras sem preconceitos, ou seja, fazem o bem porque se sentem bem.

Camargo (2004, p.26) acredita na hospitalidade como uma dádiva, que faz parte de um processo que compreende três momentos: dar, receber e retribuir. Para ele, o contato humano não se estabelece como uma troca ou contrato comercial. O mesmo acredita que tudo começa com uma dádiva de uma pessoa, e a retribuição da mesma implica em um novo receber e retribuir, em um processo sem fim.

O autor acredita que a hospitalidade é o ritual básico do vínculo humano, onde existem dois atores e o espaço no qual uma marcação precisa se desenrolar.

O hóspede em uma cena converte-se em anfitrião e na outra há uma inversão de papéis, assim infinitamente.

A hospitalidade é o conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social; sua observância não se limita aos usos e costumes das sociedades arcaicas ou primitivas, as mesmas operam até os dias de hoje, com toda força na sociedade. A violação dessas leis não escritas remete as pessoas e as sociedades ao processo oposto da hospitalidade, que é a hostilidade. Quando o autor fala da hospitalidade como as leis não escritas, o mesmo remete à ideia de que (CAMARGO, 2004, p.31):

hospitalidade é um processo de comunicação interpessoal, carregado de conteúdos não-verbais ou de conteúdos verbais que constituem fórmulas rituais que variam de grupo social para grupo social, mas que ao final são lidas apenas como desejo/recusa de vínculo humano.

Os mitos estabelecem uma lógica para o entendimento desses rituais, principalmente depois do surgimento da noção de hospitalidade, como o mendigo que bate a porta de algumas pessoas testando a capacidade de hospitalidade do anfitrião. As religiões são a maior fonte de mitos sobre a hospitalidade.

Segundo Camargo (2004), a dádiva desencadeia a hospitalidade, mas também implica em sacrificar algo que se tem em favor do donatário ou hóspede; a mesma traz implícito algum interesse, que pode ser nobre, religioso ou filantrópico.

O interesse não deve ser abolido, desde que não se instrumentalize sob a forma de um negócio. Não aceitar a dádiva oferecida pelo próximo, desencadeia na hostilidade, que é o oposto da hospitalidade. A dádiva traz implícito um débito, e a única forma de livrar-se dele é retribuir, assim reinstaurando a dádiva.

A retribuição da dádiva não encerra o processo de hospitalidade, pelo contrário, apenas o deixa mais forte. A hospitalidade, mais do que a ética aplicada é a ética em si mesma. É a expectativa de resgate do calor humano ao receber o outro.

A hospitalidade, mais do que uma realidade observável, soa como algo que se perdeu. A mesma evoca a idéia de algo desejável, mas um tanto fora de moda. Serve às gerações antigas como um sinal de decadência das mais novas. Com a globalização, a discussão sobre a hospitalidade veio à tona. Para Camargo (2004, p. 42), a qualidade da hospitalidade não diz respeito apenas àquele que recebe, mas também àquele que é recebido. Ser hospitaleiro significa gostar de receber as pessoas e não necessariamente ter a capacidade e a condição de fazê-lo.

O autor ainda afirma que o comércio moderno da hospitalidade humana abole o sacrifício implícito na dádiva ao trocar serviços por dinheiro e que receber um serviço condizente com o preço pago é condição de cliente e não de hóspede.

Segundo o autor, atualmente, a hospitalidade torna-se um tema caro à economia moderna, pois as pessoas que viajam necessitam de acolhimento e envolvimento, assim consumindo e gastando.

O autor cria dois eixos de tempo/espço para a delimitação da hospitalidade: o social e o cultural. No social, quatro categorias são distinguidas: doméstica, pública, comercial e virtual; no cultural, a hospitalidade envolve: receber, hospedar, alimentar e entreter.

