FCTUC

HOTEL

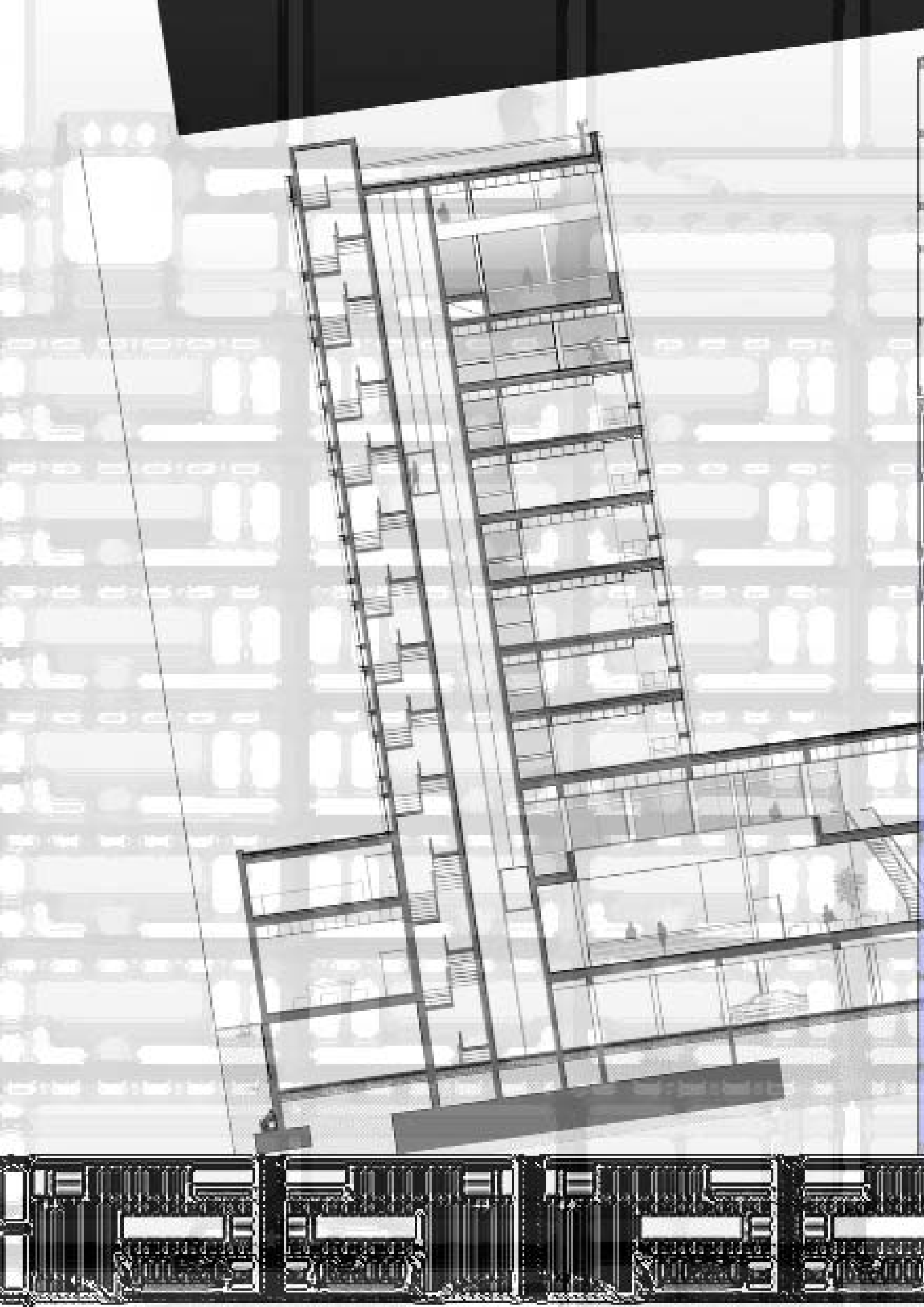
A IMPORTANCIA E O VALOR DIFERENCIADOR DA ARQUITETURA

NELSON BRUNO MESQUITA ANES

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO INTEGRADO EM ARQUITETURA |JULHO DE 2012|

|DEPARTAMENTO DE ARQUITETURA DA FCTUC|

SOB ORIENTAÇÃO DO| |**PROFESSOR DOUTOR JOÃO PAULO CARDIELOS|**



HOTEL

A IMPORTÂNCIA E O VALOR DIFERENCIADOR DA ARQUITETURA

A realização da presente Dissertação só foi possível graças a um conjunto de pessoas que, de uma forma ou outra, contribuíram para a sua concretização.

Gostaria de agradecer ao Prof. Doutor João Paulo Cardielos, pelas conversas decisivas que tivemos, pelo encorajamento, paciência e dedicação com que me orientou.

Aos meus pais, avós, irmãos, família próxima pelo apoio, motivação e persistência, e, por estar sempre presente. À Cátia pelo apoio, pela paciência e por me fazer acreditar. Ao "pessoal" chegado, que direta ou indiretamente contribuiu para este projeto, em especial, Helder, Filipe, Ângelo, Micael, Nelsinho, Mário, Liliana e Bruno Pereira, Marco, Diogo e Luís.

Aos gerentes e pessoal dos Hotéis Premium, pelo incentivo e inspiração na discussão da temática.

Introdução 11

Capítulo I - Hospitalidade e Hotelaria 13

Capítulo II – Modelos Temáticos Atuais 21

Capítulo III - Espaço Arquitetónico 55

1 - A Base Funcional: *Standard* 67

2 – Variações Tipológicas: o lobby, o quarto e a imagem 91

2.1 - Lobby 91

2.2 - Quarto e Linguagem Expressiva Exterior 107

Capítulo IV - Modelos de resposta múltipla 119

O Caso do *L'and Vineyards* Hotel 139

1 - Conceito/Modelo Preconizado 139

2 - Espacialização – Modelo Arquitetónico 151

Considerações Finais 165

Bibliografia 171

Fontes de Imagens 179

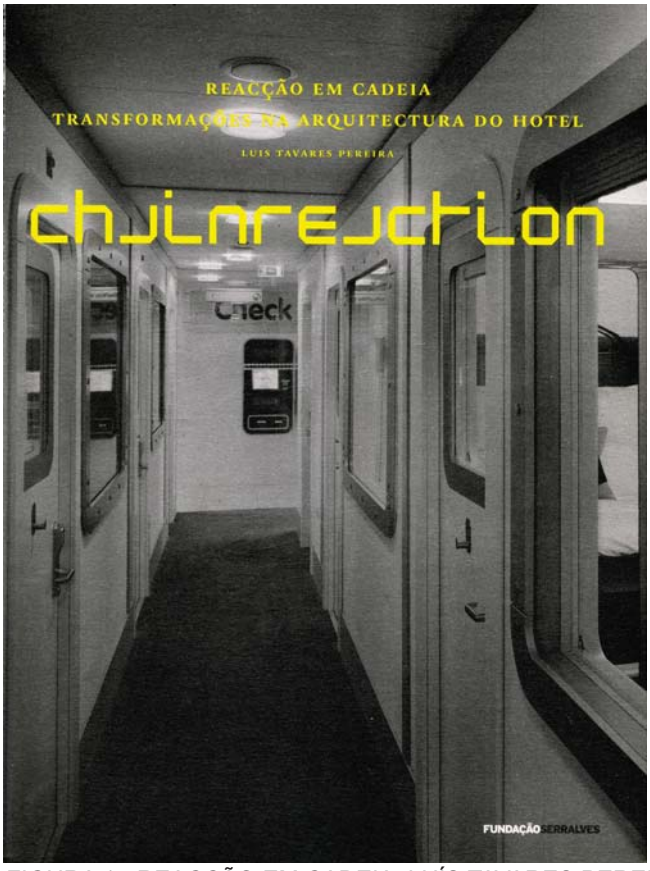


FIGURA 1 - REACÇÃO EM CADEIA, LUÍS TAVARES PEREIRA

Introdução

A história da literatura e do cinema está repleta de referências a hotéis, inspirados em experiências e ambientes únicos, especiais, verdadeiros ou ficcionadas, de sucesso ou desventura. Por vezes, um hotel revela uma carga histórica admirável, confundindo-se e mesclando-se com a história de personagens (artistas, poetas, políticos, mafiosos e gente comum) e de momentos marcantes, exuberantes, frenéticos, tranquilos, serenos, românticos, trágicos, inesquecíveis… O invólucro e alma de tudo isto é a arquitetura - sublimação.

HOTEL - A IMPORTÂNCIA E O VALOR DIFERENCIADOR DA ARQUITETURA.

O presente ensaio tem como propósito central a nossa reflexão acerca da importância e do valor que a arquitetura tem (ou pode ter) no âmbito de um programa/projeto hoteleiro, mais precisamente de um Hotel.

Fizemos um estudo de fundo – investigámos, indagámos. Consultámos bibliotecas, recolhemos documentos, percorremos o país e vimos muitas unidades hoteleiras, estabelecemos contatos, ouvimos promotores, sentimos ambientes, observámos formas e espaços, pedimos opiniões, lemos livros e revistas – enfim, sobretudo aprendemos muito.

Serviu-nos de referência a obra “Reacção em Cadeia: Transformações da Arquitectura do Hotel”, que surge no seguimento da exposição *Allgarve'08*, da autoria de Luís Tavares Pereira. A escolha e o acompanhamento desta obra prende-se essencialmente ao facto de recolher diversos artigos, de inúmeros autores, acerca da situação hoteleira em Portugal.

Fizemos diversas abordagens comparativas de vários modelos de hotéis, com conceitos e formalizações historicamente consolidados e sobre as novas tendências concetuais e programáticas do setor, que já começam a pontuar o território nacional.

O hotel *L’and Vineyardars* tem como uma das suas bandeiras, com vista ao sucesso, a arquitetura - o estado da alma. É seguramente um dos bons exemplos existentes em Portugal, com conceito alternativo e arrojado, em que a arquitetura se afirma em plenitude. É uma obra recentíssima e, por tudo isso, elegemo-lo como caso de estudo.

Capítulo I - Hospitalidade e Hotelaria

Afigura-se importante fazer-se um curto introito de enquadramento relacionador dos termos hospitalidade e hotelaria.

> "*Hospitality*, a expressão anglo-saxónica usada ainda hoje para definir hotelaria, diz-nos muito da própria natureza desta indústria. A palavra deriva do *hospes* latino, proveniente de *hostis*, que originalmente significava «estranho»."[1]

A menção de Paulo Martins Barata acabada de citar, explica a relação indissociável que se estabelece entre hospitalidade e hotelaria. De facto, no Reino Unido a palavra hotelaria não consta em qualquer dicionário e, a forma de a definir, traduz-se com a expressão *Hospitality*.

Hospitalidade, segundo o definido na Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura, é a "A acção de receber gratuitamente na própria casa, por caridade, liberdade, amizade ou delicadeza, um amigo ou um estranho."[2]. De igual modo, o dicionário britânico, *Cambridge Dictionary*, remete-nos para uma ideia semelhante, referindo-se ao termo *hospitality* como *"when people are friendly and welcoming to guests and visitors (…) the food, drink, etc. that an organization provides in order to keep its guests happy."*[3]

Por sua vez, hotelaria assenta no conceito da arte de dar alojamento e/ou alimentação a hóspedes, estando subjacente o pagamento do serviço prestado.

Hospitalidade e hotelaria são, assim, conceitos próximos que se tocam na sua génese, podendo mesmo afirmar-se que ambos têm intrínseca essa ideia basilar - o ato de acolher uma ou mais pessoas, forasteiros ou não, turista, viajante ou deambulante, oferecendo um préstimo de abrigo e alimentação. Contudo, também diferem diametralmente, porquanto a hospitalidade tem intrínseca a imagem do puro acolhimento afetuoso de gratuitidade e a hotelaria, embora vise também acolher bem, é sempre um serviço prestado que tem implícita uma remuneração pois que, naturalmente, visa o lucro.

A necessidade do abrigo vem desde tempos imemoriais e a arquitetura sempre acompanhou essa evolução antropológica, desde os estádios mais básicos e elementares às abordagens e formalizações mais elaboradas. Será porventura esta a verdadeira dimensão e semântica da arquitetura. Para *Alberti*, a "casa" possui três categorias fundamentais de

[1] (Barata, Em Casa de Nestor, 2008, p. 155)
[2] (Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura, 10)
[3] (Cambridge University Press, 2011)

FIGURA 2 - ROTAS COMERCIAIS ROMANAS

FIGURA 3 - “DISCOLOBUS”, MYRON

adequação: a primeira, diz respeito à necessidade de ter abrigo; a segunda, que se prende à primeira, traduz-se na capacidade desse abrigo oferecer conforto; a terceira, envolve a voluptuosidade, o prazer e a satisfação do utente.

Também a necessidade de um abrigo com carácter temporário foi sentida desde tempos longínquos, estando intimamente ligada aos grandes itinerários históricos de caminheiros e viajantes. Como atrás referimos, a resposta a essa necessidade de hospedagem e hospitalidade foi, desde logo, acompanhada e garantida por unidades de alojamento hoteleiro que se foram disseminando, de forma e com modelos diversos ao longo da história.

É sempre arriscado e talvez mesmo impossível afirmar de forma perentória (por falta de comprovação histórica plausível e rigorosa) a origem das primeiras unidades que prestaram serviços de hospedagem/hotelaria. Contudo, em consonância com o descrito em várias fontes, torna-se necessário relevar-se o período da Roma Antiga, por volta dos anos 500 a.c., em que se sentiram grandes deslocações, principalmente devido às grandes rotas comerciais e, bem assim, grandiosos movimentos pendulares de mercadores, repercutindo-se consequentemente num ascendente surgimento e proliferação de unidades primárias de hotelaria. Os fluxos mercantis, bélicos ou religiosos que eram estabelecidos naquela época, surtiram a necessidade de criar espaços para pernoitar e comer. Esta emergente oferta de hospedagem compreendia não apenas uma resposta hoteleira para pessoas, mas também colmatava a necessidade, por vezes prioritária, de abrigo e alimentação dos animais, então meio de transporte por excelência. Os Jogos Olímpicos que se realizavam na Grécia Antiga são também sistematicamente referenciados como outro exemplo do contributo para o aumento da atividade hoteleira. Todavia, alguns estudiosos defendem que as primeiras hospedarias e pousadas, dignas desse nome, apenas surgiram na Idade Média, destinando-se a acolher, principalmente, os membros mais abastados da nobreza e do Clero.

Ao longo do percurso histórico poderíamos apontar diversos momentos em que se fizeram sentir, de forma mais evidente, a ascensão da oferta hoteleira, em sintonia com os maiores fluxos humanos. A resposta a essas dinâmicas foi sendo correspondida com formalizações arquitetónicas consentâneas, simultaneamente moldadas à evolução antropológica, social e económica.

A revolução industrial é um marco de fortes reflexos na história da humanidade. Desencadeou muitas outras revoluções. Desde o aparecimento da máquina a vapor emergiram

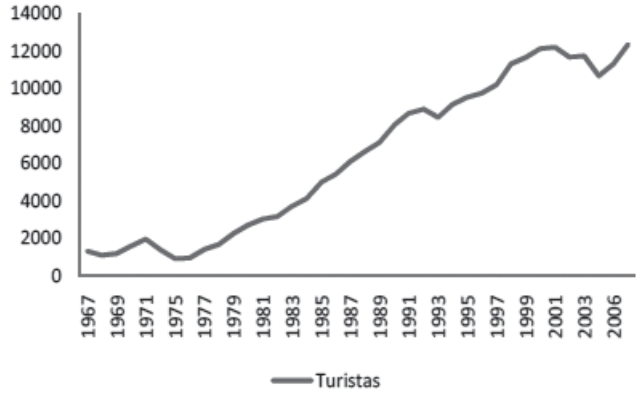


FIGURA 6- ENTRADAS DE TURISTAS EM PORTUGAL (1967-2007)

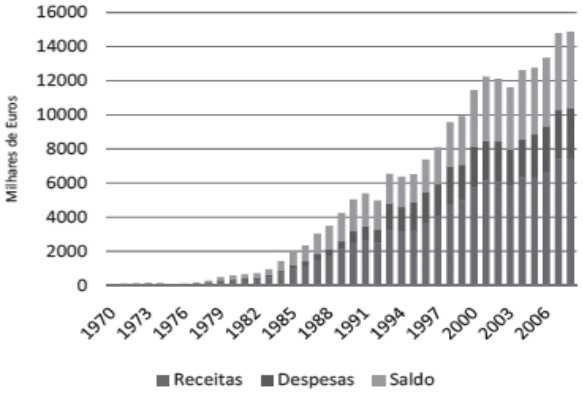


FIGURA 7- RECEITAS, DESPESAS E SALDO DO TURISMO

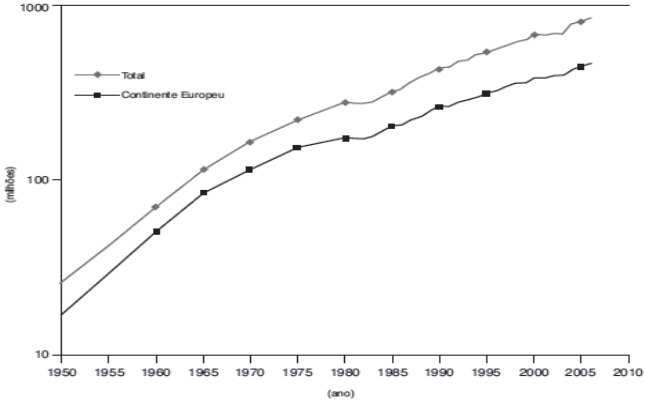


FIGURA 4 - EVOLUÇÃO DO Nº DE TURISTAS (1950-2006)

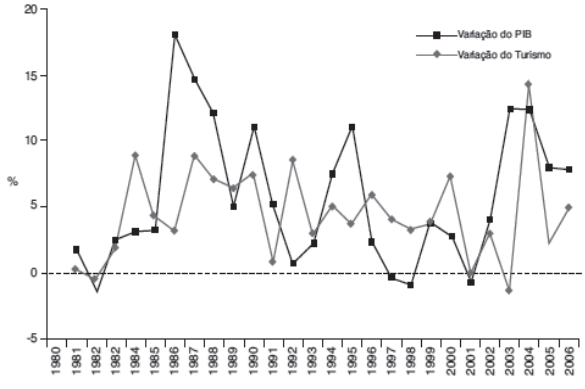


FIGURA 5- VARIAÇÃO DO PIB E DO Nº DE TURISTAS

de forma indelével, nomeadamente, os meios de comunicação rápidos, que evoluíram de forma acelerada, progressiva e sistemática até aos nossos dias. Essa evolução dos transportes veio permitir fortes dinâmicas de circulação de pessoas e bens à escala mundial.

Todas essas (r)evoluções e os movimentos das atividades humanas a elas associados, permitiram, também, o *boom* da oferta hoteleira.

Reflexo dos tempos, assistimos hoje a uma diversidade de hotéis, com resposta múltipla às diversas vicissitudes, com programas e conceitos bem variados e com graus de exigência plurais.

Aos clássicos modelos de hotel ou hospedaria são acrescentados outros modelos (de resposta à sociedade de consumo, intensamente neoliberal e tecnológica, dita moderna) mais ou menos polivalentes, mais ou menos vocacionados para responder cabalmente a intentos e programas específicos, especializados e exigentes.

Também o turismo de massas, cultural ou meramente de lazer, estendeu-se de tal forma a partir da "Segunda Grande Guerra" que originou um brutal crescimento de unidades hoteleiras por todo o mundo.

> "O turismo de massas, e com ele o turista, ganha expressão apenas a partir do pós II Guerra Mundial, com a real generalização das férias às classes trabalhadoras, possível, no quadro de recuperação económica europeia do pós-guerra, pela disponibilização de frotas aéreas excedentárias para exploração comercial."[4]

Se é verdade que as grandes cadeias de hotéis apostaram fortemente nesse turismo de massas, também é certo que, atualmente, muitos dos operadores turísticos tentam inverter um pouco essa política, ensaiando quanto possível o retorno ao hotel como casa, à hotelaria como hospitalidade mais personalizada, contrariando a focalização na hotelaria como um negócio exclusivo e extensivo de venda de quartos.

> "A nova geração de hotéis reflete transformações que deslocam o hotel para algo mais focado no conceito de experiência, singularidade e autenticidade, respondendo, por sua vez, a um público crescentemente viajado conhecedor e exigente. Assistimos ao regresso à «hospitalidade», sobrepondo-se à «indústria», a uma tentativa de personalização da experiência, valorizando a diferenciação e a memória, por oposição à homogeneização das cadeias do pós-guerra – em que cada hotel era rigorosamente idêntico independente do lugar (…) "[5]

[4] (Lobo, 2007, p. 18)
[5] (Pereira L. T., 2008, p. 15)

FIGURA 8 - ENVOLVENTE E “HOTEL”, SANTARÉM

FIGURA 9 - “HOTEL”, SANTARÉM

Independentemente da política e dos conceitos em que hoje se aposta, com maior ou de menor afastamento ao acolhimento de massas pela hotelaria, certo é que existe uma sólida ligação, quase que umbilical, entre estes grandes setores estruturantes da economia - o turismo e a hotelaria. Podemos mesmo afirmar tratar-se de dois setores estratégicos indissociáveis.

Toda a planificação com vista à construção e à viabilidade de um hotel baseia-se, cada vez, mais num apurado estudo de mercado, onde cada pormenor é ponderado. Invariavelmente são considerados e refletidos os fluxos turísticos, as entradas e saídas de um país, o público-alvo, os percursos desde a localização emissora à recetora. Sem estudos de mercado bem abalizados e a compreensão dos mesmos, o resultado pode ser catastrófico, podendo mesmo determinar o fracasso de um projeto. São conhecidos diversos projetos que debilitaram por falta de rigor na planificação estratégica. A título de exemplo referimos um hotel em construção desde 2005 em Santarém, em que não foram convenientemente aferidas algumas questões estruturantes do seu plano de viabilidade, nomeadamente de ordem económica, culminando no abandono do projeto. Atualmente, a obra desse hotel encontra-se parada e sem previsões para a sua conclusão. (figuras 8 e 9)

Importa pois reter que, hoje, o hotel não é apenas um espaço para pernoitar, nem tão pouco a soma de um conjunto de novas componentes, serviços e espaços de estar, de diversas atividades complementares e/ou específicas, de abordagens estéticas distintas ou baseados em fundamentos fragmentados e isolados. A hotelaria, cada vez mais, obedece a lógicas diferenciadoras, baseadas em estratégias sólidas de políticas de sustentabilidade (urbana/arquitetónica, paisagística, económica …).

Toda a atividade humana encontra-se em permanente mutação e o ramo da hotelaria não diverge desta constatação. Razão pela qual, para melhor persecução deste trabalho, se torna indispensável definir critérios de enquadramento, que nos permitam identificar e sistematizar os grandes grupos de hotéis e das novas tipologias – o que se fará no Capítulo seguinte.

Capítulo II – Modelos Temáticos Atuais

O setor turístico é, seguramente, relevante para a estratégia económica de qualquer país. A abordagem aos modelos de gestão turística atuais permite entender e estabelecer considerações teóricas que revelam bem a importância do setor sob o ponto de vista da organização social, cultural e sobretudo económico. O turismo é hoje uma fonte de receitas para Portugal com índices que não se devem menosprezar, atingindo cerca de 10% do PIB (produto interno bruto).

O ramo hoteleiro é, claramente, a forma mais expressiva e reveladora do turismo. É através dos agentes hoteleiros que se percebe, nomeadamente, o fluxo turístico mais representativo do país ou de determinadas zonas. O ramo hoteleiro é, indubitavelmente, fundamental na dinâmica e desenvolvimento estratégico socioeconómico de Portugal, estando sujeito aos impactos e vulnerabilidades da gestão pública e necessariamente da ação do setor privado.

No campo da arquitetura, é importante que a resposta preencha as necessidades e programas económicos e estratégicos de forma objetiva, mas cabe perceber até que ponto a disciplina organizadora do espaço se torna indispensável e se revela uma mais-valia para a competitividade do setor e, sobretudo, para a sua qualificação.

O domínio da hotelaria incorpora variáveis diversas e complexas. Relevamos, por agora, o vasto universo de especificidades que se adequam a um determinado tipo de público e, consequentemente, a determinados tipos de turismo específico, genericamente - hotéis, *hostels*, pensões, albergues, pousadas e residenciais. De modo a compreender a importância e o valor da arquitetura para as unidades hoteleiras, como diferenciadora de qualidade, é essencial restringir o leque de opções que o ramo hoteleiro oferece, uma vez que a dinâmica do setor acumula, a todo tempo, um conjunto de novos conceitos e modelos, em constante mutação.