O contexto doméstico é exercido na casa das pessoas, o público na cidade, o profissional ou comercial é através de pagamento e a hospitalidade virtual é feita através dos sites da internet, de cidades, empresas, órgãos públicos e de pessoas. Segundo Camargo (2003), a intersecção de ambos os eixos cria dezesseis campos teóricos para o estudo da hospitalidade, são eles: receber, hospedar, alimentar e entreter, nos ambientes doméstico, público, comercial e virtual.

O receber doméstico são os pequenos gestos do cotidiano e a contínua atenção às pessoas que chegam e partem, no ambiente doméstico. A hospedagem doméstica proporciona abrigo e segurança ao hóspede. O alimentar doméstico é o momento de receber em casa para uma refeição. O entreter doméstico são os rituais domésticos, como casamentos, batizados e aniversários.

O receber público é a hospitalidade expressa no direito de ir e vir, normalmente exercido nas cidades. Na hospedagem pública, a pessoa que chega a um lugar tem o abrigo da cidade, antes de qualquer outro. O alimentar público é a culinária consolidada localmente, como terminais atacadistas de alimentos, feiras livres, etc. O entreter público são os equipamentos urbanos de lazer e eventos como parques e áreas livres, centros culturais, esportivos, museus, etc.

O receber comercial é receber às pessoas mediante pagamento; não necessariamente por prazer, mas segue as leis de satisfação do hóspede. Na hospedagem comercial, abrigo e segurança ao hóspede são proporcionados devido à remuneração desse serviço. O alimentar comercial é a alimentação fornecida em ambientes profissionais, como restaurantes. O entreter comercial são os serviços pagos de entretenimento, como, por exemplo, o lazer noturno.

O receber virtual é enviar e receber mensagens por meios eletrônicos. A hospedagem virtual é feita através de sites e hospedeiros dos mesmos. O alimentar virtual é a gastronomia eletrônica. O entreter virtual são os jogos e entretenimento. Finalmente, para o autor, a “hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural”. (CAMARGO, 2004, p.52).

2.2 Hospitalidade no eixo comercial x entreter

Ocorre no exercício do papel de anfitrião para a obtenção de resultados financeiros, com oferta de serviços que gerem o lucro, numa realidade de produção limitada. Há tendência de inserir nesta atividade todas as situações comerciais e profissionais da área de restaurantes, notadamente os meios de hospedagem e de alimentação. Percebe-se, entretanto, que as atividades privada e social devem permear o comercial, com o risco de minar a sustentabilidade do negócio.

Como em qualquer atividade empresarial, é evidente que o lucro e a busca de resultados financeiros sejam primordiais. Nos negócios de restaurantes, entretanto, o diferencial pode residir na correta dosagem das demais atividades de hospitalidade, com a faceta comercial.

O Entreter: ainda que se restrinjam a noção de hospitalidade ao leito e ao alimento, é preciso entretê-las de alguma forma, de ocupar-se, e, mesmo que temporariamente proporcionar-lhes momentos agradáveis e marcantes.

2.3 Arquitetura como forma de hospitalidade

A relação entre projeto, sua leitura, seu contexto e o objeto final é caracterizada como a dialógica de uma obra. Portanto, a dialógica inicia-se pelo estudo do projeto, seu conceito, sua execução, a realização da obra como um todo e finda em seu uso previsto.

Revista Contemporânea: Revista Unitoledo: Arquitetura, Comunicação, Design e Educação, v. 04, n. 01, p. 19-31, jan/jun. 2019.

Para esse estudo inicial, é necessária uma compreensão do contexto histórico, e uma interpretação adequada dos fatos políticos e sociais em que a obra está inserida, sem deixar de considerar ainda, os aspectos tecnológicos que adequarão a obra ao momento em que será implantada.

Uma boa arquitetura deve ser dialógica, capaz de equilibrar a estética, a ética e a ciência, se insere no contexto do ambiente urbano (terra), contexto mental (design) e contexto histórico (uso social). “...” “construir” (en todos los sentidos de construir) simultáneamente la arquitectura de los tres tipos de tiempos: el tiempo mental, el tiempo cosmológico y el tiempo histórico, y de esta manera articular las tres dimensiones dialógicas de nuestra vida social: la estética, la ética y la ciencia. Por así decirlo, necesitamos ser globales y locales al mismo tiempo, en una manera que yo he definido como la modernidad específica, o el valor universal de la modernidad arraigada en cada “lugar” espacio-temporal”.(MUNTAÑOLA, 2002, p. 39)

2.3.1 Arquitetura do diálogo

A arquitetura deve ser concebida levando-se em consideração os aspectos culturais, sociais, físico-geográficos, arquitetônicos e tecnológicos e da mesma forma, considerando os elementos do passado e presente, projetando-se para o futuro um habitar digno, tranquilo com o objetivo de propor uma vida decente, calma, segura, bonita, harmoniosa e confortável. A partir do conceito de topogênese, a arquitetura se insere na dimensão da estética, da ética e da ciência através do uso de tecnologias.

Com relação aos requisitos estéticos, podemos citar como pontos relevantes a questão intertextual (diálogo), os sentidos da poética e da retórica, a multiplicidade das escalas formais e a composição coerente dos elementos construtivos.

A arquitetura do diálogo é executada a partir do tempo mental do desenho (pré-figurativo), no programa arquitetônico, reafirma-se o estudo do contexto urbano, cultural, tecnológico, geográfico e físico, O arquiteto, em diálogo constante com os usuários, define o programa arquitetônico complementando com o estudo da cultura do lugar (AMARAL, et.al, 2011, pag6)

Sendo a construção de um edifício, um fenômeno cultural, sua forma e sua organização são de certa maneira permeadas diretamente pelo meio cultural em que estão inseridas. Já com relação à organização espacial e a configuração arquitetônica, estas são influenciadas diretamente pelos costumes e atividades desenvolvidas pelos usuários. Portanto, podemos dizer que perceber ou entender um edifício é mais do que um aspecto formal de fachada.

Com relação à tratativa da percepção do espaço, os pontos relevantes a serem considerados são: a vivência do espaço, transcender os elementos geométricos e mensuráveis, permitir pontos de interesses visuais, despertar sensações através de materiais e acabamentos, motivar percepções através de cores, propiciar conforto pelo mobiliário e desenvolver atividades individuais e coletivas. Outro ponto que incide no momento da concepção do projeto é a localização e a topografia do terreno, as características do solo, as condições climáticas, o contexto urbano e a tecnologia que será empregada.

3. ESTADO DA ARTE – REFERÊNCIAS PROJETUAIS

"A intenção plástica [...] é precisamente o que distingue a arquitetura da simples construção" (Lúcio Costa).

Em Araçatuba podemos encontrar diferentes estilos arquitetônicos para o ramo de restaurantes, estilos, decoração, layout, iluminação, localização e tipologias variadas, no caso deste estudo estarão discorrendo sobre dois restaurantes de estilos opostos.

Nosso primeiro estudo de caso, tem um apelo mais nostálgico e boêmio (Figura 3, 4, 5 e 10), sua arquitetura remete ao estilo barroco (Figura 7 e 9) e faz referência aos casarios antigos das cidades de interior, prima pela atmosfera de casa de vó, as peças antigas garimpadas e ganhadas pelo proprietário (Figura 6 e 8) dão a sinergia do local onde seus clientes passam o tempo admirando e ocasionando referências para bons bate papos onde a nostalgia de ver peças que eram cotidianas nas casas de familiares e comércios, remetem à memórias que acabam por virar o assunto da mesa. Isto trás uma imersão na memória das pessoas causando bem estar e aconchego, uma forma ímpar de hospitalidade, este espaço se encontra em uma rua onde seu entorno se estabelece uma área mista de comercial e residencial na Rua Bagaçu 159, Centro, com o nome de Mercearia Santa Madalena, dirigida pelo Chef Guilherme Zamboni (Figura 1) ou como popularmente é chamado de “Gui” pelos amigos e clientes. Abaixo segue imagens e entrevista com o proprietário.