Optámos por restringir o nosso campo de atuação, escolhendo os hotéis como matéria de observação e investigação mais aprimorada (o objeto do presente estudo). Em primeiro lugar, porque os hotéis têm grande expressão no território nacional e bem assim no setor turístico em Portugal e, em segundo lugar, por um repto lançado por um amigo pessoal, proprietário de uma cadeia de hotéis - Hotel Premium).

Desde logo, considerámos necessário entender características que possibilitam atingir um conceito genérico de hotel, modelo e *standard*, e perceber se a arquitetura é ou não um fator diferenciador. Contudo, não se pode concluir que exista um modelo único de hotel, isto porque não existe um exemplar que permita dizer que os hotéis têm sempre bem definidas e determinadas estas ou aquelas características e particularidades.

Tornou-se indispensável agrupar genericamente modelos que nos permitiram catalogar os hotéis em função de tipologias facilmente identificáveis. Assim, diferenciámos os tipos de hotéis existentes por classes, categorias, ou grupos que reúnem atributos semelhantes e acompanhem uma lógica válida reconhecida.

Os critérios para a catalogação poderiam ter sido outros, agrupando os hotéis em função de uma outra lógica. No entanto, aquela que apresentamos reúne as condições necessárias para o desenvolvimento deste trabalho.

Existem diversas terminologias e subcategorias identificáveis que podem ser associadas a um determinado tipo de hotel. Para além disso, estas classes podem ser inumeradas de diversas formas, ou seja, podemos distinguir os modelos hoteleiros pela numeração de estrelas (determinado pelo regime jurídico aplicável ao setor), do ponto de vista económico, geográfico, pela diversidade de tamanhos, geometria (horizontal ou vertical), entre muitos outros parâmetros, nomeadamente de ordem funcional. Propomo-nos fazer uma análise de alguns tipos de hotéis através de certos critérios comuns, relevantes para o estudo desenvolvido, de forma a classificar essas estruturas edificadas. Para isso dividimos, organizámos e estruturámos por classes, tendo em conta o público-alvo a que se destina. Investigámos, indagámos e compreendemos as soluções arquitetónicas mais usuais dos diversos tipos de hotéis em relação ao mercado económico, ao público-alvo que pretende atingir no contexto atual. Perante o enquadramento descrito, as classes/modelos de hotéis que aprofundámos foram: *Palace* Hotel; Hotel *Design*; *Resort*; *Boutique* Hotel; Hotel de Convenções; Spas; *Aparth*otel; *Low-Cost* e *Eco-Nature.*

O *Palace* Hotel, em português designado de Hotel Palácio, é um tipo de hotel que prima pelo *"luxo"* e pelo requinte dos serviços que oferece aos seus clientes. Genericamente, esta tipologia encontra-se associada a um programa de hotelaria adaptado a edifícios antigos, geralmente com um significado histórico assinalável, através de obras de reconstrução/ reabilitação.

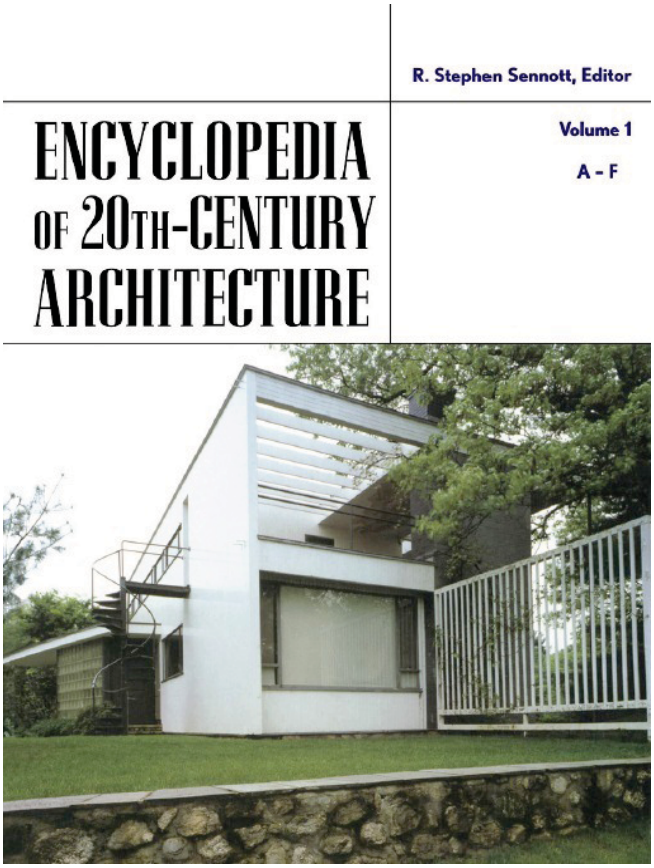


FIGURA 10 -ENCICLOPÉDIA DE ARQUITETURA DO SÉCXX, SENNOT

> "…hotéis de luxo, antigos, que têm um conjunto de características muito próprias, que têm história, onde passaram grandes personalidades, em que se desenvolveram grandes acontecimentos, caracterizam-se por uma exclusividade, por um requinte na decoração, grandiosidade nos espaços e habitualmente um leque alargado de serviços…".[6]

Costumam localizar-se tanto no centro das cidades, como também distantes das margens citadinas, por vezes em sítios recônditos. Portugal, segue a tendência histórica e urbanística dos demais países europeus, reutilizando edifícios antigos, por vezes devolutos, em zonas históricas consolidadas, onde geralmente escasseia terreno livre para as construções novas. Invariavelmente, os edifícios mais grandiosos e exuberantes permitem a adaptação de programas hoteleiros diversos que, não obstante as naturais dificuldades e limitações construtivas, se moldam às exigências legais e programáticas. "*In European countries like France, Spain and Portugal, châteaus and castles have been converted into hotels.*"[7], diz *Sennot*, na obra *Encyclopedia of 20th Century Architecture*. De facto, este autor refere-se a esta tendência europeia quando aborda a questão dos castelos e dos palácios e a sua transformação em hotéis, não só nos centros históricos mas numa abordagem mais global.

Devido ao primor dos serviços hoteleiros oferecidos, assim como o espaço que ocupam, estes hotéis pretendem atrair um tipo de clientes de grande capacidade económica e com uma formatação de gosto que se identifica facilmente com essa tipologia, habitualmente nas faixas etárias acima dos 50 anos.

A arquitetura adotada pelo Hotel Palácio é sistematicamente de difícil conformação, limitada pela natureza circunstancial das preexistências, porquanto não se trata de um espaço construído de raiz. Colocam-se, desde logo, todas as grandes questões relativas ao construir no construído – a reabilitação, dando alma nova com funções novas a construções que primordialmente haviam sido construídas e vividas com finalidade e uso bem diferentes.

Assim, a filosofia correntemente adotada pelos hotéis palácio (salvo algumas exceções) visa louvar o existente, valorizando-o, quanto possível, remetendo para segundo plano intervenções mais ousadas, cunhadas por formalizações por vezes mais arrojadas e exuberantes da nova contemporaneidade.

Luxo e requinte são expressões que sistematicamente vemos aplicados pelos operadores e públicos. Contudo, ressalvamos desde já que, tais conceitos, são por vezes

[6] (Botelho, 2009, Novembro 21)
[7] (Sennot, 2004, p. 24)

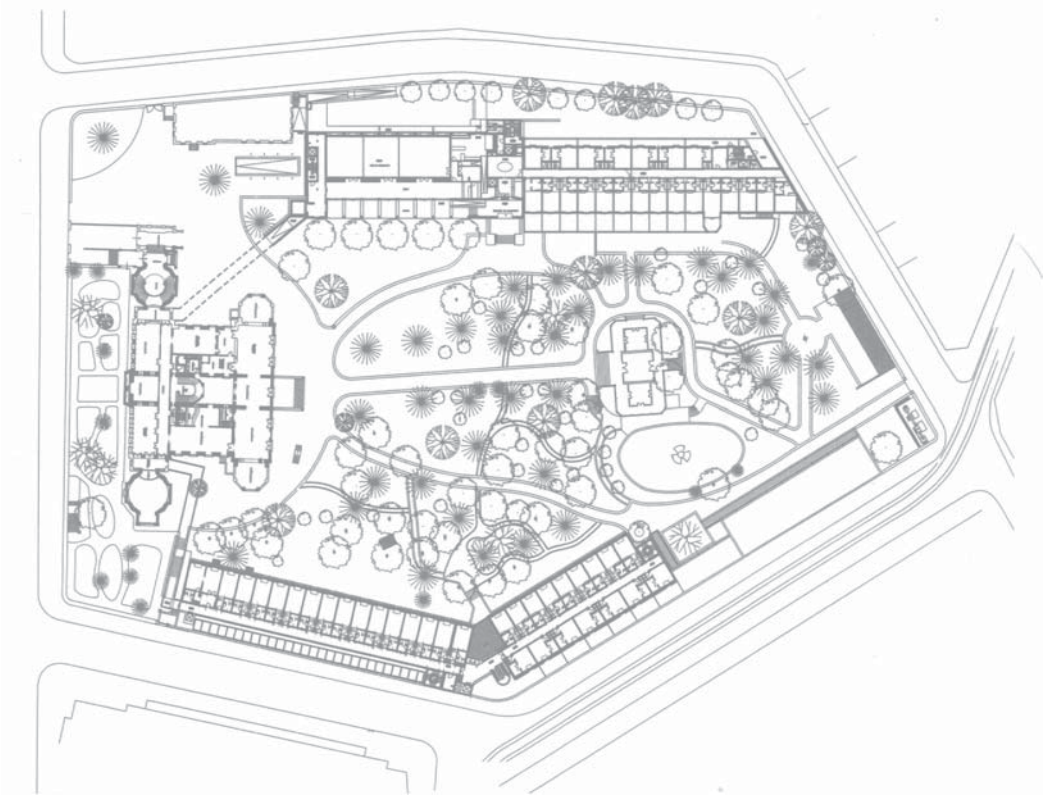


FIGURA 12 -PLANTA DE IMPLANTAÇAO, HOTEL PESTANA PALACE VALLE FLOR, MANUEL TAINHA

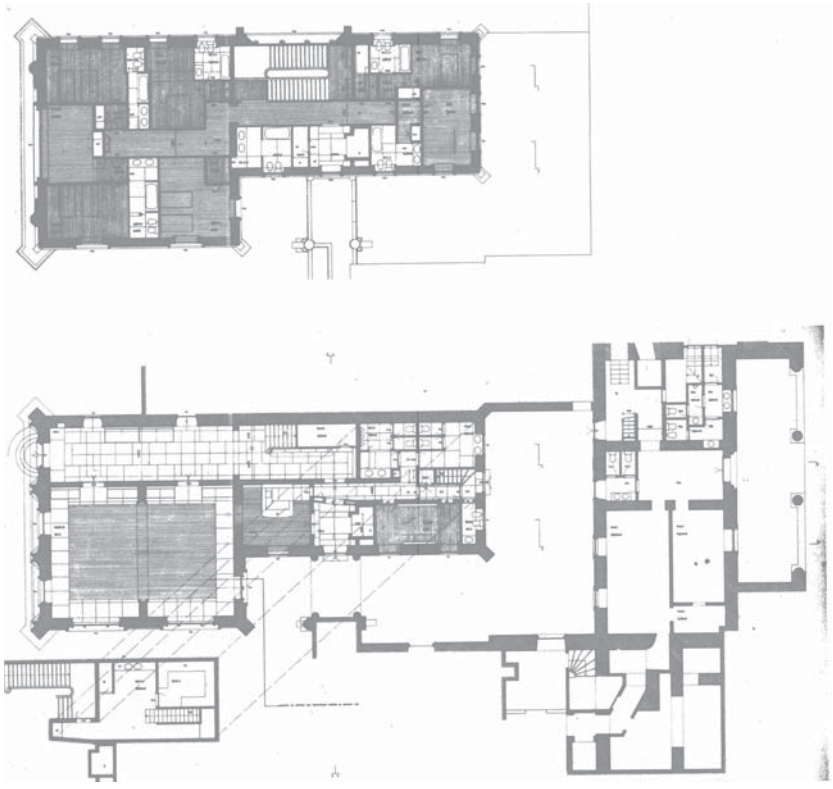


FIGURA 11 -PLANTA PALACE HOTEL DO BUSSACO, JOSÉ PAULO DOS SANTOS

aplicados a formalizações e imagens de *gosto mais que duvidoso* e incrementam-se de forma diversa, geralmente em ensaios que visam mimetismo, historicamente e tecnicamente mal interpretados e mal sustentados. Luxo e requinte resume-se habitualmente a demonstrações decorativas exuberantes, muito discutíveis, verdadeiros exercícios de *pastiche* formal e/ou decorativo que bem poderemos designar por *kitsch.*

Acontece, mais recentemente, na estruturação do projeto a criação de pequenos apontamentos que marcam bem a nossa contemporaneidade, adicionando-se novos corpos onde se fixam espaços funcionais, que de outro modo, não são possíveis integrar na preexistência, atendendo aos diversos constrangimentos físicos e legais. Não raras vezes, nos novos corpos fixam-se as unidades de alojamento, pois no invólucro antigo não existem condições de garantir, nomeadamente as dimensões mínimas e/ou as condições de acessibilidades e segurança legalmente consagradas. Por outro lado, quando os quartos se incorporam no edifício antigo (principal), o que sucede é a dimensão destes ser diferente do modelo *standard* de quarto (3,80m x 5,50m). Por vezes sucede o contrário, remete-se para os novos volumes as áreas sociais e também os espaços técnicos. Estes últimos ocupam cada vez áreas mais generosas. Constata-se que os edifícios desta natureza apresentam áreas soberanas com vários compartimentos, desde salas de visitas, antigas bibliotecas, sala do rei ou dos filhos, entre outros, dependendo de caso para caso; o *lobby*, tal como os quartos, segue as linhas orientadoras do edificado principal e ocupa uma destas áreas, surgindo habitualmente com grandes dimensões, pé-direito amplo e decoração *aprimorada*. Os restantes espaços são ocupados por (outros) serviços que o hotel oferece, tais como restaurante, bares, salas de reuniões, etc.

Neste enquadramento inserem-se o Palace Hotel do Bussaco. O projeto data do ano de 1991 e tem arquitetura de José Paulo dos Santos. A principal problemática do projeto resume-se a dar vida a um hotel a partir de uma estrutura histórica. O programa consiste na reabilitação de quatro edifícios, de épocas distintas. O hotel distribui-se por três pisos, no entanto foi acrescentado um piso técnico intermédio. O rés-do-chão é destinado às áreas de cariz público e os dois pisos superiores foram ocupados pelos quartos. “Dadas as condições existentes, todos os quartos são únicos. Uma escada existente e um novo elevador ligam os três pisos do edifício. Foi feito um esforço de racionalização da pormenorização, devido à diversidade de elementos que foi inicialmente encontrada, sistematicamente aplicados por justaposição ao

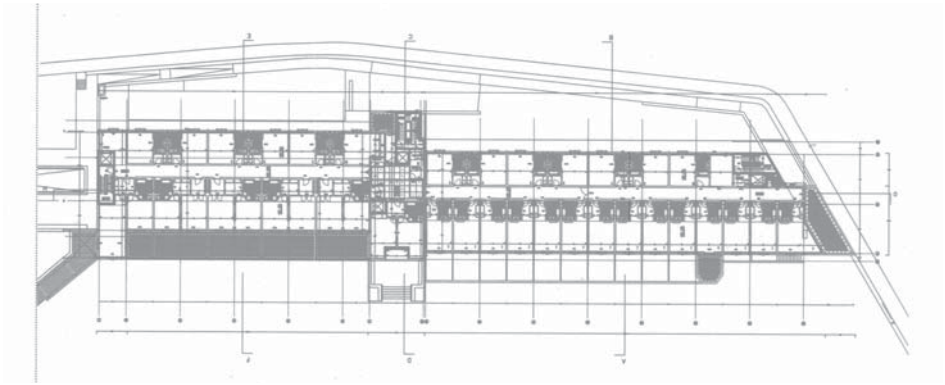


FIGURA 18 - PLANTA CORPO NASCENTE, HOTEL PESTANA PALACE VALLE FLOR,

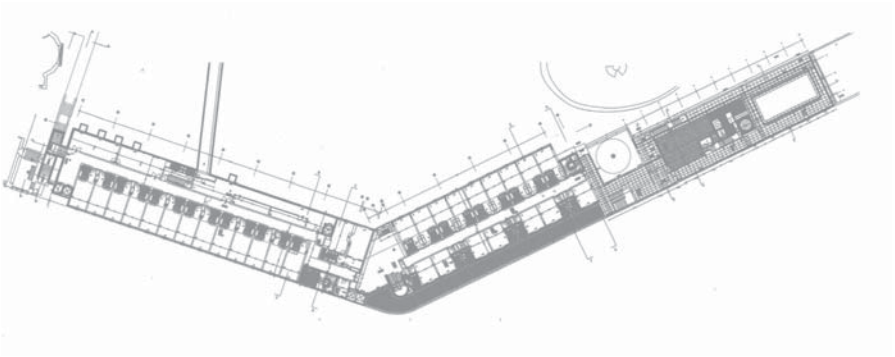


FIGURA 17 - PLANTA CORPO POENTE, HOTEL PESTANA PALACE VALLE FLOR,

FIGURA 15 - HOTEL PESTANA PALACE VALLE FLOR,

FIGURA 16 - CORPO NASCENTE, HOTEL P. P. VALLE FLOR

FIGURA 13 -PALACE HOTEL DO BUSSACO

FIGURA 14 -LOBBY PALACE HOTEL DO BUSSACO

longo dos tempos. Assim, foram isolados e utilizados alguns elementos existentes, com a nova pormenorização, neutra e discreta, a realçar o essencial do edifício."[8]

Refira-se ainda o Hotel Pestana *Palace Valle* Flor, em Lisboa, considerado uma das maiores referências da cidade, da autoria do arquiteto Manuel Tainha. Este exemplo apresenta características diferentes do anterior. Neste caso, para resolver os problemas inerentes a um projeto de reabilitação, foram acrescentados dois corpos novos – corpo poente e corpo nascente.

Nos novos edifícios distribuem-se os quartos e os serviços. Enquanto no edifício pré-existente, resolveu-se integrar as funções sociais do hotel.

Noutro capítulo encontra-se o **Hotel *Design***.

Esta tipologia hoteleira está em crescendo e a par dos Spas são a tipologia com maior abundância em Portugal. Isto deve-se ao abandono do preconceito de que os hotéis servem meramente como edifícios de alojamento. Constatamos que o hotel, hoje, para além da oferta clássica de serviços iminentemente hoteleiros, tem subjacente uma ideia acrescida de muitas outras valências, nomeadamente referentes a atividades de ordem cultural, com serviços avançados. Em prol destes princípios emergentes, o ramo da hotelaria, viu no *design* uma potencialidade de negócio, tornando prioritário dotar os hotéis de sofisticação superior e de qualidade estética assinalável, sendo que, tantas vezes traduzem apenas um mero exercício de cosmética. A citação de Graham Vickers, *"Gone are the days when «designer» was a parvenu adjective used to describe anything that had aspirations to visual sophistication."*[9] reflete sobre a banalidade do conceito real de *design,* apesar da ideia de *design* ir mais além da sofisticação ou primor estético de um dado objeto. Na verdade, a máxima que define a noção de *design*, preferida por *Louis Sullivan*, é "a forma segue a função" - como resposta ao mau gosto, *kitsch*, dos objetos em série da Revolução Industrial. Contudo, não é importante tratar o conceito de *design* neste trabalho, mas muito mais perceber o aproveitamento do termo por parte das entidades hoteleiras que, perspicazmente, perceberam as virtudes que podem advir do seu uso,

[8]

[9] (Vickers, 2005, p. 143)

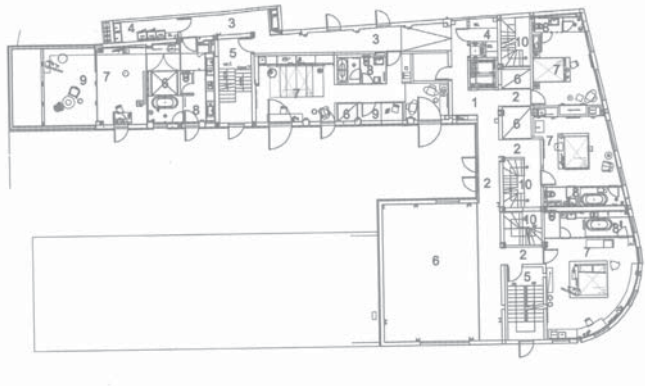


FIGURA 25 - Planta PISO3, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

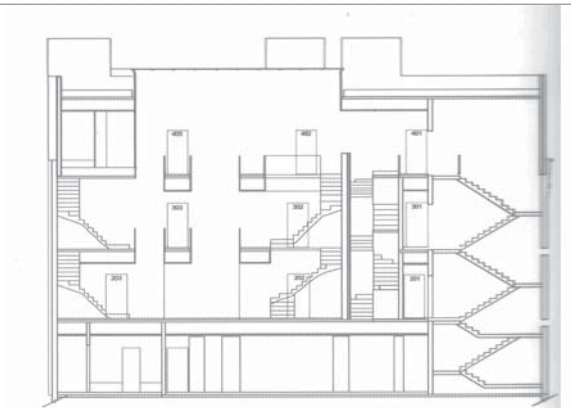


FIGURA 26 - CORTE, HOTEL WATER HOUSE

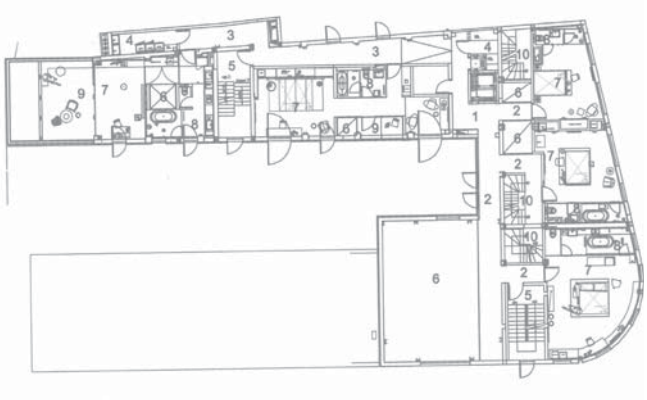


FIGURA 23 - Planta PISO2, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

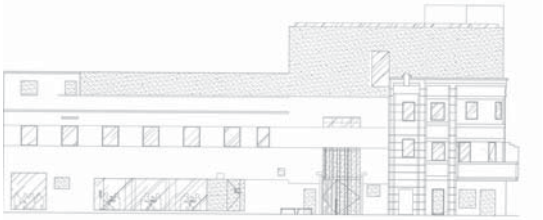


FIGURA 24 - ALÇADO NASCENTE, HOTEL WATER HOUSE,

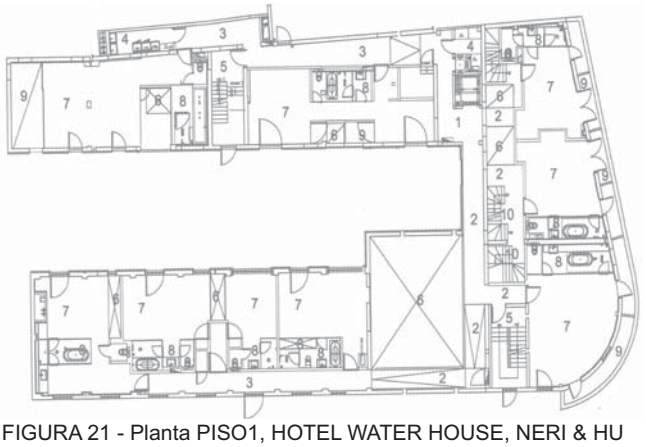


FIGURA 21 - Planta PISO1, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

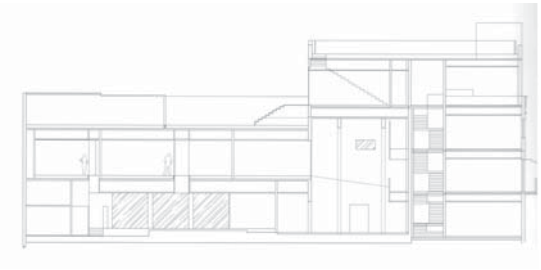


FIGURA 22 - CORTE NASCENTE, HOTEL WATER HOUSE

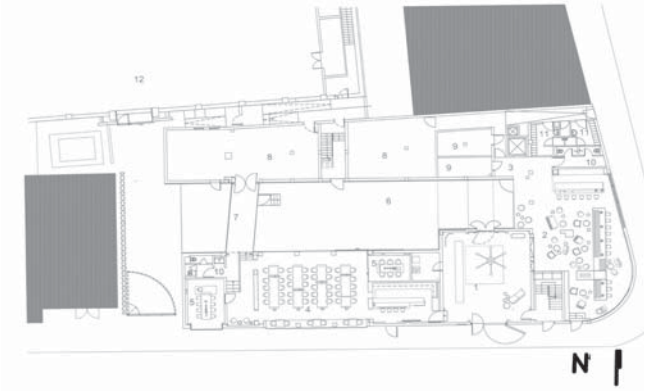


FIGURA 19 - Planta R/C, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

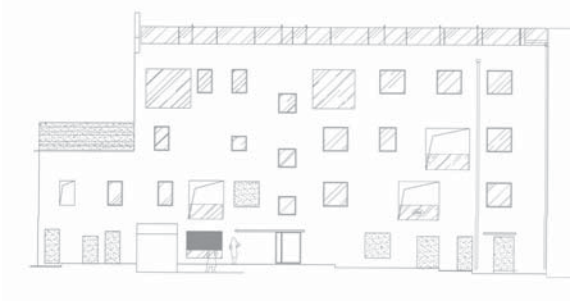


FIGURA 20 - ALÇADO NORTE, HOTEL WATER HOUSE

quer seja por usar a palavra design na nomenclatura de um hotel, quer pelas verdadeiras mais-valias qualitativas subjacentes.

> *"Many possibilities exist in between, reflecting the current elevated influence of the designer: The designer as Fashionable Society Figure; the designer as Artist; and the designer as Cultural Historian. Today, however, the phrase «design hotel» signifies something subtler and more varied. It might simply signify the bestowing of a stylish imprimatur…"*[10]

Os hotéis *design* localizam-se, em grande parte, nos centros das cidades, seja nos centros históricos, seja nos chamados centros expandidos. Mas podem também ser encontrados fora deste contexto, nomeadamente nas zonas.

Estes hotéis destinam-se a vários tipos de turismo, desde lazer, negócios ou eventos, por exemplo, e visam a captação de várias classes de turistas, mas sobretudo de público com gosto estético (aparentemente) mais refinado. Assim, o patamar arquitetónico é frequentemente colocado em segundo plano e dá-se prioridade à decoração. Isto porque os hotéis *design* surgem muitas vezes de reconversões decorativas de hotéis já existentes, aprimorados com toques de suposto requinte, elegância, charme e sofisticação estéticos. No entanto, há casos de hotéis *design* em que o valor arquitetónico se afirma. Surgem nestas circunstâncias alguns hotéis construídos de raiz, pois todo o projeto assegura desde a sua génese a preocupação com a qualidade espacial e formal e, sob o ponto de vista da complementaridade disciplinar, surge em paralelo o *design* e a preocupação estética/decorativa.

Nesta tipologia, os quartos encontram-se geralmente dimensionados por modelos clássicos, não diferindo do quarto padrão configurado nos princípios normativos de *Ernst Neufert*, distribuindo-se por diversos andares-tipo. Deste quarto base, proliferam por vezes jogos decorativos, polivalentes, sistematicamente refletindo variedade de gosto, direcionando-os para diversos utentes alvo.

O *lobby* dos hotéis *design*, tal como nos hotéis palácio, é provido de uma decoração pretensamente grandiosa e de valor estético extensivo.

Em Portugal, surgem inúmeros casos de Hotéis Design que se regem pelas caraterísticas referidas anteriormente, como o Bessa Hotel (Porto), o Hotel Teatro, ou o Farol Design Hotel (Cascais). Contudo, preferimos abordar hotéis estrangeiros para melhor perceber os conceitos associados a esta tipologia. O Hotel Water House localiza-se em Xangai, num

[10] (Vickers, 2005, p. 143)

FIGURA 33 - HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

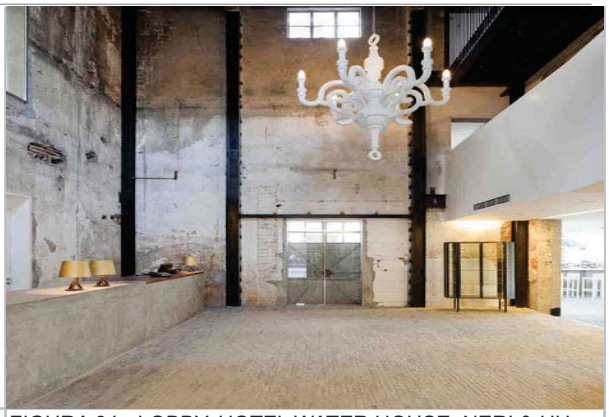


FIGURA 34 - LOBBY, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

FIGURA 31 - QUARTO, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

FIGURA 32 - INTERIOR, HOTEL WATER HOUSE, NERI & HU

FIGURA 29 - QUARTO, HOTEL P.AMÉRICA, MARISCAL SALAS

FIGURA 30 - HOTEL PUERTA AMÉRICA

FIGURA 27 - QUARTO, HOTEL PUERTA AMÉRICA, ZAHA HADID

FIGURA 28 - QUARTO, HOTEL P.AMÉRICA, KATHRYN FINDLAY

distrito carecido de atrações socioculturais, ainda que em fase de ascensão. Construído a partir de um edifício existente, um antigo quartel-general dos anos 30, o hotel transporta-nos para uma nova realidade de hotéis design. Da autoria de Neri & Hu, a ideia arquitetónica por detrás do hotel assenta num claro contraste entre o antigo e o novo. O conceito de fazer um hotel design nessa área impunha aspetos que integrassem perfeitamente o hotel. O uso de materiais como o betão à vista, pedra e madeira refletem o caráter industrial deste. A perfeita noção e conhecimento dos materiais provocam uma experiência sensorial desorientadora, mas estimulante. Estas caraterísticas criam uma interessante relação interior/exterior e um contraste público/privado que valoriza o espaço envolvente. Além disso, os arquitetos acrescentaram um piso novo revestido a cobre, que enfatiza o espírito do hotel com o sítio em que está inserido.

O Hotel Puerta America é um design hotel com outras caraterísticas. O hotel está implantado na malha urbana da cidade de Madrid, e apresenta uma imagem exuberante, com valor estético questionável. No entanto, o ponto de interesse é avaliar os seus espaços interiores.

O hotel distribui-se por doze pisos diferentes e, numa clara estratégia de marketing, cada piso é trabalhado por um arquiteto de renome mundial. Assim, cada espaço garante uma sensação diferente e única. O conceito de design de uma só superfície mostra o caráter mercadológico do hotel, permitindo aos hóspedes dormir em quartos desenhados por arquitetos como Zaha Hadid, Jean Nouvel ou David Chipperfield.

Desde o final do século passado e o início do presente, **os *Resorts*** assumem a forma mais predominante de hotéis, tendo em vista o turismo de lazer, tanto numa escala global, como no contexto português. Tratam-se de empreendimentos comerciais e turísticos autónomos, com características muito próprias, devendo-se sobretudo à vasta gama de serviços e atividades que oferecem, com o intuito de encerrar no seu espaço tudo o que o utente/turista necessita (alimentação, desporto, alojamento, comércio). Acresce a isto a particularidade de se concentrarem em pontos de grande beleza natural, habitualmente com excelentes condições climatéricas.

> "…verdadeiras ilhas de *auto-suficiência*, onde os hóspedes encontram satisfação para uma variada gama de interesses – *esportes,* lazer, vida social e negócios – numa combinação que atende a

FIGURA 41 - QUARTO, HOTEL PUERTA AMÉRICA

FIGURA 42 - QUARTO, HOTEL P.AMÉRICA, R. GLUCKMAN

FIGURA 39 - APARTAMENTOS, MARTINHAL B. RESORT

FIGURA 40 - EDF. PRINCIPAL, MARTINHAL B. RESORT

FIGURA 37 - REST., MARTINHAL BEACH RESORT & HOTEL

FIGURA 38 - INT.APARTAMENTO, MARTINHAL B. RESORT

FIGURA 35 - PLANTA IMPLANTAÇÃO, HOTEL MAKENNA RESORT

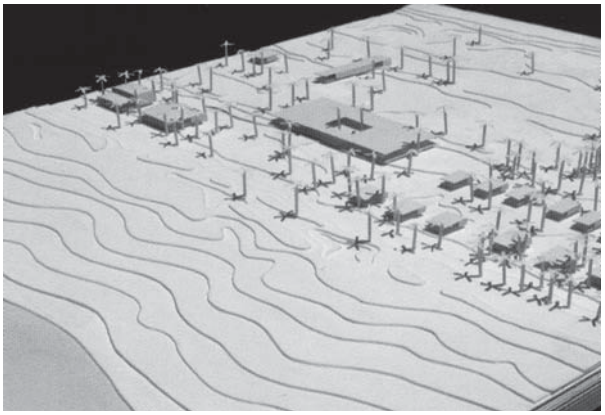


FIGURA 36 - MAQUETE, HOTEL MAKENNA RESORT

> todas as faixas etárias. Pelo que são e oferecem, buscam constituir-se em destinações turísticas que por si só justifiquem uma viagem."[11].

Sob o ponto de vista físico, os *resorts* atingem grandes dimensões espaciais. Oferecem conforto e comodidade a uma classe turística que, em viagens recreativas, privilegia o repouso e o lazer. Para tanto, esta classe de hotel apresenta geralmente variedade, quantidade e excelência comerciais. É importante referir que, desde a fase inicial de projeto até à sua edificação, o programa e, bem assim, a solução arquitetónica, espelham espacialidades bem determinadas que procuram, designadamente, tirar o melhor partido e aproveitamento de enquadramentos perspéticos sobre a paisagem (praia, por exemplo). A estruturação das unidades de alojamento em geral e, em especial, dos quartos/suítes, são estrategicamente planeados com vista a racionar e privilegiar tal condição. Na mesma convergência de ideias, o *lobby* impõe-se, não só pela sua grandiosidade espacial e pelos serviços que oferece (lojas, bares, restaurantes, etc.), mas também pela demonstração e afirmação da paisagem onde se integra. Importa referir que, nos *resorts*, imperam os conjuntos familiares. Percebe-se por isso a importância dada aos quartos e ao carácter privado, associado a grupos familiares que geralmente habitam esta categoria de hotéis. Tal condição obriga ao acréscimo das áreas das células (maiores que o quarto típico *standard* de 5,50 metros por 3,80 metros) e espaços complementares com outras valências, nomeadamente varandas, convocando-lhe maior dimensão e profundidade. Costumam ser repartidos por diversos andares-tipo, mas podem também ser tratados como suítes individuais em soluções que primam a horizontalidade ao invés da verticalidade construtiva.

O Martinhal *Beach Resort* & Hotel é um dos muitos casos de sucesso deste tipo de hotel em Portugal. O projeto é da autoria de uma equipa multidisciplinar, composta pelo arquiteto Matthew Wood, o arquiteto José Luís Teixeira Pinto e o arquiteto Filipe Bonito. O complexo localiza-se em Sagres, junto à praia e possui um vasto leque de serviços: campo de ténis, sauna, spa e centro de bem-estar, massagem, *wind-surf*, canoagem, bicicleta, banho turco, mergulho, *snorkelling*, piscina exterior e interior.

> "O Martinhal é um *resort* de 5 estrelas situado na região do Parque Nacional do Sudoeste Alentejano, que apresenta vistas para a Praia de Sagres (…) disponibiliza 5 piscinas no total (…) dispõe de 3 restaurantes (…) Os hóspedes também podem desfrutar dos 4 bares do alojamento

[11] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 73)

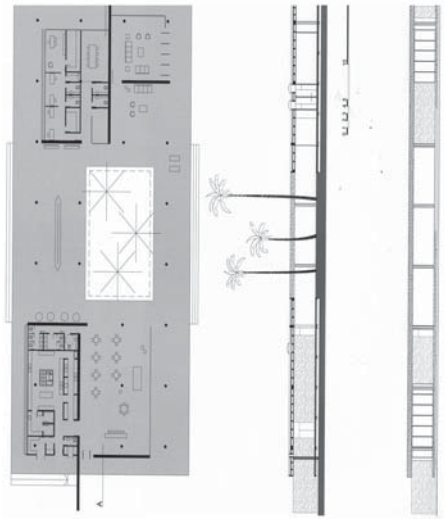


FIGURA 47 - PLANTA E CORTES EDF. PRINCIPAL, MAKENNA

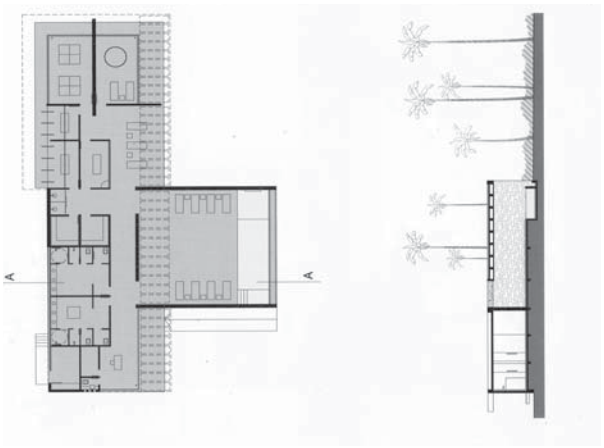


FIGURA 48 - PLANTA E ALÇADO SPA, MAKENNA RESORT

FIGURA 45 - MAKENNA RESORT, DRUCKER ARQUITECTOS

FIGURA 46 - APARTAMENTOS, MAKENNA RESORT

FIGURA 43 - LOBBY EXTERIOR, HOTEL MAKENNA RESORT

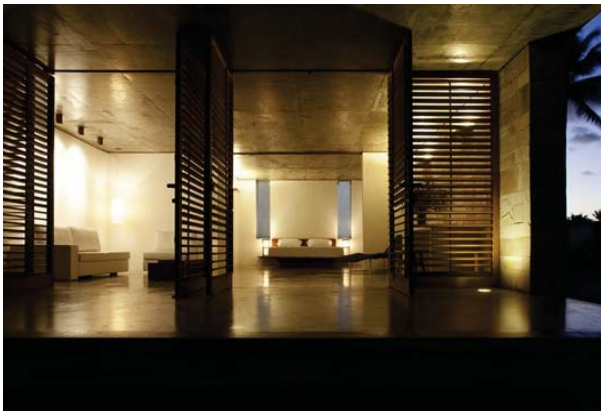


FIGURA 44 - APARTAMENTO, MAKENNA RESORT

> (…) jogar ténis nos campos de relva artificial de alta qualidade ou participar em desportos no campo desportivo do Martinhal *Beach* Resort." [12]

Além-portas podemos referir o Hotel Makenna Resort, no Brasil. Com projeto do gabinete Drucker Arquitetos (Mónica Drucker e Ruben Otero), o programa do resort consta de um clube com restaurante e salas de lazer, um spa, dezasseis bungalows e um setor de serviços. Assim como no exemplo anterior, o Makenna privilegia de uma paisagem sublime. Os arquitetos referem mesmo que o desafio foi interagir os espaços arquitetónicos com a beleza dessa natureza virgem. Destaca-se a horizontalidade do projeto, e a planta livre da estrutura.

"Os edifícios enquadram a paisagem, radicalizando o seu potencial. Tentou-se expandir dramaticamente a sensação de horizontalidade, eliminando do campo visual aquilo que não é substancialmente a essência da paisagem."

Em plano oposto aos *Resorts* encontram-se os ***Boutique* Hotéis**, mais pequenos e com um serviço hoteleiro mais personalizado. Por serem hotéis de menor escala, apresentam espacialidades mais comedidas e os seus serviços impõem-se num ambiente mais confortável, íntimo e acolhedor, que não é fácil encontrar em hotéis de grande porte. A própria decoração deste tipo de hotel é focada na singularidade e ambiência regionalista, porque geralmente os operadores/gestores destas unidades são microempresas, muitas delas de ordem familiar. No entanto, o conceito de *boutique* hotel popularizou-se, atendendo ao sucesso económico que protagonizara, tendo colocado as grandes cadeias multinacionais a criar a sua própria marca, afim de alargar os seus nichos de mercado. Diz Gabriela Botelho, que os hotéis *boutique* podem ser localizados tanto nos grandes centros urbanos, como fora dos mesmos, e por sua vez, incorporados em edifícios reabilitados bem como em projetos de raiz. Devido às dimensões reduzidas estes hotéis sugerem soluções arquitetónicas mais horizontais, evitando assim alguns inconvenientes, nomeadamente a obrigatoriedade de elevadores e demais condições técnicas. Os *lobbys* seguem a mesma linha orientadora, remetendo as suas proporções e volumes para um espaço com uma área igualmente menor. Por sua vez, o desenho dos quartos tende a afastar-se das medidas *standard* padronizadas, seja por se tratarem de projetos onde se impõem claramente as convicções pessoais (por parte do(s) proprietário(s)), ou porque os projetos são

[12] (Booking.com, 2012)

FIGURA 53 - AREIAS DO SEIXO CHARM HOTEL, VASCO VIEIRA

FIGURA 54 - AREIAS DO SEIXO 2, VASCO VIEIRA

FIGURA 51 - CASA DO CONTO, PEDRA LÍQUIDA

FIGURA 52 - CLARABÓIA, CASA DO CONTO, PEDRA LÍQUIDA

FIGURA 49 - QUARTO, CASA DO CONTO, PEDRA LÍQUIDA

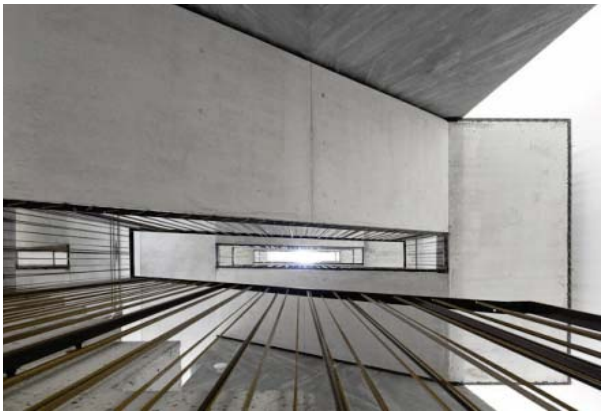


FIGURA 50 - INTERIOR, CASA DO CONTO, LÍQUIDA

impostos por empresas multinacionais com normas estabelecidas. Em praticamente todos eles se percebem os modelos de quartos e demais espaços de acesso ao cliente, onde se premeia e valoriza, essencialmente, um ambiente agradável e hospitaleiro, sobressaindo a decoração e o serviço personalizados. Quando se encontram em edifícios que sofreram ações de reabilitação, os espaços sofrem dos mesmos constrangimentos e apresentam particularidades, em parte, semelhantes aos dos referidos dos hotéis palácio.

Um dos exemplares de sucesso mais recentes, com esta tipologia, é o Areias do Seixo Charm Hotel. Um projeto que nasceu do esforço conjunto de dois proprietários/promotores – Marta Pacheco e Gonçalo Alves. Propuseram-se edificar um pequeno hotel representativo de qualidade, em conformidade com a boa conduta hoteleira (hospitalidade), apostados numa arquitetura "moderna" que criasse uma comunhão com a natureza envolvente. O projeto ficou a cargo do arquiteto Vasco Vieira e conta com algumas distinções no campo da sustentabilidade e da arquitetura.

> "O sonho de poder receber pessoas num sítio único, quase mágico, onde o ambiente despretensioso se misturasse com o conforto e com uma elegância muito própria (…) assente em estruturas de betão, madeira e vidro, abraçando com tal paixão a Natureza envolvente, que somos absorvidos por esse estado de alma e por uma atmosfera verdadeiramente única."[13]

Um caso distinto é a Casa do Conto, com projeto de autoria do gabinete de arquitetura Pedra Líquida. Este hotel procura criar um conceito hoteleiro inovador que relaciona arts & residence. O Casa do Conto poderia ser incluído na categoria de hotéis design, no entanto preferimos inseri-lo neste ponto pelo caracter hospitaleiro e pessoal que pretende oferecer. O hotel localiza-se na cidade do Porto. Trata-se de um projeto de reabilitação, que prima pela "arquitetura doméstica, solene e vertical, características do século XIX portuense". É interessante o jogo de materiais e o contraste interior/exterior. Granito das fachadas e o novo betão à vista do interior. Nos tetos estão ainda gravadas textos que atribuem um estilo personalizado ao hotel.

Destinados a receber eventos e congressos de grandes dimensões, os **Hotéis de Convenções** representam, de certa forma, o oposto dos hotéis *boutique*. Esta tipologia é a

[13] (Lopes, 2010, p. 39)

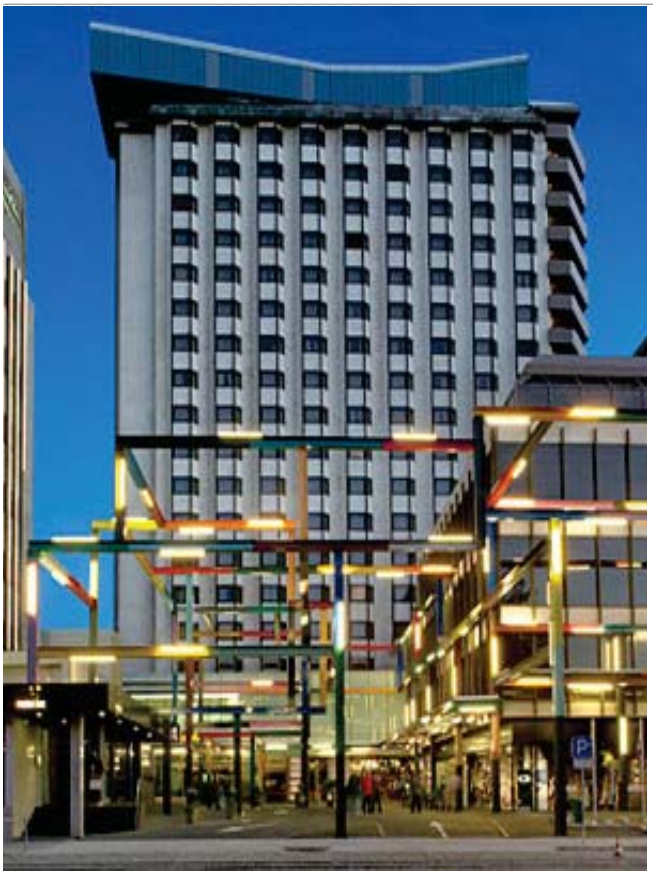


FIGURA 59 - PORTO PALÁCIO CONGRESS SPA, F. RODRIGUES

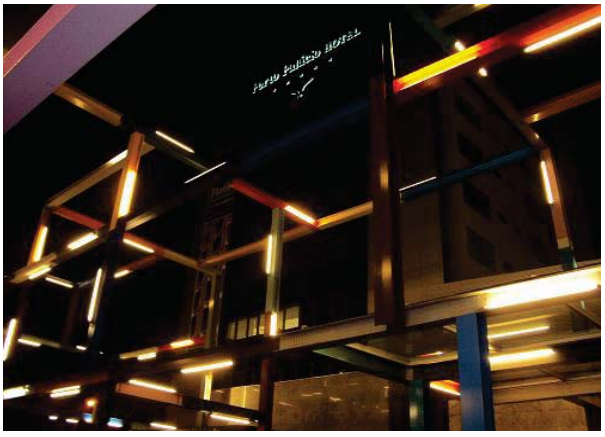


FIGURA 60 - PORTO PALÁCIO CONGRESS SPA

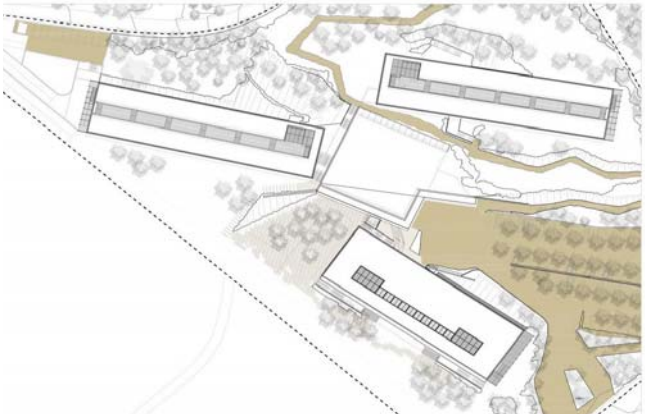


FIGURA 57 - PLANTA IMPLANT., LA MOLA HOTEL AND CONF.