Figura 1 – Chef Guilherme Zamboni.



Figura 2 – Interior do restaurante.



Figura 3 – Detalhes internos.



Figura 4 – Entrada do restaurante.



Figura 5 – Caixa.



Figura 6 – Decoração interna.

	
<p>Figura 7 – Varanda externa.</p>	<p>Figura 8 – Decoração paredes.</p>
	
<p>Figura 9 – Fachada Mercearia Santa Madalena Fotos: Guilherme Zamboni (2018)</p>	<p>Figura 10 – Interior do restaurante.</p>

Quando o assunto é sobre os motivos que levaram o proprietário e chef Guilherme Zamboni a escolher o ambiente e estilo da Mercearia Santa Madalena o chef afirma que detectou a existência de uma certa carência de um bar que fosse no estilo do Madá na cidade de Araçatuba, e também pela crença de que teria boa aceitação do público. (Zamboni, 2018). Sobre a escolha do local, o principal ponto citado por Zamboni, 2018, foi por ser em uma rua discreta com poucos pontos comerciais do segmento, por sua boa localização e pela arquitetura do imóvel ser do perfil do bar. Quando questionado se mudaria algo em seu estabelecimento, o chef Zamboni, 2018 foi categórico ao afirmar que não mudaria nada no espaço. Sobre a experiência que se intenta proporcionar ao cliente ao entrar no restaurante, Guilherme afirma que “Nostalgia para os mais velhos e curiosidade para os jovens uma vez que abrigamos grande variedades de antiguidades e curiosidades relacionadas.” (ZAMBONI, 2018) Pessoas que buscam um local agradável, sem formalidade e que apreciam boa comida e bebida simples e diferenciada dos demais bares da cidade, (Zamboni, 2018) são apontadas

como o perfil de clientes que o chef pensou em atender com o estilo escolhido para a Mercearia Santa Madalena.

Nosso segundo estudo de caso, traduz uma atmosfera mais sofisticada, com um apelo mais voltado ao glamour, a arquitetura é de estilo contemporâneo, com uma mescla com o estilo de loft industrial nova iorquino (Figura 12 e 13). A imponência do prédio de pé direito duplo, foi exigência do proprietário Beto Yamada (Figura 11) para que o ambiente não acumule em seu salão principal odor proveniente da cozinha, dessa forma, nenhum cliente absorve esses odores e conseqüentemente não sai do local com a sensação de que cozinhou o próprio alimento (Figura 16). Quanto á decoração, para compor esse visual loft apresentado pela paredes de tijolos aparentes em branco, estantes de metal abrigam objetos, livros e plantas, todos pontuados para ocasionar uma decoração discreta e de certa forma, mais chique (Figura 13). Ás paredes recebem quadros de diferentes estilos, desde molduras imponentes até lambe-lambe (Figura 14). O balcão do aparador e a vitrine de sobremesas, trazem uma proposta que remete ás boulangeries francesas com o uso de um boiserie discreto na cor dourada. O mobiliário faz uma mescla de estilos e a cor predominante é o branco (Figura 15). Tudo isso aliado ao serviço à lá carte, como é oferecido, proporciona uma experiência mais requintada ao cliente, que nota o cuidado com o espaço de forma geral. Abaixo segue imagens e entrevista com o proprietário.