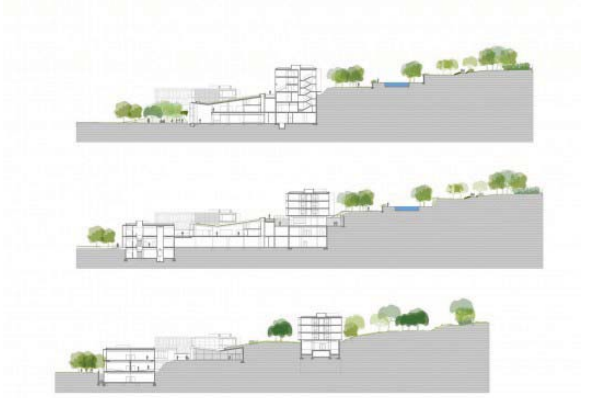


FIGURA 58 - CORTES, LA MOLA HOTEL AND CONFERENCE

FIGURA 55 - LA MOLA HOTEL AND CONF., FERMIN VÁZQUEZ

FIGURA 56 - ALÇADO, LA MOLA HOTEL AND CONFERENCE

resposta direta ao turismo de eventos, muito em voga. Com estratégias de marketing fortes, reconhecemo-los, geralmente, por terem associadas imagens publicitárias chamativas de identificação fácil, com siglas do tipo *conference* ou *business*. Esta componente não invalida atingir outros públicos ligados ao lazer ou meros viajantes, de passagem, uma vez que se encontram localizados habitualmente em zonas periféricas, em áreas próximas de aeroportos, estações rodoviárias e estações de caminho-de-ferro. Todavia, os hotéis de conferências são, geralmente, consagrados para utentes sujeitos a pré-reservas, integrados em grandes grupos de negócios ou afins.

Em termos de volumetria, estes hotéis apresentam-se com grandes dimensões e visibilidade, assumindo sobretudo características de edifícios construídos em altura. Corresponde-lhes áreas bastante generosas, essencialmente com versáteis salões polivalentes para eventos, bem como um conjunto de outras salas de menor dimensão. Estes espaços de uso coletivo habitualmente permitem vários acessos, uns vocacionados para utentes vindos do exterior e entradas secundárias que garantem o acesso mais franqueado aos hóspedes. Estas características dão origem a vários *lobbys*, o *lobby* principal do hotel (de grandes proporções) e outros, secundários, servindo como antecâmaras de entrada para as salas destinadas aos mais diversificados colóquios, congressos, etc..

Geralmente, os quartos são compactos, de modo a libertar área e aumentar assim o seu número. As suítes são uma das valências obrigatórias do hotel de convenções, uma vez que é vulgar albergar grandes executivos e personalidades de estatuto elevado. A solução arquitetónica que vulgarmente caracteriza essas suítes resulta do agrupamento de módulos do quarto-tipo, apensando espaço para uma sala e um quarto de banho maior, associados ao módulo quarto comum. Naturalmente, às suítes é atribuído um cuidado redobrado ao nível do *design* e do mobiliário, móvel e fixo.

Existem em Portugal inúmeros exemplares de hotéis de convenções. No campo da arquitetura destacamos o Porto Palácio Congress Hotel & Spa, com arquitetura de Fabrício Rodrigues (1983-1986). Também conhecido como o antigo Sheraton do Porto. Em 2008, o hotel foi alvo de uma reformulação de imagem e renasce com nova fisionomia.

La Mola Hotel and Conference Center é um hotel localizado na reserva natural de Sant Llorenç de Munt I l'Obac, em Barcelona. Projeto do gabinete b720 Fermín Vázquez Arquitectos, o La Mola está vocacionado para receber grandes eventos. Tal como o Porto Palácio, oferece

FIGURA 67 - VIDAGO PALACE, VENTURA TERRA

FIGURA 68 - CORPO NOVO (3), VIDAGO PALACE, A. SIZA

FIGURA 65 - CORPO NOVO, VIDAGO PALACE, ÁLVARO SIZA

FIGURA 66 - CORPO NOVO (2), VIDAGO PALACE, A. SIZA

FIGURA 63 - SPA, VIDAGO PALACE, ÁLVARO SIZA

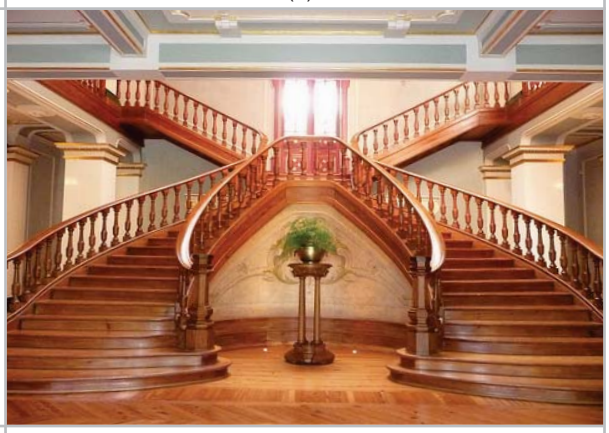


FIGURA 64 - LOBBY, VIDAGO PALACE

FIGURA 61 - P. COBERT. E ALÇADO, HOTEL E SPA DE P. STO

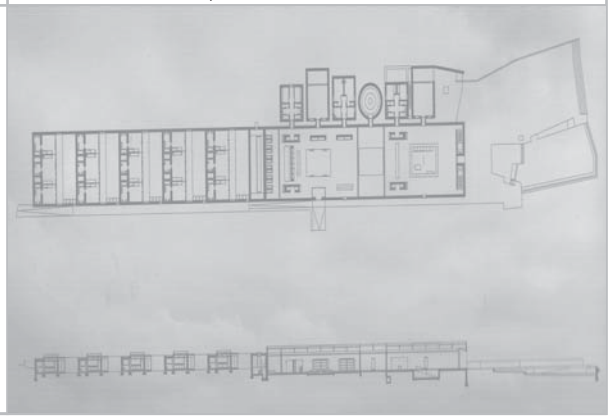


FIGURA 62 - PLANTA E CORTE., HOTEL E SPA DE P. STO

uma larga gama de serviços (espaços de encontros e convenções, auditórios, salas multifunções) e um número elevado de quartos.

Os ***Spas***, são outra tipologia de hotel que facilmente catalogamos, sendo hoje verdadeiros paradigmas de popularidade em Portugal. De facto, é comum vermos o nome de um hotel com o termo spa associado. O conceito surge com a articulação de complementos de caracter lúdico dado a determinado hotel. Contudo, não obstante verificarmos existirem excelentes exemplares, a extensiva banalização do termo *Spa* revela-nos muitos exemplos ficcionados, onde apenas e basicamente se procura cativar e valorizar um *status* e afirmação social através de estratégicas bem distantes do conceito original.

> "Originalmente, os *spas* vinculavam-se a locais onde as propriedades terapêuticas das águas constituíam o atrativo principal. Hoje, o interesse por esse tipo de instalação vem se ampliando, com o foco sendo desviado para o controle de peso e o condicionamento físico."[14]

As soluções arquitetónicas deste tipo de equipamento hoteleiro são diversas. Não será possível definir um padrão para esta categoria, mas, de certa forma, um hotel *spa* configura, para além dos serviços clássicos de hospedagem, as áreas específicas destinadas aos "tratamentos" de saúde e dos cuidados do corpo, sendo comum vermos associado *Wellness* e/ou *Fitness*. Atendendo às características desses serviços específicos, os espaços que lhes são reservados, geralmente, situam-se no piso da entrada ou num piso inferior, por forma a resolver questões de ordem técnica e, simultaneamente, a garantir o acesso a público que não se encontra hospedado no hotel.

O Vidago Palace, em Chaves, é apontado como um dos exemplos que inclui este género de serviços na sua carta de boas vindas. Projeto original do mestre Ventura Terra, datado de 1908, o palácio foi construído devido ao crescente número de visitantes em busca dos efeitos terapêuticos das famosas águas minerais do Vidago. Embora se mantivesse bem conhecido dos visitantes, com o passar do tempo, o hotel foi perdendo vitalidade e, por isso também, destaque no panorama nacional e internacional. E acaba mesmo por encerrar portas. Recentemente o Vidago Palace voltou a entrar em atividade depois de uma profunda reestruturação, com traço do arquiteto Álvaro Siza. O conjunto arquitetónico mantém genericamente o aspeto do projeto

[14] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 85)

FIGURA 69 - HOTEL E SPA DE P. STO, JOÃO FAVILA MENEZES

FIGURA 70 - SPA, HOTEL E SPA DE P. STO, JOÃO F. MENEZES

original, ganhando no entanto cirurgicamente nova configuração e novas valências nomeadamente pela introdução do corpo destinado ao spa.

Em Porto Santo destaca-se também um hotel termal – Hotel e Spa de Porto Santo. O hotel é mais recente que o caso anterior, e consequentemente uma linguagem arquitetónica distinta. O projeto, da autoria do arquiteto João Favila Menezes (atelier Bugio), surge da descoberta das propriedades medicinais das areias da ilha. "O novo conjunto arquitetónico estende-se ao longo do terreno, na direção da sua profundidade até á praia, redesenhando os espaços exteriores entre os edifícios, novos e existentes, como ainda entre estes e o mar, acentuando o seu carácter lúdico de fruição com a natureza e as suas relações."[15].

O ***Aparthotel***, também conhecido como *flat,* é outra tipologia que destacamos, tendo como cliente-alvo um público que pretende uma estadia prolongada em determinado local. Podem ser vistos tanto nos centros urbanos como nas zonas periféricas das cidades. Inicialmente, os aparthotéis eram denominados hotéis-residência, constituídos por células residenciais individualizadas e possuíam características bem diferentes dos hotéis "comuns". Eram geridos como um condomínio autónomo, sendo apenas assegurados os serviços mínimos essencialmente os ligados à manutenção das unidades de residência - "serviços, que geralmente se limitam à receção, à limpeza, troca e lavagem de roupas de cama e ao café da manhã, servido no próprio apartamento, com tarifa diferenciada, ou no restaurante em funcionamento no prédio e normalmente arrendado."[16].

Hoje, no entanto, a filosofia que envolve os *aparthotéis* evoluiu ao ponto de deixarem de ser comparados a residências, apenas mantendo as características dos quartos da tipologia original (tipo apartamento). A esse propósito Nelson Andrade refere o seguinte: "…muitos dos empreendimentos imobiliários lançados como *flats* são, na verdade, hotéis, por que são operados como tal…"[17]. O que distingue os *aparthotéis* do hotel tradicional é essencialmente a configuração das respetivas células de alojamento. Ou seja, correntemente os aparthotéis gozam dos serviços normais de um hotel e diferem da tipologia de quarto básico - oferecendo

[15] (Menezes, 2011, p. 94)
[16] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 86)
[17] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 87)

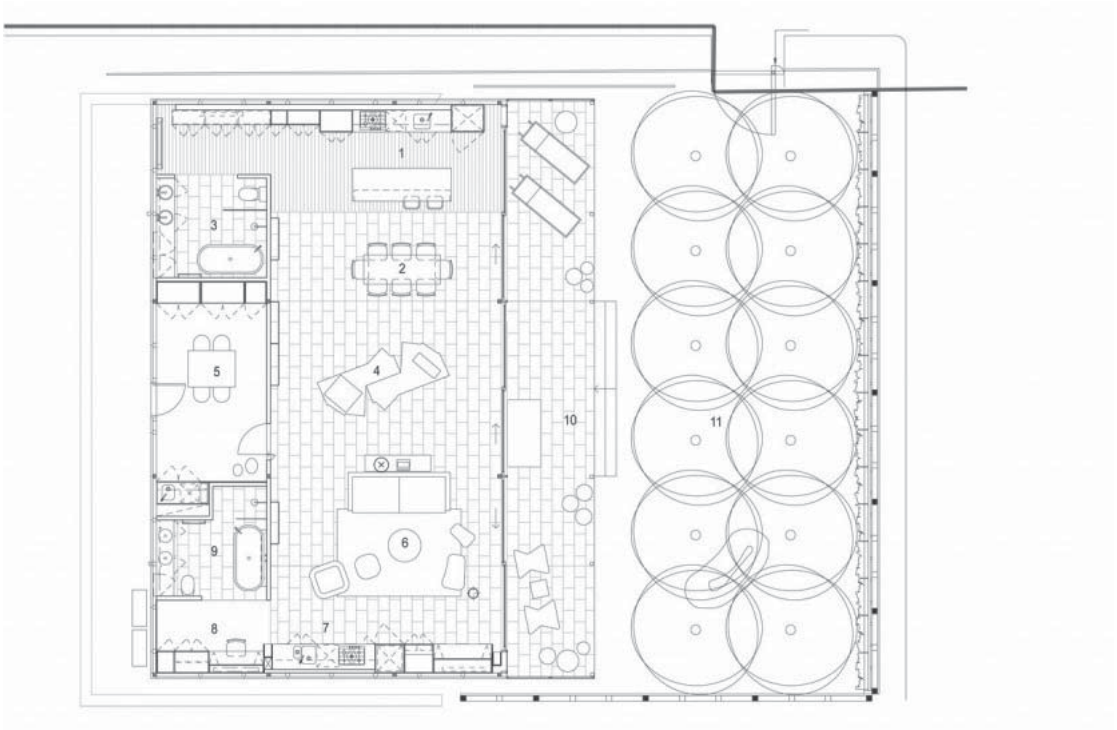


FIGURA 75 - PLANTA, APART HOTEL CLARA, ELENBERG FRASER ARCHITECTURE

FIGURA 73 - APART HOTEL CLARA (3), ELENBERG. F. ARCH.

FIGURA 74 - INTERIOR, APART HOTEL CLARA, E. F. ARCH.

FIGURA 71 - APART HOTEL CLARA, ELENBERG F. ARCH.

FIGURA 72 - APART HOTEL CLARA (2), ELENBERG F. ARCH.

aos seus utentes unidades de alojamento semelhantes a pequenos apartamentos, o que facilita o alojamento de vários indivíduos, geralmente famílias, fornecendo condições de habitabilidade para um longo período de tempo.

> "Os hotéis-residências oferecem apartamentos com área total pouco maior do que a dos apartamentos *standard* dos hotéis e têm características que os aproximam dos apartamentos residenciais comuns. Em vez do vestíbulo de entrada com armário, quarto de dormir e *banheiro*, os apartamentos dos hotéis residenciais costumam apresentar pequena sala de estar com *kitchenette*, *hall* de distribuição, *banheiro* e um ou mais quartos."[18]

Outra das características âncora dos *Aparthotéis* da atualidade é a possibilidade de convívio social entre os hóspedes que é fraqueada pelos diversos serviços acoplados.

O *Apart* Hotel Clara, localizado em Melbourne (Austrália) é um hotel de pequenas dimensões, que permite aos hóspedes uma estadia de longo prazo. O projeto é da autoria do gabinete *Elenberg Fraser Architecture* e tenta criar uma estreita relação entre paisagem e a forma construída. O revestimento com painéis refletores foi a componente fundamental para o sucesso da implantação do edifício. (figuras 71 e 72)

Dos grandes grupos de hotéis, reservámos também lugar à tipologia dos hotéis económicos, denominados de ***Low-Cost***, e que, nos últimos tempos, se têm disseminado por toda a parte. Não consideramos que seja de facto uma novidade a existência de hotéis económicos - sempre houve hotéis económicos. São, de resto, uma reminiscência dos hotéis da antiguidade e medievais, prestando serviços mínimos básicos a preços baixos. Os *Low-Cost,* no entanto, possuem características próprias e distintas dos demais e, por isso, considerámos obrigatória a abordagem neste estudo.

A definição da palavra "económico" é alusiva a algo que custa pouco dinheiro ou a alguém que gasta pouco. Para a hotelaria, esta significação traduz-se obrigatoriamente em tarifas mais reduzidas aos clientes. No entanto, não se deve confundir as tarifas dos hotéis *low-cost* com as taxas aplicadas por outra categoria de hotéis e hospedarias de baixo custo, que se traduzem geralmente em decadência das instalações e dos serviços prestados.

[18] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 86)

FIGURA 80 - LUXURY CITIZENM GLASGOW HOTEL

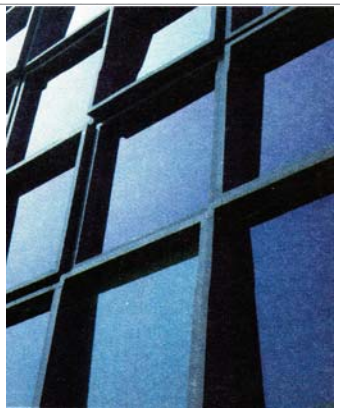


FIGURA 81 - FACHADA,LUXURY CITIZENM GLASGOW HOTEL

FIGURA 78 - SALA-ESTAR, LUXURY CITIZENM GLASGOW HOTEL

FIGURA 79 - QUARTO, CITIZENM GLASGOW HOTEL

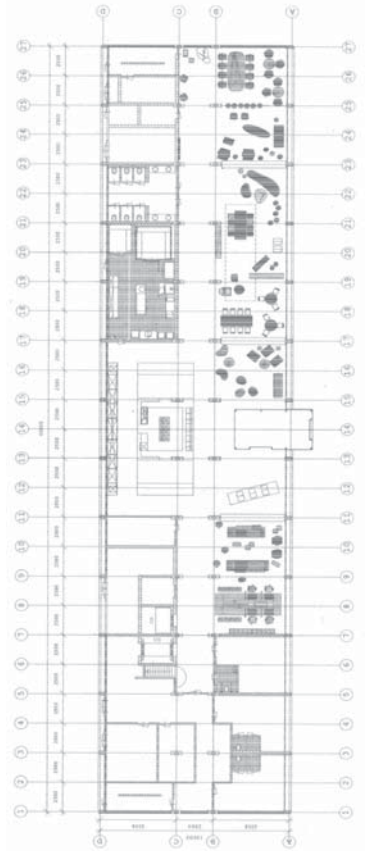


FIGURA 76 - PLANTA-TIPO, LUXURY CITIZENM GLASGOW HOTEL

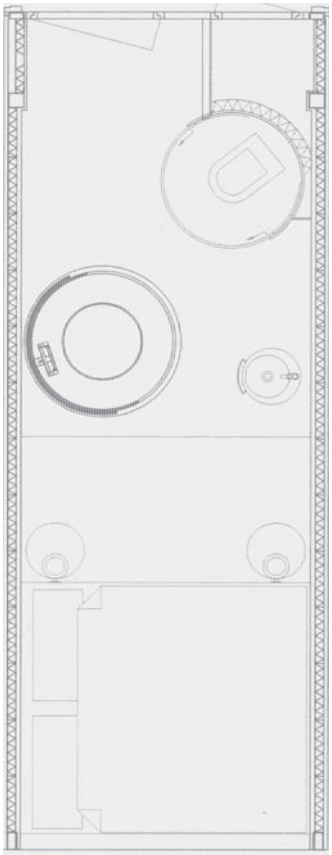


FIGURA 77 - QUARTO-TIPO, CITIZENM GLASGOW HOTEL

> "As tarifas reduzidas dos hotéis económicos decorrem fundamentalmente do facto de as instalações e os serviços serem limitados ao que é essencial, sem prejuízo da qualidade e da eficiência da operação."[19]

Os hotéis *low-cost* são originalmente projetados com o intuito de oferecer tarifas reduzidas, todavia sem perda de alguns requisitos mínimos de qualidade e competências de serviços hoteleiros fundamentais, nomeadamente de higiene, de conforto e confiabilidade das instalações. Desta forma, o público a que se destina (de estadia curta) dispensa restaurantes, ambientes de lazer, sauna ou piscinas.

Este reduzido número de serviços traz ao projeto arquitetónico uma série de condicionantes muito peculiares. O *lobby* destes hotéis limita-se geralmente a um pequeno *hall* com balcão de receção, com diversas confluências, nomeadamente o núcleo de distribuição para os quartos. Os quartos garantem, tão só, as áreas mínimas de lei e de conforto, sendo assim possível economizar também recursos estruturais e espaciais. Consequentemente traduz-se também em operações de manutenção mais económicas.

> "As suas instalações resumem-se, de maneira geral, a apartamento de dimensões e mobiliário adequados, com instalações sanitárias completas e ar-condicionado, uma pequena receção, local para café da manhã ou uma pequena *lanchonete* e estacionamento."[20]

Numa tipologia em que o que interessa é "vender a cama" e reduzir as tarifas de alojamento, os custos da obra também são programados para responder a esse desígnio primário, pelo que as soluções que resultam da arquitetura refletem bem tal condição. Contudo, comedimento orçamental nem sempre significa pobreza arquitetónica. Tantas vezes a resposta arquitetónica com parcos recursos orçamentais revela excelentes exemplos de qualidade arquitetónica.

Um exemplo de referência internacional desta categoria é o Luxury CitizenM Glasgow Hotel, com assinatura do gabienete Concrete Architectural Associates. Do projeto, destacam-se as linhas simples e ortogonais, o jogo de volumes ritmados da fachada e o design interior.

[19] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 65)
[20] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 65)

Os hotéis ***Eco-Nature*** são uma realidade relativamente recente e pouco praticada em Portugal. O fenómeno em torno da comunhão com a Natureza não é nova, mas o crescente ênfase dado ao conceito de sustentabilidade (palavra da moda), nomeadamente em termos de eficiência energética e de respeito ambiental, traz à arquitetura um novo e difícil desafio, de rigor e responsabilidade, mas seguramente cativante. A arquitetura vê-se obrigada e disponível a corresponder cabalmente às boas práticas ecológicas. Os edifícios não só devem ter um enquadramento e integração exemplar na paisagem como, necessariamente, devem ser sustentáveis em termos ambientais, espaciais e em função da economia de recursos. Trata-se pois de um imperativo técnico e moral de respeito pela natureza.

> "Os hotéis também usam recursos naturais e, ao utilizá-los, provocam sua redução, representando significativo impacto ambiental. Impactos também decorrentes do lixo gerado, dos equipamentos, dos produtos de uso diário, de efluentes líquidos misturados com detergentes e outros dejetos orgânicos lançados em mares e rios. Tendo consciência da variedade e dimensão dos impactos causados por essa atividade e afetando diretamente esse próprio segmento, a utilização de um sistema de gestão ambiental nos hotéis surge como garantia futura de grandes retornos."[21]

Os modelos de hotéis *eco-nature* procuram no campo teórico e pela prática uma solução económica viável, socialmente justa e ambientalmente correta. No entanto, "A sustentabilidade não é e nunca será, uma noção de natureza precisa, discreta, analítica, ou aritmética, [...] ela sempre será contraditória, pois nunca poderá ser encontrada em estado puro" [22]

Esta categoria hoteleira está intimamente vocacionada e destina-se a acolher os amantes da Natureza, pessoas com uma filosofia de vida bem identificada com tais ideais de sustentabilidade. Contudo, os hotéis *eco-nature* são também procurados e intensamente utilizados por outros públicos, que à partida não se encontram tão disponíveis para acolher de forma intensa as boas práticas amigas da natureza. No fundo, todos acabam por reconhecer as mais-valias associadas a esse espírito - gostam de forma desprendida e acabam também eles por se rever de forma muito particular. Evidenciamos, por isso, também o papel pedagógico que se pode atribuir aos hotéis *eco-nature*.

Tal como nos *spas*, não é facilmente percetível um modelo bem identificado de hotel *eco-nature*. Encontramos conceitos, programas e soluções arquitetónicas bastante diversificadas. No entanto, todos eles têm um elo comum – um ambiente paisagístico ímpar,

[21] (Schenini, Lemos, & Silva, p. 2)
[22] (Veiga, 2005, p. 165)

FIGURA 86 - BUNGALOWS DA ALDEIA DO MATO

FIGURA 87 - BUNGALOWS DA ALDEIA DO MATO (2)

FIGURA 84 - HOTEL PAÇO POMBEIRO(3), CÉSAR M. MOREIRA

FIGURA 85 - HOTEL PAÇO POMBEIRO(4), CÉSAR M. MOREIRA

FIGURA 82 - HOTEL PAÇO POMBEIRO, CÉSAR M. MOREIRA

FIGURA 83 - HOTEL PAÇO POMBEIRO(2), CÉSAR M. MOREIRA

bucólico, uma arquitetura integrada e integradora, respeitadora desse enquadramento e com elevado grau de sustentabilidade. Por oposição, conhecemos também maus exemplos, em que, sob a capa *eco-nature,* se escondem verdadeiras atrocidades, não apenas à natureza mas também por se revelarem péssimos exemplos de prática arquitetónica.

Em Portugal existem alguns hotéis *eco-nature* representativos, norteados pelos princípios da sustentabilidade, designadamente soluções que passam pelos complexos de bungalows da Aldeia do Mato (figuras 86 e 87), ou o Hotel Paço de Pombeiro (Arquiteto César Machado Moreira). Estes exemplos procuram seguir a denominada política dos três "erres" - Reduzir, Reutilizar e Reciclar.

Os modelos hoteleiros expostos não refletem de forma pragmática gavetas estanques. Como já havíamos dito, esta catalogação de tipologias de hotéis não invalida a existência de outras tipologias, e/ou de casos que facilmente podem ser confundidos com os modelos previamente patenteados, ou que poderiam caber noutro ou em vários grupos – por exemplo: hotéis junto a aeroportos (hotéis de aeroporto), os hotéis casino, hotéis navio, etc. As conjugações e agrupamentos de modelos são, atualmente, práticas utilizadas nomeadamente pelos agentes turísticos e hoteleiros, por forma a planificar e gerir recursos e a vender o produto, que se encontra em constante metamorfose.

FIGURA 88 - SABER VER A ARQUITETURA, BRUNO ZEVI

FIGURA 89 - TEORIAS E HIST. DA ARQ., MANFREDO TAFURI

Capítulo III - Espaço Arquitetónico

De maneira a aprofundar o estudo dos hotéis e direcionando-nos para a compreensão do lugar da arquitetura neste contexto, foi necessário cruzar os modelos base atuais e tentar descortinar para além das evidências… Questionámo-nos desde logo sobre os modelos conhecidos. Tentámos sondar e percecionar alguns dos princípios basilares da arquitetura, que reconhecidamente se evidenciam como mais-valias qualificadoras do espaço arquitetónico. Procurámos demonstrar a importância da arquitetura e seu valor diferenciador na conceção do hotel, contribuindo assim para a dignificação da vivência dos seus espaços e necessariamente para o seu sucesso.

O conceito de qualidade em arquitetura não é estanque, nem normativo – muito menos universal. Contudo, entendemos ser de veicular alguns conceitos correntes no domínio da arquitetura, historicamente consolidados, e genericamente consensuais. Recorremos à nossa sensibilidade, enquanto estudantes de arquitetura, e de forma mais sedimentada e substancial aos ensinamentos dos grandes mestres da arquitetura. Evocamos as suas obras e os seus tratados, aferindo quanto possível os valores e significações da arquitetura, e a forma como se revelam. Nessa sequência, conjeturámos e avaliámos as formalizações constantes na arquitetura dos hotéis e tentámos discernir quais valores de continuidade e de perenidade que se mantém nos programas hoteleiros – que soluções a arquitetura apresenta que nos permita com clareza distinguir uma boa resposta espacial e formal e que se diferencia do mero exercício de racionalidade geométrica e programática.

Perguntamos: será possível reter uma ideia, uma imagem *standard* de hotel e que se repete ao longo dos tempos? Corresponde-lhe uma configuração arquitetónica reconhecível e também constate?

Qualquer conceito que tente exprimir a verdadeira dimensão da arquitetura debilita, atento o caráter subjetivo da disciplina. Percorrendo à história da arquitetura vemos vários ensaios da sua definição. Contudo nenhum se revela verdadeiramente pleno e abrangente. Recorremos às abordagens teóricas dos nossos professores, dos nossos colegas, ao nosso juízo de valor perante arquitetura, lemos e relemos os teóricos modernos e os contemporâneos, como Zevi e Tafuri, e não encontramos uma definição suficientemente global e ao mesmo tempo clara. Talvez porque a arquitetura efetivamente transcende os padrões básicos da objetividade.

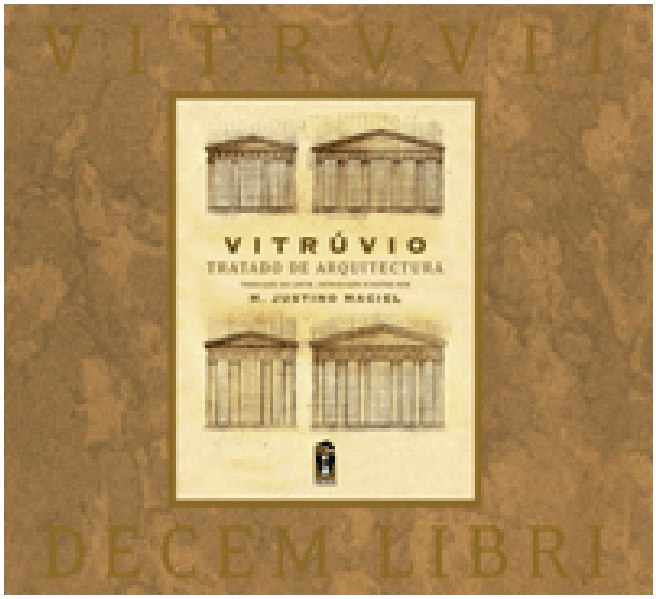


FIGURA 90 - VITRÚVIO: TRATADO DE ARQ., M. JUSTINO MACIEL

Toda a atividade humana que, para além da tecnicidade, inclui manifestações iminentemente artísticas não é mensurável, nem se define com objetividade. Continuamos contudo a socorrer-nos dos ensinamentos que nos chegam da antiguidade. Não obstante a distância temporal que nos separa dos pensamentos do mestre romano Vitrúvio, e apesar de inserida num contexto próprio, constituem ainda hoje a definição que mais recorrentemente é veiculada e reinterpretada e tida por universal.

Vitrúvio define a arquitetura através da reunião de quatro elementos fundamentais, sintetizando: 1) a ***firmitas*** (referente à estabilidade/resistência construtiva da arquitetura); 2) a ***utilitas*** (originalmente refente à comodidade e que ao logo da história se reinterpretou como associada à função/utilidade); 3) a ***venustas*** (associada à beleza e à apreciação estética) e 4) o ***decorum*** (associado ao respeito pelas tradições/ordens arquitetónicas e pelas regras).

Os princípios de projeto veiculados no tratado de Vitrúvio servem, não só para compreender a obra clássica, sob o ponto de vista historicista, mas assimilamo-los também em toda a obra arquitetónica. Se a estes princípios, que consideramos fundamentais da arquitetura, juntarmos outros conceitos, nomeadamente: espaço interior, luz, cor, textura, escala, integração, enquadramento, paisagem; então poderemos ter um menu de ingredientes capaz de nos informar sobre a qualidade (ou falta dela) da obra arquitetónica.

Podemos proceder a diversos ensaios (como fizemos) sobre o objeto arquitetónico hotel, testando-os em função dos princípios acima sugeridos. Constatamos pois que os hotéis para cumprimento dos seus requisitos, genericamente aproveitam na prática os princípios da lógica *vitruviana* de projeto e as demais matrizes concetuais apontadas. As soluções são mais ou menos doseadas em função de quem projetou e dos constrangimentos inerentes a cada obra - de ordem técnica, económica e programática.

Há no entanto uma característica que ressalta como fundamental, uma constante em todos os hotéis que abordámos. Invariavelmente e de forma transversal, todos os hotéis ao longo dos tempos e independente da tipologia e programa associados, elegem a ***utilitas*** como primordial. Será possível dizer que, quando falamos na arquitetura de um hotel, para além de *sólida*, de *bela* e de compatibilizar uma séria de expedientes, em primeira instância tem de ser útil. E essa utilidade encontra a plena realização na e com a beleza. A solidez deriva diretamente dos materiais e da tecnologia adotada para a construção e varia ao logo dos tempos, podendo ter caráter mais ou menos regionalista (hoje cada vez mais universal). A beleza em arquitetura é

porventura o conceito mais complexo de determinar e que maiores mutações tem sofrido ao longo da história. Ensina-nos a Estética (disciplina autónoma do ramo da filosofia que estuda os fundamentos da arte e do belo) que até cerca do período iluminado na arte em geral e em particular na arquitetura havia regras e cânones de beleza veiculados nesses domínios e que eram facilmente aprendidos e reconhecidos por todos. Atendendo a essa característica universal de gosto, era relativamente fácil apreciar uma obra de arquitetura sob o ponto de vista estético – conheciam-se as tábuas de valores, logo era possível avaliar-se a obra. Contudo, o conhecimento de uma obra arquitetónica hoje, por via de uma realidade sensorial de juízos de valor de belo ou feio não é tarefa incólume - pelo contrário. Não temos um conceito de beleza universal. Paradoxalmente o belo hoje pode ser o feio e o grutesco. Toda a forma de arte, onde incluímos a arquitetura, parte de manifestações e impulsos estéticos próprios e/ou induzidos, baseados num gosto aprendido, aculturado, mais ou menos trabalhado. O arquiteto a todo o momento acolhe e transmite valores estéticos baseado num processo idiossincrático evolutivo, mas cada vez mais baseado em valores múltiplos de belo, porque absorvidos de uma sociedade em ebulição constante, intensamente volátil e fragmentária. Obviamente que fundamentos estéticos que observamos na arquitetura moderna, pós-moderna e contemporânea estão longe de poderem ser analisados. Falta-nos o distanciamento temporal e cultural para que se possa fazer um juízo sobre essas formalizações. Dizer-se hoje que uma obra de arquitetura é bela é um exercício francamente pretensioso de apenas alguns. Aliás, o discurso corrente sobres esta matéria reserva-se cada vez mais a expressões do tipo: bem conseguido; interessante; resulta bem, e raramente se diz que determinada obra é bela.

Posto isto, importa dizer que, sob o ponto de vista estético das formalizações da arquitetura do hotel, não nos é de todo possível avaliar a qualidade. Quando muito, é-nos permitido considerar que nos identificamos mais ou menos com as soluções em presença, tendo como referência o nosso juízo de valor estético. Bem se vê que quando falamos de avaliação estética de um hotel entramos na ambiguidade e subjetividade.

As questões referentes à solidez colocam-se apenas no ato do projeto, quando se compatibilizam as soluções da arquitetura com as soluções das engenharias designadamente de estabilidade, da resistência dos materiais preconizados. Se antigamente se construía para uma vida (perenidade da obra) hoje o conceito de solidez remetemo-nos para ideia de uma robustez efémera. Não nos parece ser fundamental abalizar um hotel em função do conceito de

solidez, até porque dá-se praticamente por adquirido estar assegurada essa premissa fundamental.

Assim, as soluções de arquitetura de hotel que consideramos importante relevar são as que conseguem de forma eficaz responder cabalmente em termos funcionais e objetivamente resultam em qualidade das formas e dos espaços criados - espaços aprazíveis e confortáveis. Para tanto o arquiteto reinterpreta o programa e formaliza em projeto e obra, utilizando os argumentos concetuais e técnicos ao dispor – a integração urbana/paisagística, a escala, o dimensionamento, a luz, os enfiamentos perspéticos, as valências e as polivalências, as hierarquias estruturantes e funcionais etc., etc. A arquitetura de hotel está intimamente ligada a um sistema integrado de tomada de decisões complexas, muito amarradas a questões técnicas (não só as de desenho de organização do espaço e de cumprimento de premissas programáticas) mas muitas relacionadas com a complexidade de equipamentos, de infraestruturas, de segurança necessárias e de ordem legal e normativa. Certo é que a tudo isto acresce o exaustivo trabalho de pormenorização que, geralmente marca bem a diferença qualitativa de identificação e conforto. A dosagem dos argumentos arquitetónicos ajustam-se de forma mais ou menos elástica por forma a atingir em última instância os públicos-alvo. De certo modo, uma boa arquitetura de hotel é aquela que coerente e responsavelmente satisfaz o programa em termos funcionais, segundo padrões de eficiência sustentável (a vários níveis) e exigência de conforto e de qualidade dos espaços criados. Introduzimos aqui a ideia da importância do espaço interior que Bruno Zevi tão bem desvendou e que, de resto, sabiamente tem sido entendida seguida pelos arquitetos contemporâneos.

Não conhecemos uma matriz repetível, porque cada hotel é diferente. Podem repetir-se programas, conceitos, formas, espaços, sistemas construtivos e até pormenores, mas não se repete simultaneamente a época, o sítio, a paisagem, a luz, as pessoas…

Conforto, descanso, recato, intimidade, espaço pessoal, espaço interpessoal, espaço coletivo, convivialidade, lazer, prazer - são expressões que fazem parte de um léxico que necessariamente são atendíveis no ato de projeto de um hotel. Embora estejamos a conjeturar no domínio do sensorial, importa que o arquiteto saiba com peso e medida transmitir estas inerências às formalizações espaciais. A importância per si de cada espaço e as suas conexões à estrutura e hierarquia do conjunto torna possível discernir níveis de conforto e de qualidade em

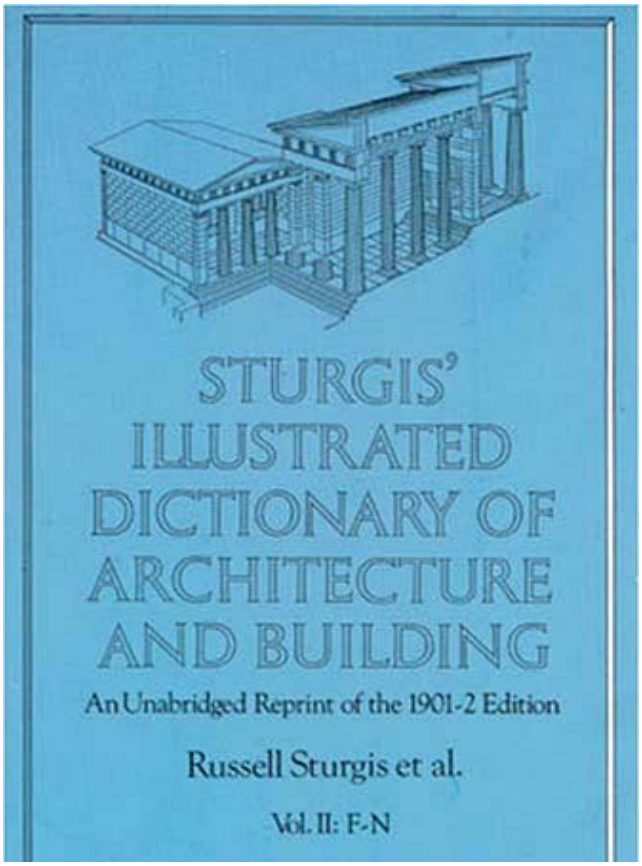


FIGURA 91 - DICIONÁRIO ILUSTRADO DE ARQ., RUSSELL STURGIS

função das diversas valências de um hotel. Espacializar bem os conceitos através da arquitetura, afirmar a importância e o valor diferenciador da arquitetura no edificação de um hotel. Toda a geometria que negue os valores de uso dos espaços, que não capte a sensibilidade e a importância desse equilíbrio sistémico condena e desqualifica a arquitetura.

Apercebemo-nos de que toda a estruturação de um hotel tem por charneira as unidades de habitação (quartos). Todas as demais funções e espaços, não obstante a sua importância, são complementos e acessórios de apoio a essas células de descanso. O papel da arquitetura nos edifícios hoteleiros deve procurar refletir com destaque os espaços principais do hotel - o quarto e posteriormente o fácil acesso às zonas de restauração. Mas um hotel não é apenas um equipamento que oferece alojamento e alimentação. Um hotel é algo mais complexo. Oferece também lazer e entretenimento que não são hábitos em espaços domésticos comuns. É o que Russell Sturgis, já em 1901, entendia que deve ser um hotel:

> *"A building arranged for and adapted to the propose of lodging, feeding, and caring for the wants of travelers, persons without domicile, or those desiring a temporary or permanent place of residence which shall not entail effort or responsibility, beyond a pecuniary one, on their part. The modern hotel should not only afford ample means of furnishing lodging and food to those seeking those necessities, but such privacy, comfort, luxury, or means of entertainment as may be secured in a private domicile, and in addition every means of carrying out the domestic, public or social functions of life. Further, it should afford means of offering diversion or amusement to those abiding under its roof, and may also present opportunities for the transaction of business within its walls; although shops should not be incorporated within the scheme, except in so far as they contribute to the daily actual needs of the guests – as might be maintained of a barber, hairdresser, news dealer, or ticket agent."* [23]

Por vezes, em grandes estruturas hoteleiras, são conseguidas várias zonas distintas ou com diversas abordagens de escala, funções e lógicas de polivalência de espaços, que apelam, ou provocam, exercícios de descoberta do objeto, numa verdadeira *promenade architecturale*.

Cada uma das áreas do hotel tem um papel bem determinado e contribui de maneira significante e significativa para o desempenho do todo, embora variem as valências e os respetivos graus de importância, de caso para caso. É geralmente na génese do programa e do projeto que se estabelecem as hierarquias funcionais do hotel e que são determinadas estratégias em função de modelos económicos, operacionais e de mercado que se visa atingir.

[23] (Sturgis, 1989, p. 410)

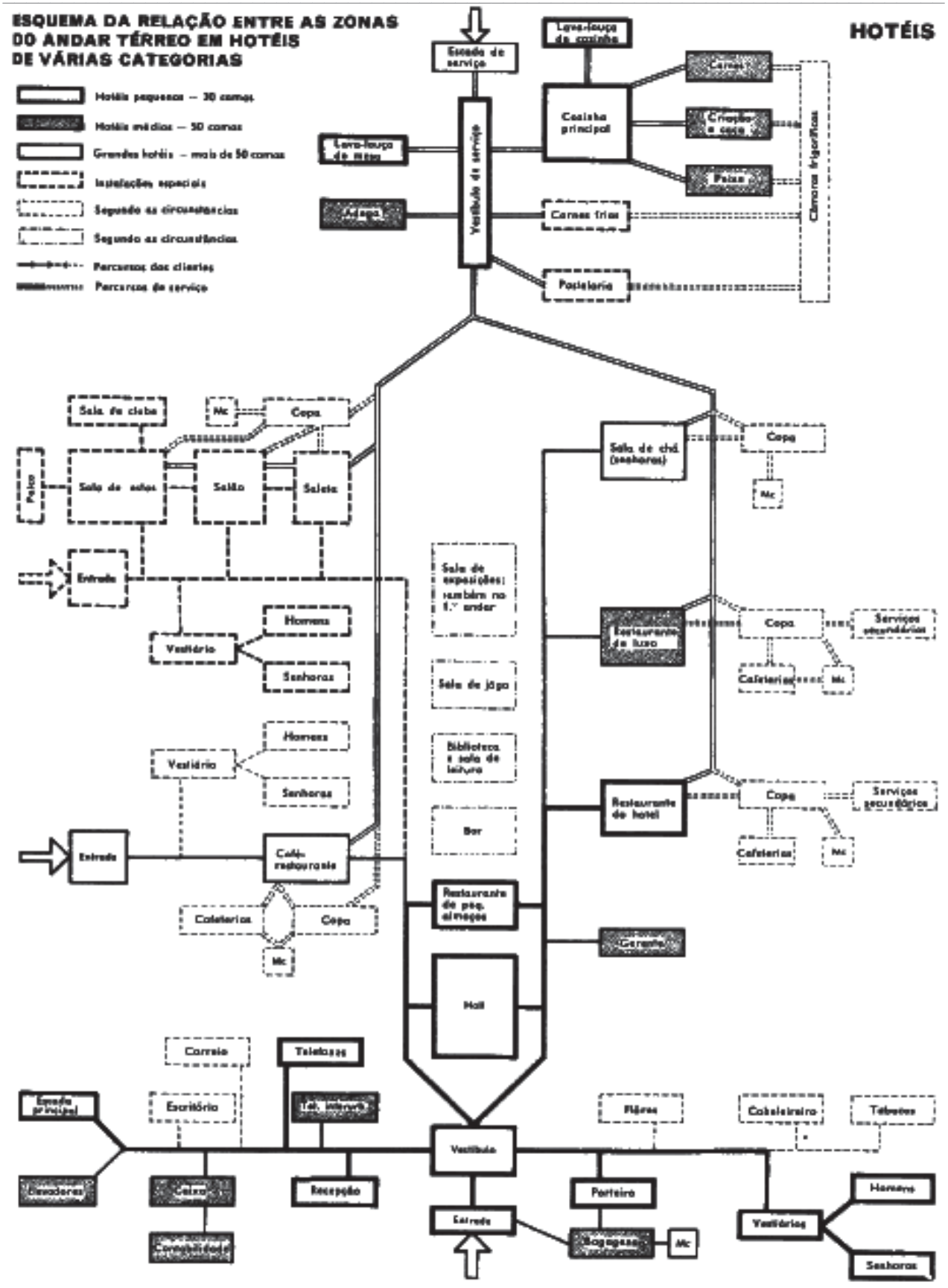


FIGURA 92 - ESQUEMA DA RELAÇÃO ENTRE AS ZONAS DO ANDAR TÉRREO EM HOTÉIS DE VÁRIAS CATEGORIAS, NEUFERT

Basicamente as áreas de um hotel são constituídas por:

> "- Área de hospedagem – andar-tipo (apartamentos e suítes tipo).
> - Áreas públicas e sociais (*lobby*, salas de estar, sala de TV sala de leitura, restaurantes, bares, salão de eventos, etc.).
> - Áreas administrativas (receção, gerências, reservas, marketing, contabilidade, recursos humanos, etc.).
> - Áreas de serviço (lavandaria, vestiários, manutenção, depósitos, etc.).
> - Áreas de alimentos e bebidas (recebimento, pré-preparo, câmaras frigoríficas, almoxarifado de A&8, cozinha principal, cozinha de banquetes, etc.).
> - Áreas de equipamentos (central de água gelada, subestação, quadros de medição, grupo motor-gerador, casa de bombas de recalque, caldeiras, etc.).
> - Áreas recreativas (quadras de *esportes*, campo de golfe, piscinas, parque aquático, marinas, etc.)".[24]

A inter-relação de cada um desses setores, sua posição estratégica, suas interdependências, a separação dos fluxos de circulação (hóspedes, público, funcionários e mercadorias), os pontos de controlo, etc., são objeto de cuidado estudo arquitetónico. Conhecem-se diversos modelos teóricos e práticos, sendo que, cada área do hotel é objeto de tratamento particular, em função de critérios específicos que cada unidade hoteleira e/ou operador entende por mais convenientes.

[24] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 91)

FIGURA 94 - HOTEL PREMIUM MAIA

FIGURA 93 - HOTEL PREMIUM PORTO

1 - A Base Funcional: *Standard*

Não há um estereótipo de hotel. Existem no entanto imagens estereotipadas e que nos podem ser úteis para a compreensão básica de hotel. A propósito disto, e a título de exemplo, apresentamos e comparamos dois casos vulgares (*standard*) de hotel. Tratam-se do Hotel Premium Porto e do Hotel Premium Maia. A escolha destes dois exemplos deve-se ao facto de ambos serem da mesma cadeira hoteleira, construídos em épocas distintas e com modelos base também diferentes. O primeiro é um *aparthotel* que abriu portas em 2010 e encontra-se perto no centro da cidade do Porto. Tem 5 pisos (um de estacionamento, um de serviços e três com quartos). O segundo situa-se no centro da cidade da Maia, é um hotel de convenções, abriu há cerca de 15 anos, e conta com acesso rápido ao aeroporto Francisco Sá Carneiro. Os quartos distribuem-se por 8 pisos, num total de 11 (um para estacionamento e dois para serviços). De certo modo, tanto um como o outro, correspondem a uma imagem estereotipada de hotel, que é traduzida por uma "caixa" em que os quartos se instalam ao longo de alguns pisos-tipo, e os restantes pisos são ocupados com as áreas complementares.

Como mostram as figuras 93 e 94.

A modulação das **áreas de alojamento** são habitualmente a primeira preocupação do arquiteto, devido á necessidade de delimitar e determinar o primeiro esboço da estruturação global do hotel e que permite aferir e acertar nomeadamente a sua implantação. Os módulos de quarto (quarto-tipo) e consequente andar-tipo surgem então como a forma ideal para materializar os problemas levantados pela implantação. Só perante essa definição se costumam confinar, numa fase mais avançada, as restantes áreas que compõem o hotel (áreas públicas e sociais, recreativas, técnicas).

Da análise exaustiva que fizemos a hotéis existentes, constatamos haver modelos *standard* padronizados de quarto. Com escala e dimensões que se repetem sistematicamente em hotéis de todo mundo. Apercebemo-nos também que tais modelos são o resultado de uma evolução paulatina, que a todo o momento tem sido aplicada e afinada. Não obstante variações ligeiras de adaptação que se detetam, certo é que tais modelos anunciam objetivamente o apuramento de uma racionalidade funcional. Ou seja, as dimensões mínimas de conforto e de organização espacial do quarto de hotel.