Figura 11 – Chef Beto Yamada



Figura 12 – Fachada do restaurante

	
<p>Figura 13 – Fachada e interiores</p>	<p>Figura 14 – Interno do restaurante</p>
	
<p>Figura 15 – Salão principal</p>	<p>Figura 16 – Salão em funcionamento</p>
<p>Fotos: Beto Yamada (2018)</p>	

Quando o assunto é sobre os motivos que levaram o proprietário e chef Roberto Yamada a escolher o ambiente e estilo do restaurante Benedito o chef afirma que o ambiente tem muito a ver com o gosto pessoal dele e da esposa, de viagens que fizeram e se identificaram e também é uma mistura de todos os lugares onde ele já trabalhou. Já o estilo é um “Bistrô”, tudo misturado, mas pensado. (Yamada, 2018). Sobre a escolha do local, o principal ponto citado por Yamada, 2018, foi por ser em uma esquina, face sombra e com área ampla para estacionar. Próximo a escolas, empresas e centro residencial. As duas torres que ficam atrás do restaurante, foi um ponto também que influenciou o investimento no local.

Quando questionado se mudaria algo em seu estabelecimento, o chef Yamada, 2018 foi categórico ao afirmar que provavelmente, derrubaria o prédio todo e começaria outro projeto do zero. Sobre a experiência que se intenta proporcionar ao cliente ao entrar no restaurante, Beto afirma que “Arquitetonicamente, a sensação de aconchego, de chegar e ficar sem ter pressa para sair. Por isso foi investido e pensado em ergometria, principalmente na altura de mesas e conforto das cadeiras.” (Yamada, 2018). As classes C, C+,B e A, mas com a possibilidade de atingir as demais. Mas com o passar do tempo, é engraçado falar, mas a própria clientela automaticamente se identifica com o perfil do empreendimento, (Yamada, 2018) são apontadas como o perfil de clientes que o chef pensou em atender com o estilo escolhido para o Benedito Gastronomia.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Sobre a hospitalidade e mais precisamente sobre a hospitalidade no eixo comercial, entendemos que é uma área pouco abordada no que se diz respeito á um conjunto de regras a ser seguido, sendo tratado de maneira mais orgânica. Desta forma, a arquitetura vem como uma das ferramentas que podemos utilizar para nortear de certa forma um pouco da hospitalidade comercial nos espaços. A escolha do estilo arquitetônico adotado no estabelecimento que se prestará um serviço, é ponto de partida para a definição de público, de comunicação e ainda do grau de formalidade do serviço oferecido pelo local.

Desta forma, é possível afirmar que a arquitetura influencia positivamente os restaurantes uma vez que é através dela que se torna possível distinguir os aspectos que se intenta proporcionar ao cliente, que busca por algo que diferencie um espaço do outro, veja bem, comer somente para “matar a fome” pode ser feito em qualquer lugar que ofereça comida, em contrapartida, o que faz com que se queira ir a um lugar ou restaurante específico, é o conjunto de fatores que envolvem o espaço, é o cuidado com que ele foi pensado em sua concepção, é a escolha do local, ou o projeto inicial, é a decoração, é o cardápio, é o atendimento. Enfim, todos esses fatos alinhados e em conjunto tendem a proporcionar uma experiência única ao cliente, que faz com que ele deseje estar sempre lá, trazendo um algo mais àquela experiência, levando a hospitalidade ao seu máximo.

5. REFERÊNCIAS

AMARAL, C. S. et al. Diálogos do projeto de arquitetura: Central de departamentos e administração. 6 ed. Bauru: FAAC/UNESP, 2011. 6 p.

BOFF, Leonardo. Virtude para um outro mundo possível: Hospitalidade: direito e dever de todos. vol. I. Petrópolis: Vozes, 2005.

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004.

MUNTAÑOLA, Josep Thornberg. Arquitectura, modernidad y conocimiento. 1 ed. Portugal: UPC, 2002.

Revista Hospitalidade, PAV. XII, Número Especial. Maio 2015.

Wada2, Elizabeth Kyoko, Domínios de hospitalidade de Lashley e possíveis aplicações na hotelaria, V Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo UAM– 27 a 28 de agosto de 2007', p. 07.