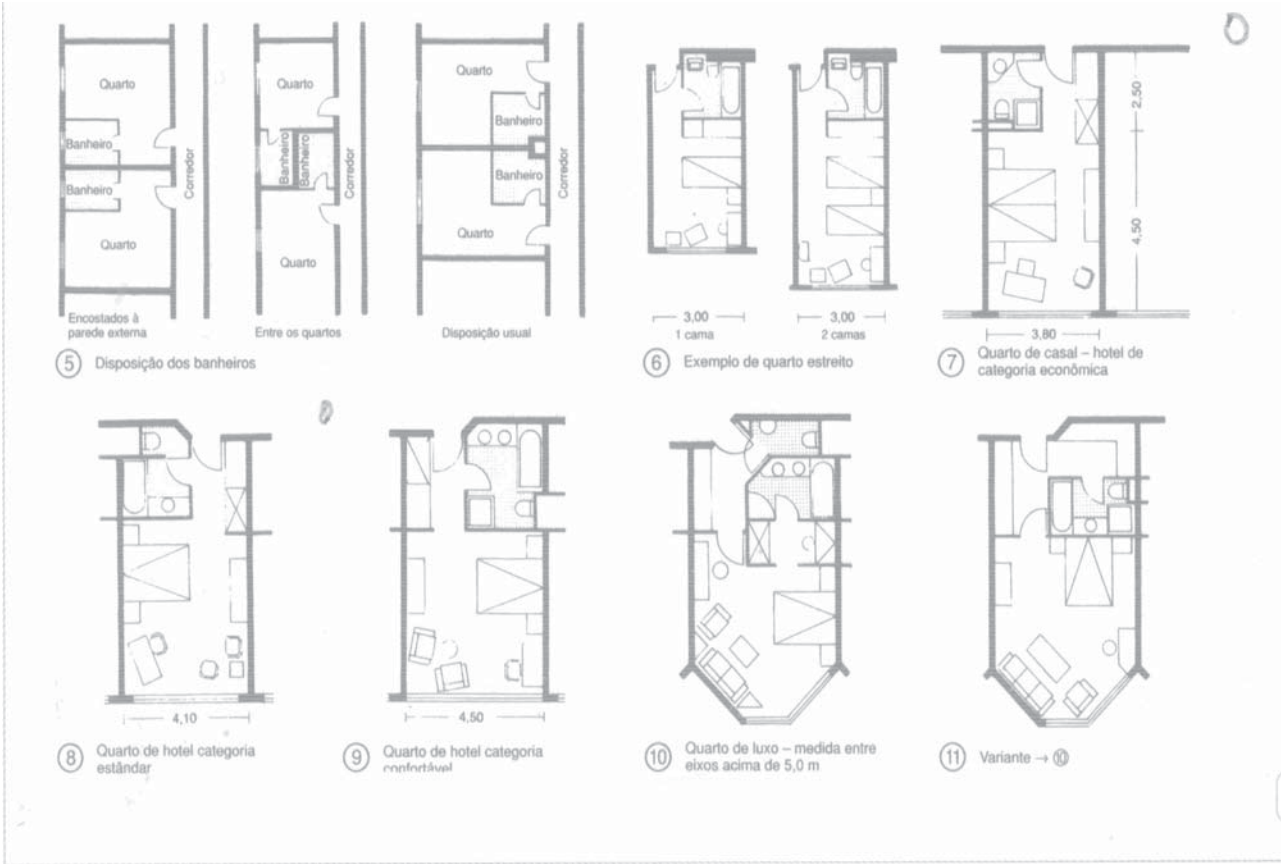


FIGURA 97 - QUARTOS-TIPO, NEUFERT

FIGURA 95 - QUARTOS-TIPO, HOTEL PREMIUM PORTO

FIGURA 96 - QUARTOS-TIPO, HOTEL PREMIUM MAIA

Na obra "Hotel: *Planejamento* e Projeto", os autores asseguram que há medidas padrão para a elaboração e organização de um quarto de hotel, quando dizem: "Pode-se afirmar que existe atualmente um padrão básico de quarto adotado nos apartamentos (constituídos por vestíbulo, *banheiro* e quartos) de hotéis em todo o mundo, cujas dimensões, com pequenas variações da ordem de 10 por cento, são 3,80 metros de largura por 5,50 metros de comprimento."[25]. Apesar do autor reconhecer uma variação na ordem dos 10%, dependo do caso e do local, estas medidas base simbolizam uma orientação estereotipada de hotel. Contudo, o mesmo escritor vai mais longe e, no que toca á variante dos 10%, afirma mesmo que o aumento da área de um quarto é materializado, vulgarmente, no seu comprimento, ao invés da largura de 3,80 metros. Estes ditos 3,80 metros devem permanecer intocáveis na opinião de Andrade, uma vez que garantem as medidas ideais mínimas para circulação entre as camas e a mesa situada á frente dela e ao mesmo tempo evitam uma "…redução do número potencial de apartamentos de uma frente de rua e em panos maiores de lajes e extensão de fachada, que encarecem a construção."[26].

Neufert propõe que esses 3,80 metros sejam a dimensão a considerar para um quarto de hotel de categoria económica. Por sua vez, um quarto de hotel de categoria *standard*, para *Neufert*, deve ter uma largura de pelo menos 4,10 metros e um comprimento sem uma medida concreta, mas com variações que vão desde os 5,85 aos 7 metros. Este dimensionamento que *Neufert* define para um modelo base e *standard* quarto (largura com pelo menos 4,10) é porque os 3,80 metros não geram espaço suficiente e confortável de circulação. A figura 95 ajuda a esclarecer este ponto de vista.

Por forma a encontrar-se um módulo ideal de quarto para um hotel, a sua composição base deve ter em conta quatro componentes, que tanto *Neufert* como os autores de "hotel: *Planejamento* e Projeto" referem. Primeiro - quarto de banho, geralmente acoplado imediatamente a seguir a porta de entrada do quarto; segundo - a localização da cama; terceiro – localização do armário; quarto – mobiliário complementar (uma pequena secretaria com uma cadeira e a(s) mesa(s) de cabeceira).

> "Lavabos num recanto, encostado a um tabique, ou melhor, a uma caixa de canalizações, com acesso por um corredor. (…) A cama e o armário devem-se encaixar de forma a libertarem a maior

[25] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 56)
[26] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 56)

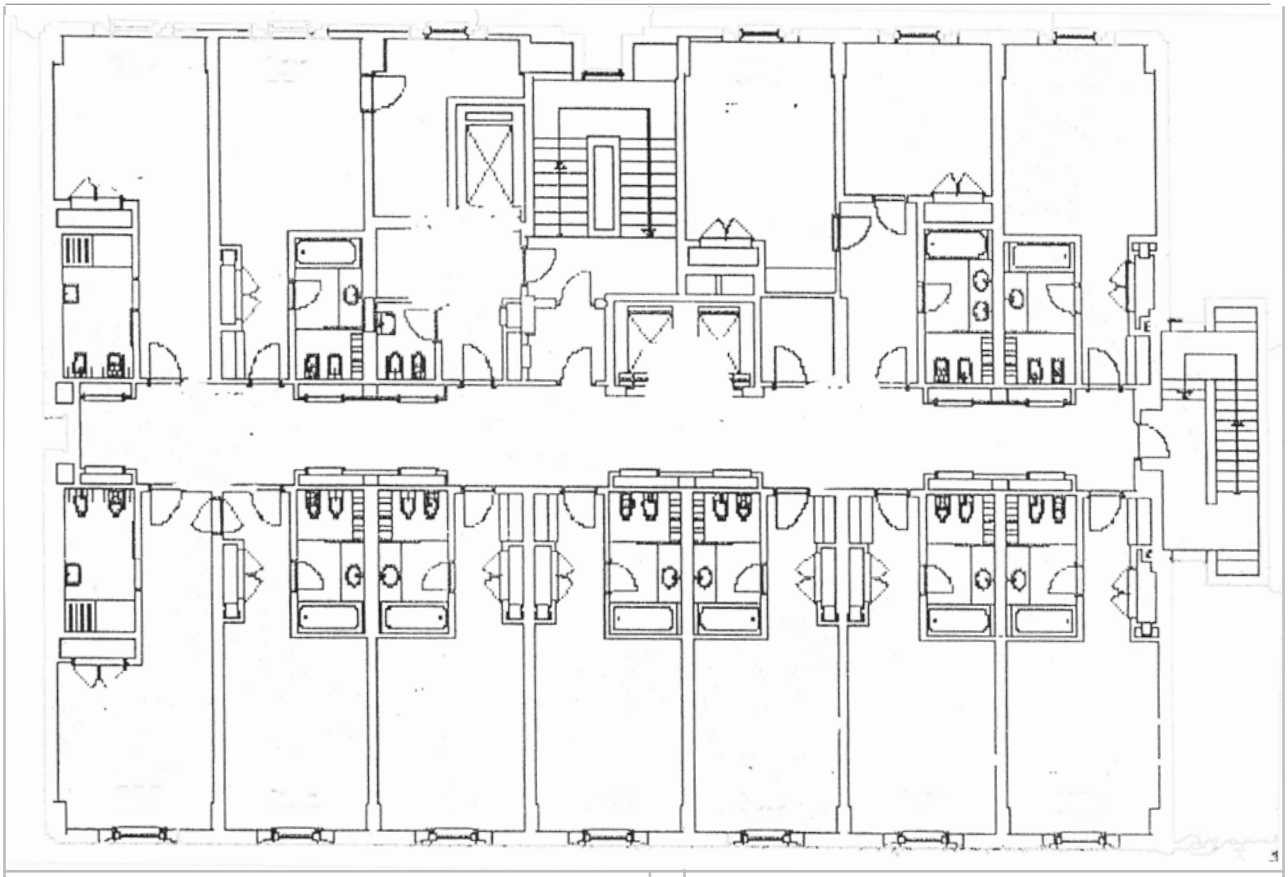


FIGURA 99 - PLANTA PISO-TIPO, HOTEL PREMIUM MAIA

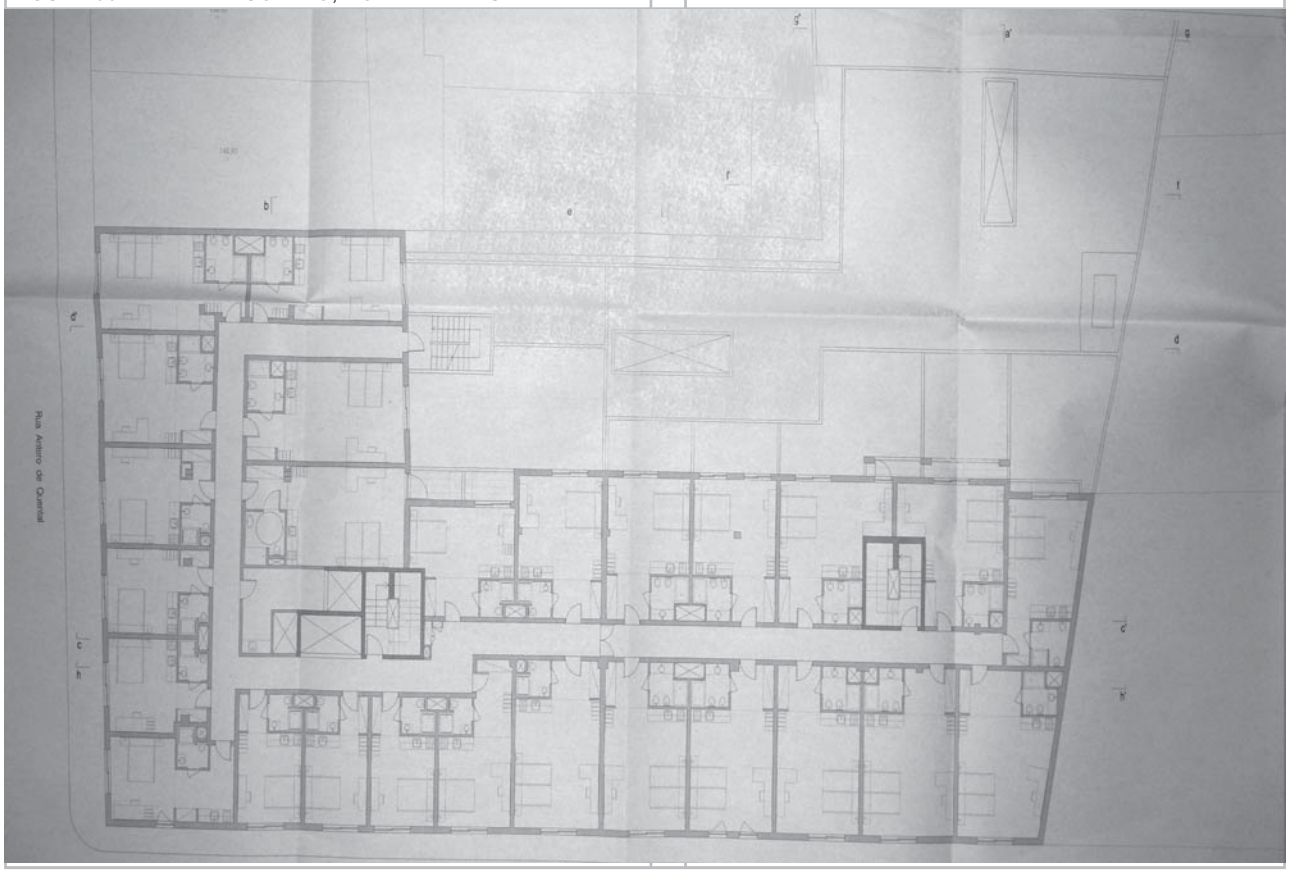


FIGURA 98 - PLANTA PISO 1, HOTEL PREMIUM PORTO

> área utilizável. (…) Mobiliário. Cama de 0,90 x 1,95, ás vezes rebatível sobre a parede. Nos quartos pequenos também costuma-se aproveitar como sofá. (…) Armário para fatos, roupa branca, chapéus e sapatos e também para roupa suja, de 60 cm de profundidade e largura> 50 cm, de preferência 75 a 100 cm. Mesa de cabeceira de 40 x 40 cm. Secretaria de 100 x 60 cm …"[27]

Depois de encontrado um quarto-tipo, este módulo é multiplicado, criando assim as bases para um andar-tipo de referência. Entenda-se que se trata da base do andar-tipo e não a sua configuração final, pois há mais condicionantes a ter em conta num projeto de um hotel, e este fica sempre sujeito a alterações – áreas de circulação, saídas de emergência, espaços de serviço paralelas às do público e que são utilizadas pelos empregados do hotel, etc.

Voltemos aos exemplos do Hotel Premium Porto e do Hotel Premium Maia para perceber as coincidências e as diferenças que a estandardização nos incute. Tanto no Premium Porto como no Premium Maia optou-se por quartos com áreas generosas. As tipologias adotadas em ambos os casos são semelhantes às referenciadas por *Ernst Neufert*, com o quarto de banho logo ao lado da porta de entrada, os armários embutidos e a restante área com espaço para colocar uma cama (ou mais) e a respetiva secretária. No caso do hotel do Porto, devido às limitações da implantação, o piso-tipo apresenta uma configuração em forma de "L" e os quartos são distribuídos ao longo de dois corredores principais. Por forma a possibilitar essa solução foi criado um pátio no lado interior, para abrir frente aos quartos que estão virados para dentro. (figura 98) Da multiplicação do módulo dos quartos-tipo resulta, então, esta implantação e a definição dos limites do pátio que se confina no espaço de dentro do quarteirão. O módulo que originou esta configuração dos quartos (e consequente andar-tipo) permite pequenas variações, muito por causa da abundante área que os proprietários fizeram questão que fosse uma particularidade do hotel. As variações, criadas por essa flexibilidade do módulo, permitem diferentes tipologias de quartos, distinguindo-se sobretudo suítes dos quartos mais vulgares, entendida pela maior área dos primeiros. Neste caso, a principal diferença na tipologia dos quartos está no último piso. Aqui, o módulo diverge do comum devido á posição recuada em relação á fachada, acabando os quartos por se guarnecer de uma varanda, ganhando também uma nova espacialidade. Porque se trata de um aparthotel de raiz, os quartos foram providos com uma *kitchenette*, de forma a responder a um público-alvo previamente estabelecido (com estadia prolongada).

[27] (Neufert, 1965, p. 334)

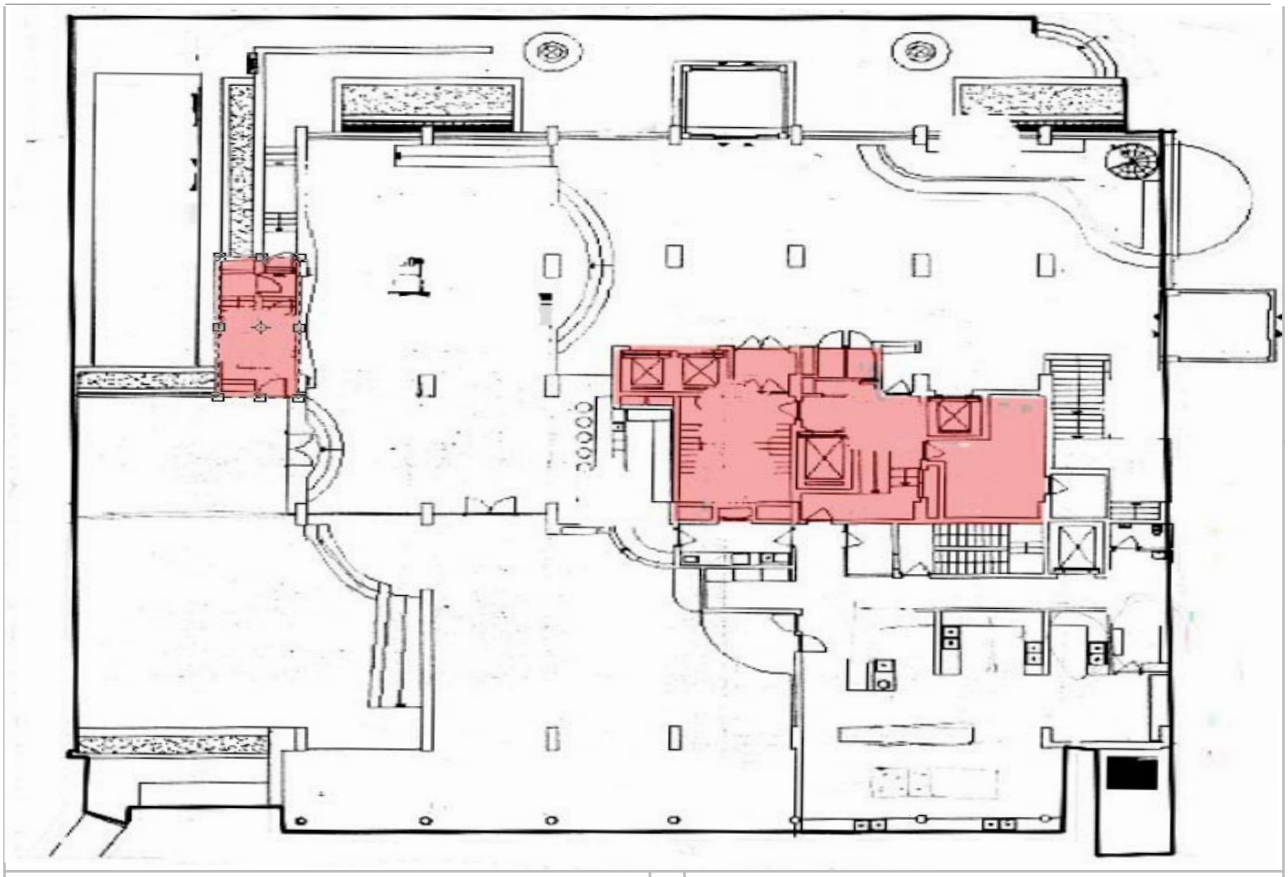


FIGURA 101 - NÚCLEO DURO, HOTEL PREMIUM MAIA

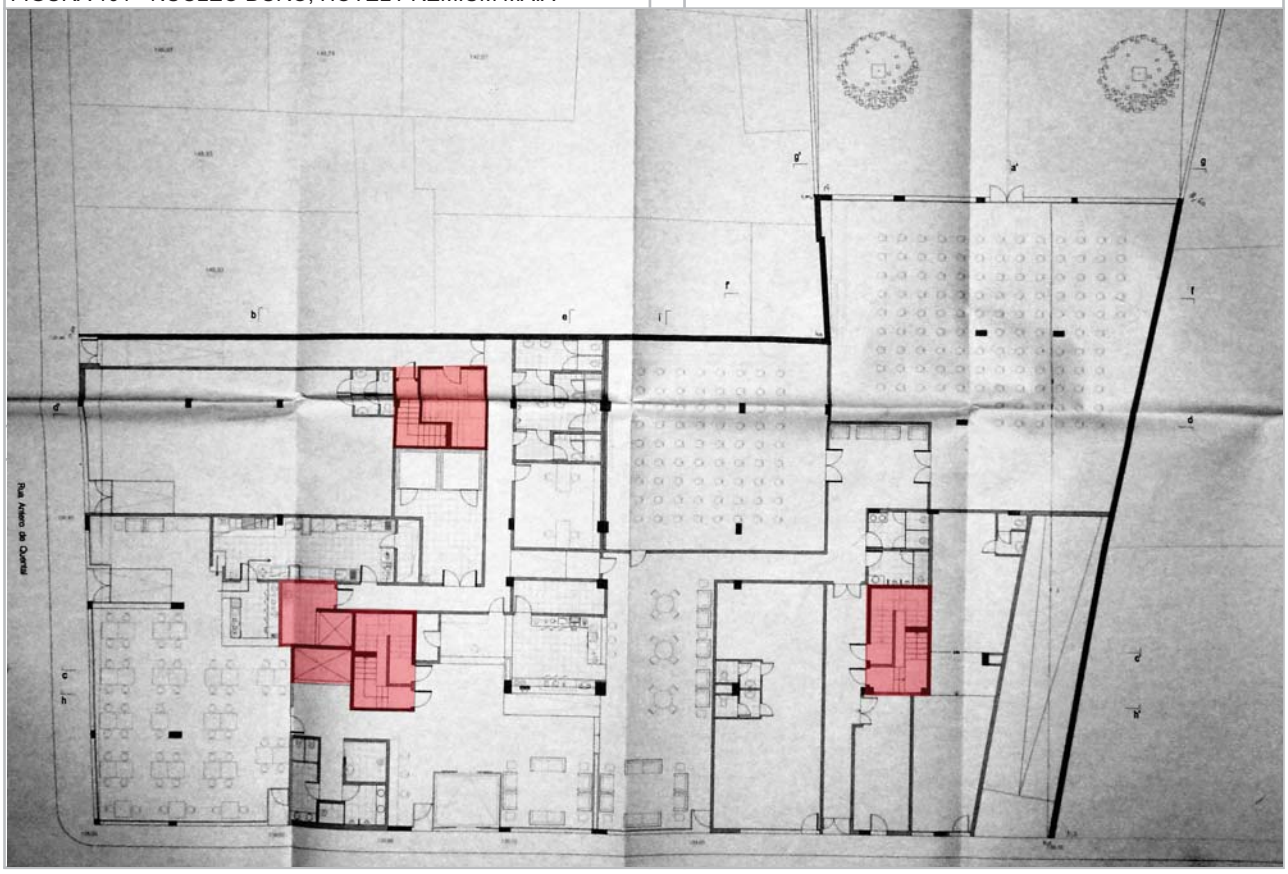


FIGURA 100 - NÚCLEO DURO, HOTEL PREMIUM PORTO

No caso do hotel da Maia, por outro lado, a implantação no terreno não teve obstáculos com edifícios contíguos e a preferência pelo local mais a sudeste do terreno foi, portanto, de livre arbítrio por parte do arquiteto. A opção, neste caso, passou por erguer um paralelepípedo maciço, dispondo os quartos ao longo de um único corredor, central, ao invés do "L" do caso anterior. Como foi referido, a tipologia do quarto é semelhante á tipologia do Hotel Premium Porto, repetida neste caso em particular ao longo do corredor, como já mencionado, e de ambos os lados. A exceção encontrada para diferenciar os quartos vulgares das suítes, no primeiro hotel, foi estabelecida no último piso de quartos com um módulo diferente. Neste segundo caso, da Maia, a exceção pretendida para diferenciar a suíte do quarto vulgar foi encontrada com a soma de dois módulos do quarto-tipo (junto á zona central de distribuição como mostra a figura 99. Na suíte, que resulta então da junção de dois módulos, há espaço para adicionar uma sala de estar ao habitual quarto, originando a suíte normal e a suíte presidencial (a presidencial com uma sala de maior área).

É necessário acrescentar que os andares-tipo têm que reservar espaço para zonas técnicas, adjacentes aos serviços complementares de estadia do hóspede. É também preciso contar com espaço suficiente para as distribuições verticais, garantindo nomeadamente fugas seguras em caso de incêndio (saída de emergência). A conjugação destas áreas é denominada vulgarmente como núcleo duro do hotel. Concretamente, o núcleo duro de um hotel é um espaço onde se articulam duas regiões, uma restrita aos funcionários - zonas de manutenção, um elevador de serviço, ambos para funcionários e os depósitos que ligam às lavandarias (normalmente localizadas no rés-do-chão ou no subsolo, como é relatado mais á frente) – e outra aberta ao público em geral - com as escadas e o(s) elevador(s) que fazem a ligação vertical dos vários pisos. As figuras 100 e 101, demostram os núcleos duros do hotel Premium Porto e Maia, assim como as saídas de emergência, que acabam por se conjugar de forma diferente nos dois casos, pelo facto da legislação ter entretanto sofrido alterações.

A espacialidade criada pelo ambiente dos quartos de um hotel é a principal imagem para o cliente. Por isso o tratamento do módulo é objeto de estudo mais aprofundado e tratamento decorativo mais elaborado, nomeadamente do mobiliário, com opções estéticas muito diversas de hotel para hotel.

Nos hotéis estudados neste capítulo, a grande distinção pretendida pelos promotores passou por oferecer quartos com grandes áreas. Apresentam-se com cores claras e a decoração é simples, sem o habitual exagero decorativo.

Segundo *Neufert*, os quartos de hotel representam entre 50 a 60% da área total de um hotel. Para autores de "Hotel: *Planejamento* e Projeto", essa área representa entre 60 a 85%.

As **áreas públicas e sociais** são as zonas que é necessário compreender imediatamente a seguir ao andar-tipo, pois seguem de forma geral a estrutura criada por ele e inserem-se em conformidade com essa estrutura. Lembramos que o tema não se faz acompanhar de uma regra e o que está em estudo é a perceção das áreas num hotel, diga-se, com uma imagem estereotipada. Nas áreas públicas e sociais é preciso distinguir algumas vertentes que a envolvem, nomeadamente o estacionamento, o lobby, a receção, o restaurante(s) e o bar(es). Eventualmente também áreas para eventos, que hoje são coisa comum, valências quase que indissociáveis de um hotel.

O estacionamento, porta de entrada e saída de muitos clientes, costuma localizar-se num piso inferior ao rés-do-chão do hotel. O ideal é que os estacionamentos fiquem quanto possível dissimulados ou mesmo ocultos (no subsolo ou ao ar-livre), embora estrategicamente situados com as acessibilidades próximas da entrada principal do hotel. Esta condição é importante porque, por um lado, a presença visível dos veículos não é compatível com a serenidade, recato e conforto pretendidos para os utentes, não sendo agradável a visibilidade dos veículos e, por lado, permite libertar espaço útil à superfície para outros usos mais *nobres*. No entanto convém lembrar a importância de serem garantidos lugares de estacionamento junto à entrada de um hotel, à superfície. A disponibilidade do número de vagas de estacionamento no piso térreo, num hotel, é um importante fator para a captação de eventos (turismo de negócios), mas também se torna fundamental para captar possíveis utilizadores das restantes instalações sociais (restaurantes, bares, áreas de reunião). Esse número de vagas não é fixo, mas deve respeitar a legislação em vigor e ajustar-se nomeadamente ao número de restaurantes ou bares que o hotel dispõe.

O *lobby* é para muitos autores o fator mais marcante num hotel, logo a seguir aos quartos, "… é a área que mais contribui para a imagem (primeira) positiva ou negativa do hotel…"[28] e situa-se, desta forma, no piso da entrada principal do hotel (habitualmente no rés-do-chão). O *lobby* reflete a própria imagem do hotel. A partir dele o cliente deve poder fazer uma leitura clara e imediata da estrutura funcional, compreender rapidamente funções essenciais como a receção, os elevadores, bares, restaurantes, zonas de eventos, zona de quartos, etc. O *lobby* é por excelência a charneira, onde intersectam ou de onde partem as acessibilidades para as diversas áreas de usos. Noutro ponto de vista, é frequente receber nos hotéis eventos sociais, culturais ou artísticos, e o *lobby* serve como antecâmera destes ambientes. Por isso o projeto de um hotel, sempre que possível, deve prever passagens e acessos autónomos para restaurante, bares e locais de reunião. Portanto, o planeamento do lobby deve ir de encontro das necessidades dos utentes, hóspede e não-hospede, e na sua organização devem atender a adequadas lógicas circulação, que não gerem conflitos.

> "Hall. É geralmente um pátio ou jardim coberto com claraboia, com acesso directo ao restaurante de luxo, ao restaurante de pequenos almoços (lugares para 25% do número de hóspedes), ao restaurante do hotel (lugares para 50% dos hóspedes) e ao café-restaurante (este último com entrada directa da rua)."[29]

A zona destinada á receção, situa-se junto ao *lobby* e á entrada principal do hotel. Trata-se de um espaço que deve ocupar um lugar digno, visto ser o primeiro contacto do hóspede com o hotel (*front office*). Os serviços administrativos servem muitas vezes de apoio á receção (*back office*), e costumam situar-se imediatamente adjacentes. Os espaços imediatos situados à frente da receção devem ser versáteis, e ter a capacidade de acomodar os clientes enquanto aguardam a sua vez de serem atendidos. Segundo *Neufert*, estes espaços devem ir para além desta matriz e satisfazer outras necessidades, podendo ser substituídos e articulados em salas de eventos se necessário.

> "As zonas de utilização geral agrupam-se correspondentemente numa ala do edifício, consistindo em 2 ou 3 salas sucessivas, que podem-se converter, com tabiques desmontáveis, numa grande sala de festas. Às vezes têm também entrada independente com vestiário e lavabos."[30]

[28] (Andrade, de Brito, & Jorge, 1999, p. 55)
[29] (Neufert, 1965, p. 332)
[30] (Neufert, 1965, p. 332)

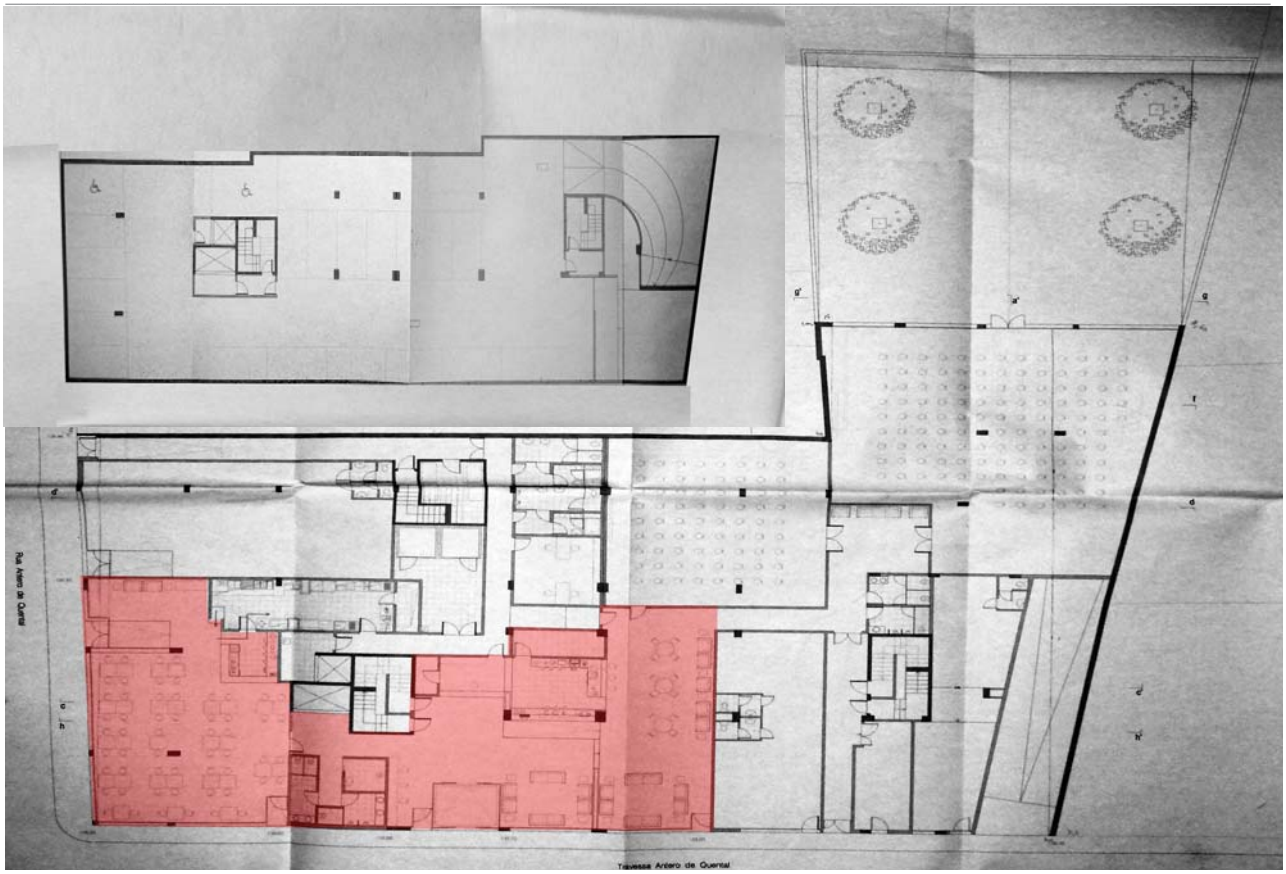


FIGURA 106 - ÁREAS PÚBLICAS/SOCIAIS E PLANTA ESTACIONAMENTO, HOTEL PREMIUM PORTO

FIGURA 104 - LOBBY, HOTEL PREMIUM PORTO

FIGURA 105 - SALA BAR, HOTEL PREMIUM PORTO

FIGURA 102 - ESTACIONAMENTO, HOTEL PREMIUM PORTO

FIGURA 103 - RESTAURANTE, HOTEL P. PORTO

Por fim, associado às áreas públicas e sociais, apresenta-se a zona da restauração, definida por restaurante e bar. O restaurante é um elemento que está presente em todos os hotéis, com a exceção da classe *low-cost*. Embora muitas vezes o restaurante não apresente o lucro que justifique o seu investimento, um bom restaurante é atualmente um fator de qualidade para uma diferenciação e avaliação mais positiva do hotel. Os autores de "Hotel: *Planejamento* e Projeto" defendem a teoria que não existe uma medida-base para o seu dimensionamento, mas deixam a sugestão de o número de lugares do restaurante estar em consonância com o plano de viabilidade e a taxa de ocupação prevista. Por sua vez, *Neufert* refere lugares para 50% dos hóspedes.

O bar também é vital para um hotel, e geralmente está associado a uma ambiência de convício e estabelecimento de encontros e contactos de sociabilidade. Este, para além garantir serviço de cafetaria e bebidas, deve conter espaço para preparar e/ou confecionar comidas rápidas.

Restaurante e bar devem situar-se junto ao *lobby* e receção, ou numa lógica funcional que possibilite receber simultânea ou separadamente hóspedes e não-hóspedes.

Usando o Hotel Premium Porto e Premium Maia como exemplo explicativo das matrizes relatas acerca das áreas públicas e sociais é possível mencionar que essas áreas se ajustam aos modelos apontados por *Neufert* e outros autores. No Hotel Premium Porto o estacionamento surge no andar abaixo do piso de entrada, no subsolo. Existem também, em conformidade com o que foi descrito, espaços de estacionamento em frente á entrada principal do hotel. Esta encontra-se num ponto central do projeto, com um *lobby* envidraçado e com um pé-direito bem dimensionado. Damos nota de que é habitual vermos hotéis em que o *lobby* é sobredimensionado, com pé-direito imenso, preterindo-se a escala humana por imagem que se quer dar de grandiosidade.

A receção encontra-se imediatamente á frente da porta de entrada e junto a esta encontra-se o bar (á direita), que assim permite á mesma pessoa que se encontra na receção a possibilidade de atender um cliente no bar. Junto ao bar e á própria receção encontram-se duas áreas de estar. Uma entre a entrada e a receção e a outra mais á direita, com uma clara ligação mais particular com o bar, uma vez que também o seu pé-direito é encurtado. As duas áreas de estar são ligadas por uma rampa e umas escadas com dois degraus, criando um claro limite do que é o *lobby* da receção e do que é um segundo *lobby* (do bar), que se encontra junto às salas

FIGURA 111 - ÁREAS PÚBLICAS/SOCIAIS, HOTEL PREMIUM MAIA

FIGURA 109 - SALA DE ESTAR, HOTEL PREMIUM MAIA

FIGURA 110 - RECEÇÃO/LOBBY, HOTEL PREMIUM MAIA

FIGURA 107 - BAR, HOTEL PREMIUM MAIA

FIGURA 108 - RESTAURANTE, HOTEL PREMIUM MAIA

de eventos do hotel. A espacialidade criada no *hall* deste hotel é marcada por esse desnível de pé-direito e pela luminosidade que os grandes vãos envidraçados conferem. A decoração preconizada (em tons de "vermelho-tinto" nas cadeiras e nos tapetes, contrastando com as madeiras que revestem algumas das paredes) marca o ambiente pretendido. Junto à receção, à esquerda, situa-se o restaurante. Todo ele também envidraçado, e com uma decoração semelhante á sala de estar do *lobby* principal. Contempla duas entradas distintas (uma para hóspedes e outra para clientes que vêm do exterior). De um pequeno hall sai a distribuição vertical, e também os quartos de banho de serviço. Em suma, o piso do rés-do-chão alberga todas as áreas públicas e sociais do hotel. (figura 106)

O outro exemplo que apontamos - Hotel Premium Maia – que reflete também a matriz dos modelos *standard*, apresenta configurações das áreas públicas e sociais em tudo semelhantes às do hotel anteriormente descrito. As grandes diferenças dignas de registo estão no *lobby*. Este apresenta área e pé-direito de maior dimensão, além de uma entrada secundária, visível à esquerda da entrada principal e que liga à zona de eventos do hotel. (figura 111)

Todas as superfícies pertencentes às áreas públicas e sociais de um hotel são concretizadas de forma a dar conforto ao hóspede. Portanto o elemento central de um projeto de arquitetura de um hotel é o cliente, e todo o ambiente e toda a espacialidade sensorial e visual projetada deve ter em conta o seu bem-estar, comodidade e deleite.

A matriz das características arquitetónicas das áreas públicas de um hotel deve procurar ser clara, favorecendo desta maneira a espontânea interpretação por parte de quem vai vivenciar os espaços. Mas a arquitetura procura também que estes espaços tenham uma ousada espacialização, afastando-se dos cânones seriados e estereotipados. Com isto queremos dizer que é fundamental a adequada programação da utilização de cada espaço. Para tanto faz-se uma análise criativa de anseios e conflitos de necessidades, produzindo uma imagem integradora do espaço, sentida e perpetuante. Rui Barreiros Duarte referindo-se acerca do tema "habitar" (tema com afinidade ao nosso, em estudo) diz:

> "… há que considerar o público, que é um utilizador plural com espírito de grupo, o que implica uma maneira adequada de organizar e tematizar os espaços tornando-os apelativos, legíveis e apropriáveis por todos."[31]

[31] (Duarte, 2006, p. 6)

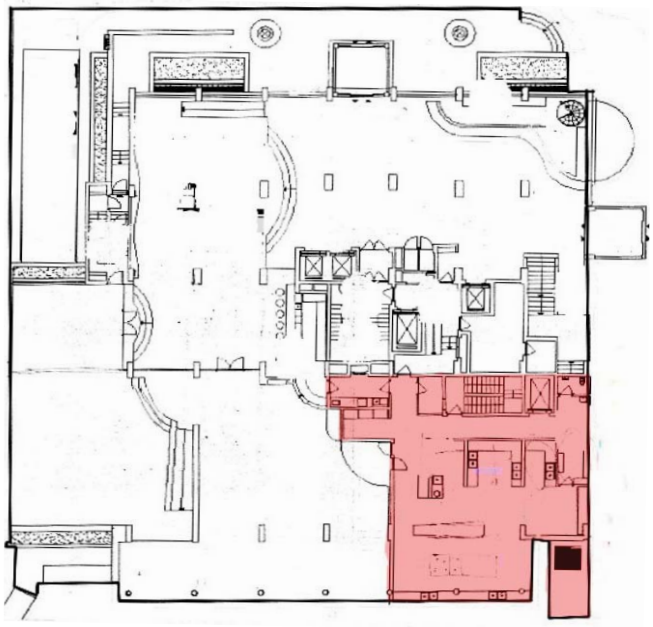


FIGURA 113 - ÁREAS DE APOIO E ÁREAS TÉCNICAS, R/C P.MAIA

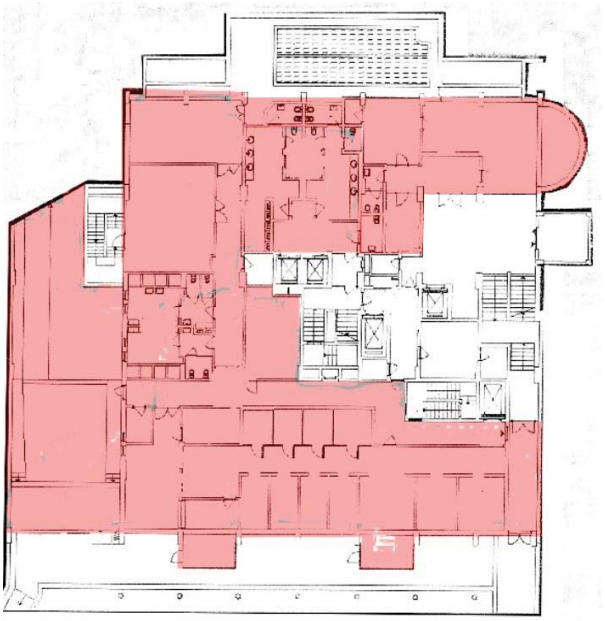


FIGURA 114 - ÁREAS DE APOIO E ÁREAS TÉCNICAS, -1,P.MAIA

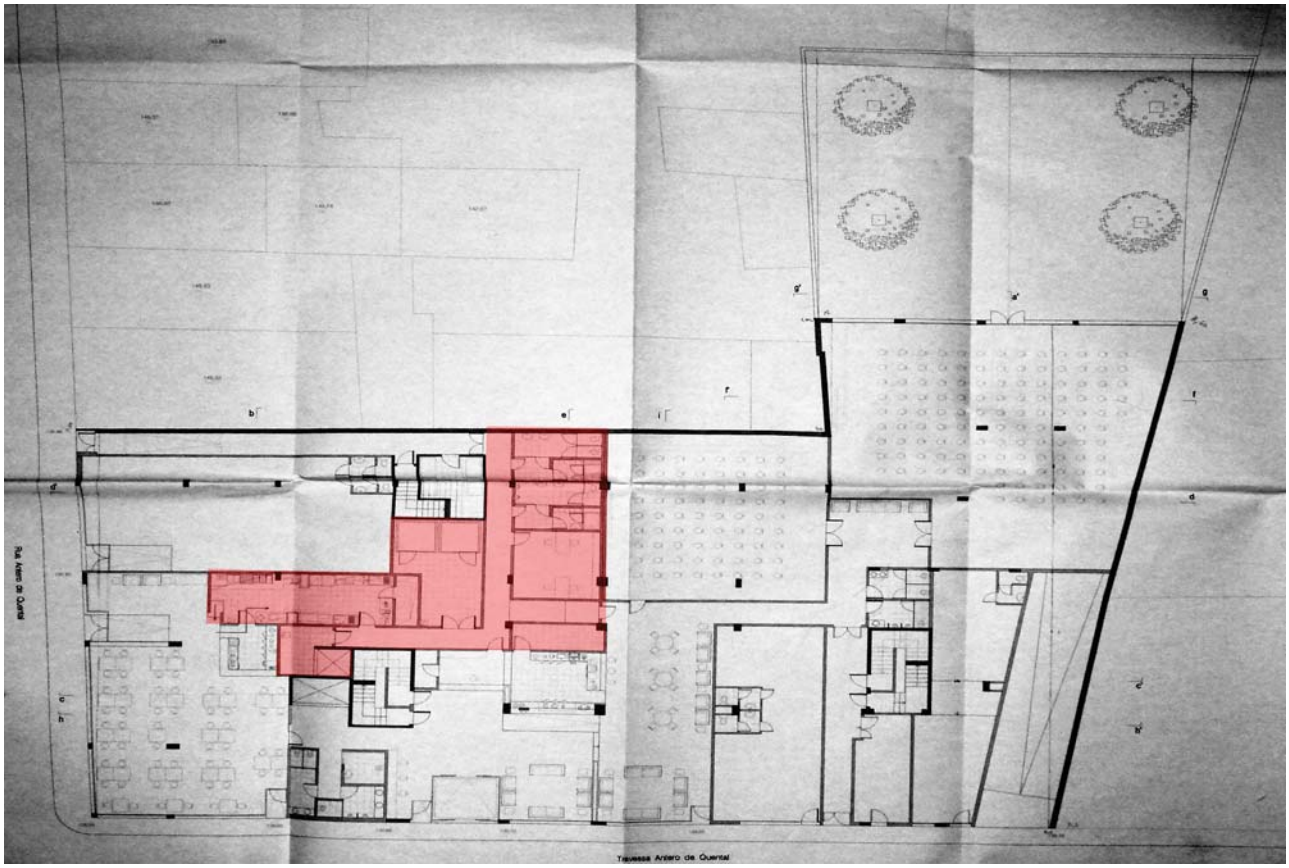


FIGURA 112 - ÁREAS DE APOIO E ÁREAS TÉCNICAS, R/C, HOTEL PREMIUM PORTO

As **áreas de apoio** (de serviço) e as **áreas técnicas** necessárias para o normal funcionamento de uma unidade hoteleira, são tema geralmente menosprezado e marginal no discurso arquitetónico corrente. Contudo, constatamos que estes espaços são cada vez mais, e cativam grandes áreas (essencialmente determinadas por crescentes imposições legais e regulamentares), obrigando a considerá-los, desde a génese do projeto, para que a sua articulação no conjunto resulte convenientemente.

Os espaços de apoio como cozinhas, zonas de pré-preparação, camaras frigoríficas, copas, lavandarias, arrecadações, vestiários dos funcionários, depósitos de manutenção, etc. situam-se geralmente em áreas menos nobres (no miolo das construções e/ou em pisos de cave e subcave) mas necessariamente com fácil acessibilidade desde o exterior. Fazem parte de circuitos internos de acesso privado dos funcionários e localizam-se estrategicamente na articulação com as áreas que diretamente apoiam. Estes espaços convenientemente conectados por uma série se infraestruturas, como elevadores de serviço (monta-cargas) que verticalizam nomeadamente as áreas de manutenção dos alojamentos e ligam tanto á cobertura - zona de maquinaria exterior: ar-condicionado ou geradores - como ao piso do estacionamento situado no subsolo - habitualmente onde se realização as cargas e descargas do hotel.

Os muitos equipamentos técnicos inerentes ao normal funcionamento do hotel (centrais de água quente e fria, subestação, os quadros de medição e controlo, o motores geradores, caldeiras, entre outros) embora fiquem dissimulados em áreas menos nobres, obrigam a uma criteriosa localização de acesso rápido e franco. Estão ligadas também ao núcleo duro do hotel. Para o seu acondicionamento são, não rara vez, necessárias medidas exigentes, nomeadamente em termos de térmica, acústica e segurança.

No caso do Hotel Premium Porto, as áreas técnicas são essencialmente distribuídas no piso da entrada e na cobertura. No Hotel Premium Maia, estas áreas são colocadas num piso inferior para além da cobertura como mostram as figuras 112,113 e 114.

Consideramos importante revelar aqui uma conversa informal com os proprietários dos hotéis Premium e com o administrador hoteleiro que tem a responsabilidade da gerência. Transmitiram-nos a seu desagrado e preocupação pelo facto de sistematicamente os arquitetos menosprezarem na fase de projeto questões fundamentais de funcionamento técnico dos hotéis. Consideram o papel do arquiteto como indispensável, refletindo-se num cuidadoso e rigoroso trabalho na conceção do hotel no seu todo e em particular nas áreas sociais e nas áreas de

dormir. Contudo, sentem haver um certo desprendimento e desvalorização quando tratam dos espaços técnicos de serviços, por falta de criterioso dimensionamento e organização espacial, denotando mesmo desconhecimento profundo sobre estas matérias. Estas áreas são vitais para o bom funcionamento do hotel, dizem. Por isso devem merecer por parte do arquiteto maior acuidade e destaque no ato de projetar. No caso particular, o gerente distingue as duas cozinhas dos hotéis como exemplo da falta de rigor de projeto, deficiências facilmente identificáveis mesmo para os menos atentos. No caso do Premium Maia, lembra, houve um claro cuidado na projeção da cozinha principal, uma vez que esta é dividida pelo fogão central, diversas mesas de apoio em torno do mesmo (com espaço para preparação dos alimentos), e acesso imediato às arcas frigoríficas (estas ao longo de um corredor com fácil acesso através de portas pivotantes), aos fornos e á copa-suja da cozinha. Para além disso a divisão entre a cozinha e o restaurante é estabelecida por uma antecâmera, prevenindo eventuais cheiros da cozinha para a ala do restaurante. No caso da cozinha projetada no hotel Premium Porto, apesar de ser mais recente, essa preocupação não é identificada. Nesta situação, a cozinha situa-se ao longo de um corredor afunilado com espaço para fogões e fornos apenas de um lado, sem a existência de mesas centrais de apoio, situando-se também a copa-suja no mesmo leque de informalidades, uma solução pouco saudável, diz o gerente. Além disso, as camaras frigoríficas encontram-se numa divisão diferente, e para o seu acesso é necessário sair da cozinha. Por outro lado não há uma segunda divisão física entre a cozinha e o restaurante, e só com muito cuidado se evitam maiores cheiros e ruídos entre as duas áreas de restauração (a cozinha e o restaurante).

Pretendemos com isto dizer, que no projeto de um edifício hoteleiro, para além de um rigoroso trabalho de equipa pluridisciplinar, onde o arquiteto garante a coordenação das várias engenharias de especialidade, deve ter o cuidado redobrado de aconselhamento técnico em áreas específicas que geralmente é transmitido por especialistas dessas áreas e muitas vezes apenas pelo inestimável conhecimento das boas práticas diárias de profissionais.

Por fim, de modo a ilustrar as relações e a natureza dos espaços e reconhecer as características arquitetónicas de um "hotel *standard*" é necessário referir-nos também às **áreas recreativas e polivalentes** que o hotel um comporta. E é principalmente neste tópico que os hotéis se distinguem, assumindo as características dos modelos-tipo que foram inumerados anteriormente (palace *hotel, hotel design, resort; boutique hotel, hotel de convenções, spas,*

FIGURA 116 - ÁREAS RECREATIVAS E POLIVALENTES, PISO 1, HOTEL PREMIUM MAIA

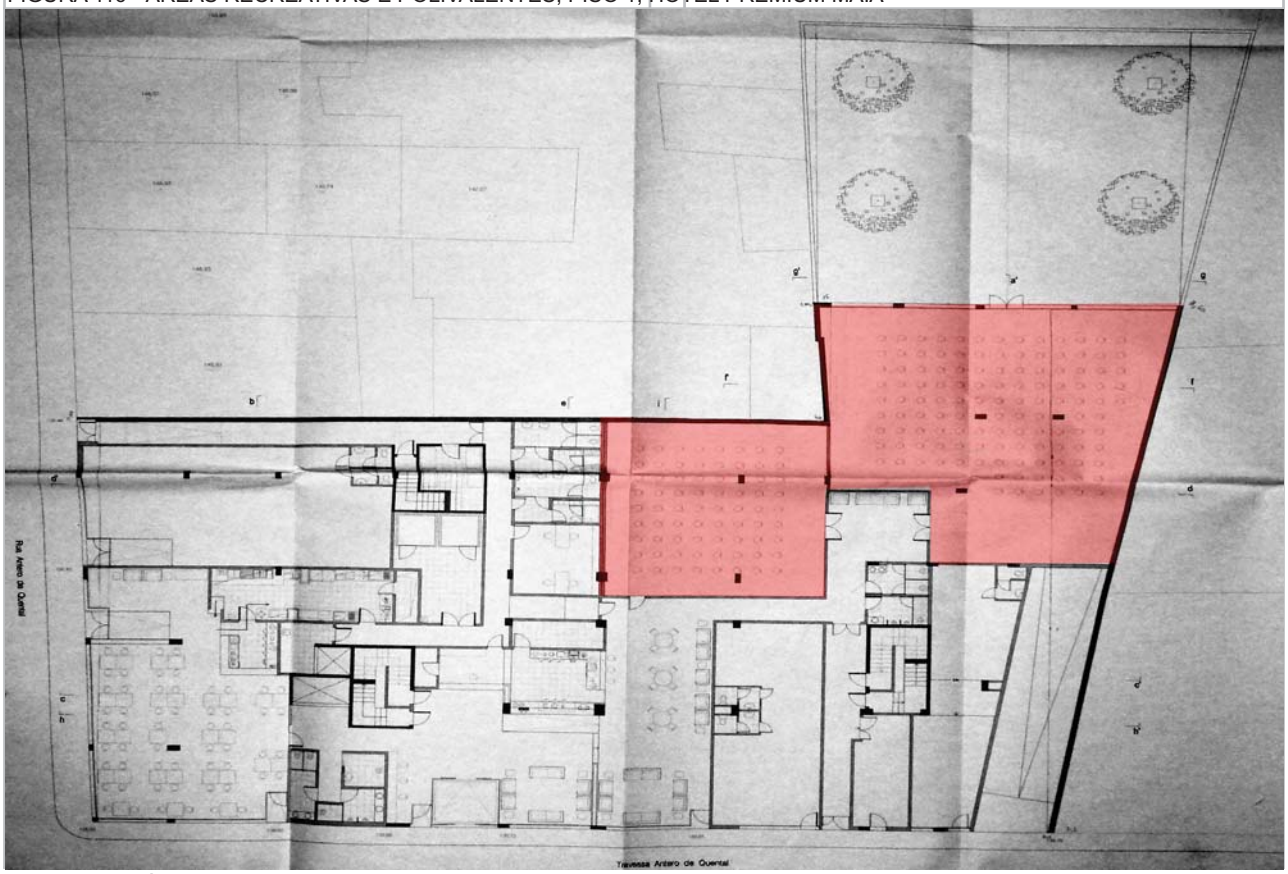


FIGURA 115 - ÁREAS RECREATIVAS E POLIVALENTES, HOTEL PREMIUM PORTO

aparthotel, low-cost, etc.). As áreas recreativas de um hotel apresentam-se de forma diversa, desde piscinas, a complexos desportivos como campos de golfe, quadras de ténis, spas, áreas para eventos. A escala e dimensão dependem basicamente do tamanho do hotel e do número de quartos que o compõe, e, consoante o modelo de hotel adotado, as áreas recreativas selecionadas são associadas às necessidades desse modelo.

O Hotel Premium Porto inclui espaços polivalentes para pequenos eventos, no piso da entrada, podendo ser utilizados para fins lúdicos ou para reuniões de trabalho.(figura 115).

O Hotel Premium Maia assume as características de um hotel de convenções, procurando oferecer todas as condições necessárias a receber grandes eventos. Soma portanto grandes espaços polivalentes para fins lúdicos, para reuniões, casamentos, feiras, entre outros. Estas áreas ocupam um piso inteiro do hotel e são providas com uma entrada particular e um elevador independente. O hotel tem ainda à disposição do utente um ginásio e uma piscina ao ar livre, criando desta forma as condições ideais para a prática do turismo de negócios.(figura 116)

A espacialidade conferida às áreas recreativas de cada um dos hotéis mostra a diferença de critérios que cada modelo impõe. É óbvio que as soluções de um aparthotel são distintas das que encontramos num hotel de convenções.

Quando se trata de oferecer condições de polivalência de espaços e áreas recreativas, a arquitetura geralmente responde de forma eficaz, criativa e qualificadora.

Surgem por vezes surpreendentes espaços com enquadramentos estéticos e paisagísticos, que garantem ao utilizador diferentes níveis de apropriação e identificação, dotados de conforto e relaxamento, etc..

A título conclusivo do presente capítulo, importa reter o seguinte: ambos os hotéis baseiam a sua estruturação em modelos *standard*, que facilmente identificamos. Possuem características semelhantes, distinguindo-se apenas e basicamente pelas suas áreas recreativas, que são características particulares da categoria de modelo que lhe está associada.

Se entendermos que ambos os hotéis em foco foram construídos em épocas diferentes e com modelos base díspares, será correto dizer-se que lhes reconhecemos uma base normativa e que a sua arquitetura reporta uma imagem *standard* de hotel? No presente capítulo observámos apenas estes dois casos. Daí, poder-se-ia dizer que sim.

No entanto, a arquitetura de hotel, embora vá constantemente beber aos ensinamentos normativos já testados, certo é que sempre soube reinterpretá-los e por vezes superá-los, apresentando soluções inovadoras, adaptadas aos novos constrangimentos, vicissitudes e necessidades. Um edifício, um hotel, é irrepetível noutro local. As variações e exigências sociais, culturais e de mercado alteram-se sistematicamente, e na leitura que fazemos da história da arquitetura dos hotéis identificamos essas mutações e os respetivos estratos temporais.

2 – Variações Tipológicas: o lobby, o quarto e a imagem

2.1 - Lobby

A arquitetura de hotéis é uma área vasta com soluções programáticas, funcionais, formais, estéticas e decorativas infindáveis. Quase que invariavelmente a identidade de um hotel revela-se essencialmente e de imediato no seu *lobby*. Aspetos como a grandiosidade, o aconchego, o conforto, a agitação, a tranquilidade, a decoração mais ou menos aprimorada, derivam dos jogos espaciais, de luz, de cor e texturas, de ritmo, conduzindo a ambientes fortemente condicionados e induzidos. É provavelmente no *lobby* onde se avocam as primeiras relações empáticas com o público-alvo, permitindo, ou não, a criação de identificação imediata que cativem o público-alvo.

Alguns autores[32] defendem que a dimensão que o *lobby* pode atingir é o aspeto mais significativo para o fomento e estímulo destas sensações. Por exemplo, um *lobby* de grandes dimensões pode incutir ao hóspede a sensação de estar num hotel maior do que realmente é. Por outro lado, um *lobby* de pequenas dimensões pode transmitir a impressão de aconchego e conforto (independentemente do número de quartos). De certa forma, a dimensão e os demais aspetos que constituem o *lobby* condicionam à partida uma relação identitária e que condiciona de forma indelével a ideia geral que se tem do hotel no seu todo. Não é despiciendo que o utente crie uma imagem primeira (e tantas vezes primária) da unidade hoteleira tendo por base o ambiente espacial que o *lobby* transmite. Ficámos plenamente conscientes de que muitas vezes o *lobby* revela uma identidade real do todo, contudo, reconhecemos também que muitas vezes o conteúdo espacial do lobby em determinados hotéis é um mero exercício de cosmética, indutor de um conteúdo ficcionado, ou distante de todo o contexto arquitetónico do hotel.

Por isso, a análise arquitetónica e de ambientes de um hotel não pode cingir-se apenas a uma crítica imediata e precipitada em relação à dimensão e à qualidade do seu *lobby*. Obviamente, fundamentamos e ajuizamos o valor arquitetónico do hotel tendo por base os diversos valores e dimensões, nomeadamente os de ordem funcional/programática, de enquadramento, mas essencialmente pelo seu resultado na composição espacial que poderá oferecer ou não ambientes confortáveis, aprazíveis e com os quais o utente se identifica de

[32] Andrade, de Brito, & Jorge

FIGURA 119 - LOBBY, HOTEL INSPIRA LISBOA, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

FIGURA 117 - EDIFÍCIO PRÉ-EXISTENTE

FIGURA 118 - FACHADA ATUAL, HOTEL INSPIRA LISBOA

facto. Temos pois de aferir sobre as diversas dimensões e escalas do hotel, sobre as atmosferas, sendo essencial perceber a sua tipologia e inerências na globalidade. Isto é, se o hotel se fecha para si, ou se abrange a envolvente (interior ou exterior). Por exemplo, um projeto de um hotel numa malha urbana com pouco interesse na envolvente exterior próxima, tem tendência a virar-se para o seu interior. A resposta arquitetónica neste tipo de situações traduz-se em hotéis com uma atmosfera própria e resguardada. As soluções mais habituais nestas situações exibem pátios interiores, por vezes a céu-aberto, ou espaços com áreas controladas, pé-direito baixo e vãos de dimensão moderada. Não é dado grande destaque à orientação solar, devido aos constrangimentos do sítio, passando esta a ter importância apenas para a projeção dos quartos (quando possível). Ganha vulto o trabalho da luz artificial, os jogos com os pés-direitos ou da cor. Por vezes, pequenos apontamentos do sítio com algum interesse são intensamente sublimados, nomeadamente provocados por enfiamentos perspéticos que os revelam.

O **Hotel Inspira Lisboa**, do gabinete Promontório Arquitectos, é um exemplo prático de criação de um ambiente *hostil*, próprio e em rutura com a envolvente exterior. O projeto parte do aproveitamento das ruinas da fachada de um palácio do século XVIII (fachada principal) e de uma fábrica em mau estado que se encontra nas traseiras do lote. A ligação com a envolvente é mantida pela fachada do antigo palácio. Contudo é o seu interior que fascina. Apesar de existir uma rutura clara com o exterior, a luz surge como um elemento primordial em todo o projeto. Cuidadosamente trabalhados, os efeitos luminosos do Hotel Inspira Lisboa, tornam-se vitais para o seu êxito funcional. O modo como a luz incide na superfície, assim como a sombra criada pela sua ausência ajuda-nos a perceber a forma e a textura de cada espaço. A figura 119, mostra uma perspetiva sobre o *lobby* do hotel. É possível observar um amplo corredor ao nível térreo, iluminado pela luz da claraboia. Devidamente controlada por lâminas de carvalho, a luz incidente da claraboia marca o percurso. A opção por colocar um ripado de madeira evita a entrada de luz direta e ao mesmo tempo confere ao *lobby* uma espacialidade de valor que uma vedação completamente envidraçada nem sempre possibilita. Refere *Lahuerta* que a luz em superfícies totalmente envidraçadas é simplesmente luz do dia, e só devidamente trabalhada é que se pode notabilizar na arquitetura.

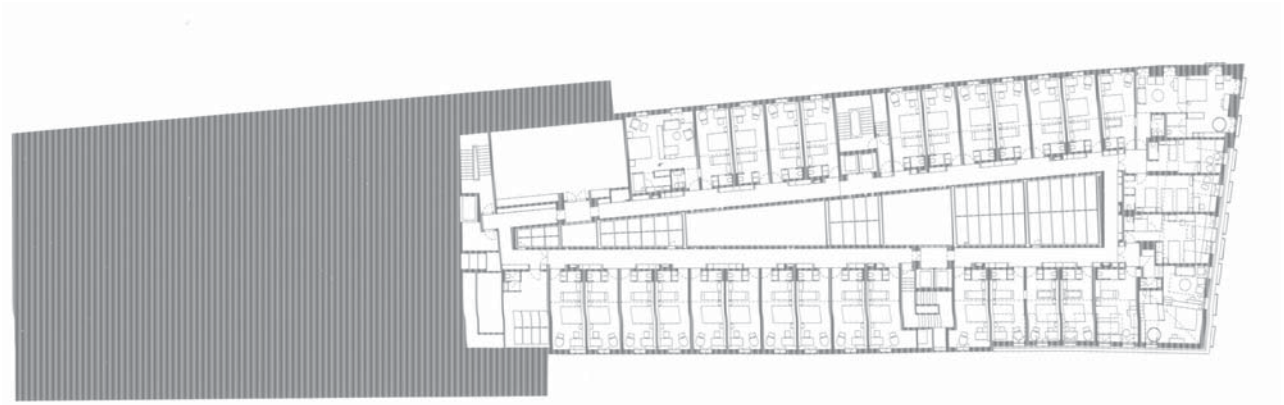


FIGURA 122 - PLANTAS PISO 1, HOTEL INSPIRA LISBOA, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

FIGURA 121 - PLANTAS PISO 1, HOTEL INSPIRA LISBOA, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

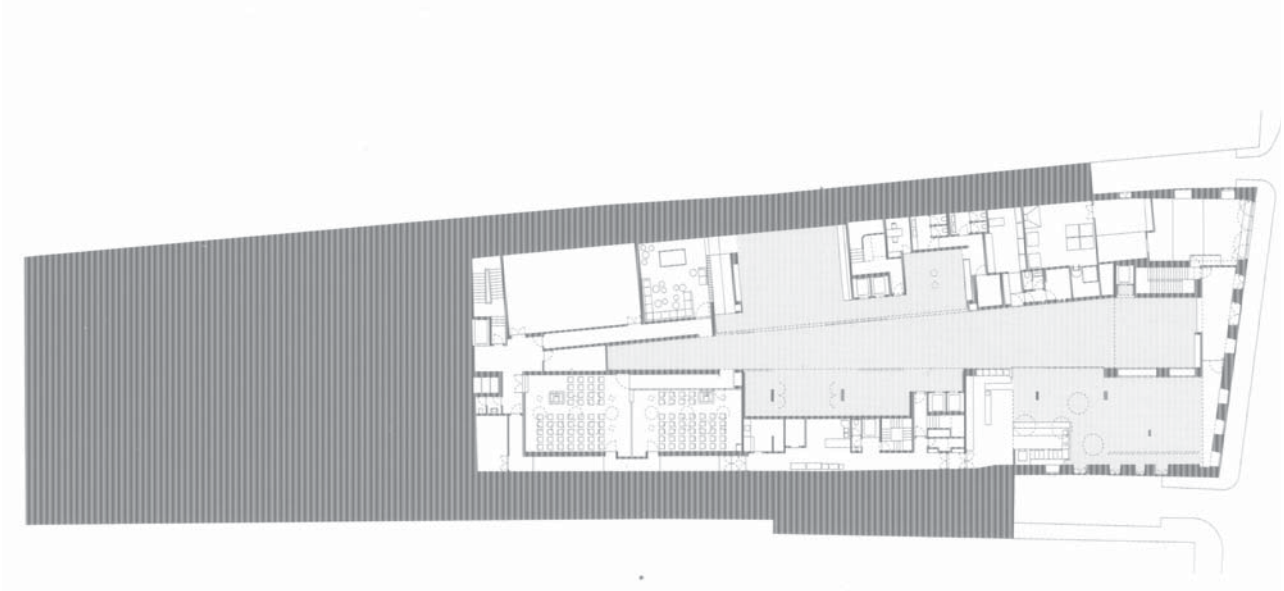


FIGURA 120 - PLANTAS PISO 0, HOTEL INSPIRA LISBOA, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

"a luz que entra nessa estrutura, é simplesmente a luz do dia, transparente e plana como o vidro, nem mais, nem menos. (…) As sombras dão valor à luz, contêm, entre outros maiores, o mistério da sua plasticidade…"[33]

De facto a luz proveniente da claraboia e que esbarra nas fendas do laminado de madeira, cria no *lobby* um ambiente e uma atmosfera com outro tipo de espacialidade. Um pouco à imagem dos *brise-soleil* que eram utilizados na Unidade de habitação de Marseille por *Le Corbusier*, e em muitas outras formalizações desde o modernismo, no Hotel Inspira Lisboa o laminado cria também uma linguagem arquitetónica do edifício. Desta feita uma linguagem interior, mas em que se pode ler ao longo do dia também as variações de direção e de intensidade da luz, criando sucessivos momentos de diversidade de ambientes.

Apesar da luz que se entranha pelo ripado de madeira, o *lobby* do Inspira Lisboa apresenta-se escuro. Muito devido ao controlo do *brise-soleil*, mas também pela plasticidade do carvalho. A madeira não se encontra presente apenas na cobertura, estende-se pelas paredes e auxiliam na definição do espaço volumétrico do *lobby*. O estilo e o caracter do hotel é assim composto por uma grande "caixa de madeira" que distingue claramente a área de receção das restantes áreas que surgem desse grande átrio. Estes espaços associados ao *lobby*, sala de estar, restaurante, auditórios e acessos aos quartos (nos pisos superiores) estão localizados nas laterais. Desmarcam-se do *lobby*, uma vez que o pé-direito é rebaixado e o revestimento com madeira é intercalado com paredes pintadas de branco. Trata-se de uma abordagem bem conseguida, já que a separação dos ambientes não se fica pela componente funcional, mas também estética em relação ao espaço central do *lobby*. A qualidade arquitetónica do *lobby* deste hotel marca bem a plasticidade e a importância da disciplina arquitetónica para a definição de um ambiente de qualidade indiscutível num hotel que se fecha para si.

O trabalho de reabilitação de um hotel exige que o arquiteto tenha uma compreensão real do modo que os materiais e as formas são reconhecidos pelo hóspede. Afirma *Philip Johnson* que a arquitetura é feita para as pessoas que preenchem um determinado espaço. O mesmo aplica-se na arquitetura de hotéis e ao desenho do *lobby* - "Toda a arquitetura é refúgio, toda a grande arquitetura é o desenho de um espaço que contém, acolhe, exalta ou estimula as

[33] Lahuerta citado por (Melendo, 2007, p. 5)

FIGURA 125 - HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE, ÉDOUARD FRANÇOIS

FIGURA 123 - LOBBY, HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE

FIGURA 124 - LOBBY (2), HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE

pessoas que o ocupam."[34] - no caso, essas "pessoas" são o público-alvo que o hotel pretende alcançar. O **Hotel *Fouquets Barrière***, em Paris, é um bom exemplo que responde a essas premissas. O hotel tem a particularidade de localizar junto aos Campos Elísios, uma das zonas mais prestigiantes da cidade e de se inscrever num lote de edifícios *Haussmanianos*. O arquiteto responsável pela obra, *Édouard François*, assumiu a tarefa de restaurar e reabilitar três edifícios dos sete que compõem o lote, de forma a dar corpo ao hotel. Os três edifícios têm em comum um jardim que é o elo de ligação do conjunto. O hotel vira-se sobretudo para o espaço interior, e as aberturas são feitas de acordo com as necessidades interiores. O *lobby*, de dimensão considerável, prima pela decoração arrojada e pelo trabalho da luz artificial à imagem dos palácios parisienses. A atmosfera criada pelo *lobby* do hotel é a marca de todo o hotel. Apresenta um pé-direito bem dimensionado assim como o espaço de receção e as áreas de estar que se encontram associadas. Dominam os tons dourados, os espelhos e efeitos do rococó do mobiliário, que criam um ambiente de "luxo" burguês. Note-se a importância de dimensionar bem o espaço (interior), rever e conferir as afinidades funcionais, mas também de criar um ambiente para um cliente muito particular. O mais ínfimo objeto tem de ter a mais rara beleza e qualidade, refere o arquiteto. O *lobby* do *Fouquests Barrière* pretende principalmente recriar um ambiente "clássico" e uma imagem das vivências parisienses da Arte Nova. Mas o destaque e o cunho do arquiteto revê-se na imagem exterior do hotel, como iremos referir.

Referimos o *lobby* do Hotel Inspira Lisboa como um modelo que brinca com luz e sombra. Um elogio á luz natural e à sua presença (controlada) no *lobby*. O Hotel *Fouquets Barrière* como um exemplo prático de um hotel auxiliado sobretudo pela decoração e trabalho da luz artificial. Contudo falta introduzir outro elemento – a cor. O trabalho da luz com a cor. Trata-se de uma matéria presente na arquitetura ao longo de sucessivas gerações. Nesta área, destaca-se o trabalho de *Barragán*. Refere João Mendes Ribeiro que é fascinante nos seus projetos a forma como consegue "domesticar" a luz e como consegue que seja fundamental nos espaços interiores. A analogia à obra de *Barragán* pode ser feita no *The Hotel*, do *Aleliers Jean Nouvel.*

[34] (Coles & House, 2008, p. 31)

FIGURA 129 - LOBBY, THE HOTEL, JEAN NOUVEL

FIGURA 130 - LOBBY (2), THE HOTEL, JEAN NOUVEL

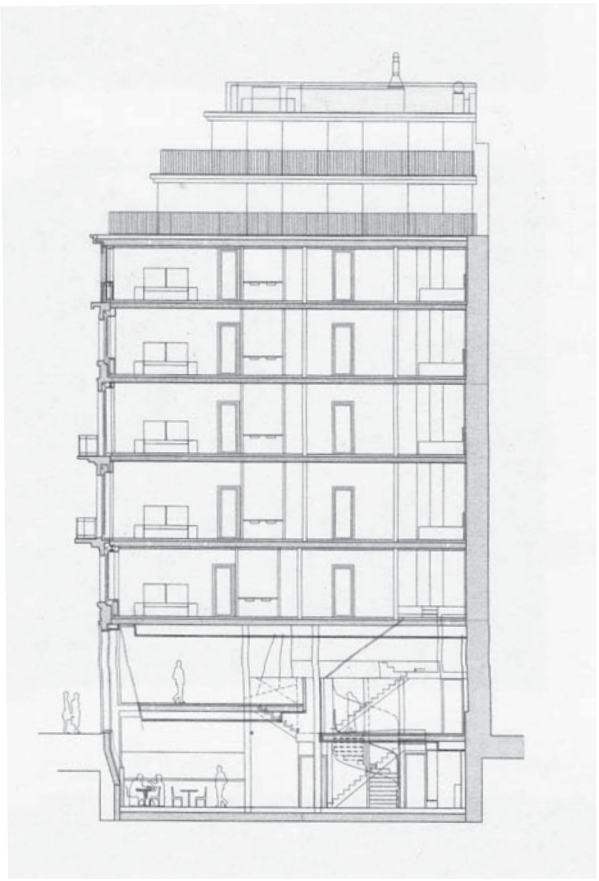


FIGURA 127 - CORTE VERTICAL, THE HOTEL, JEAN NOUVEL

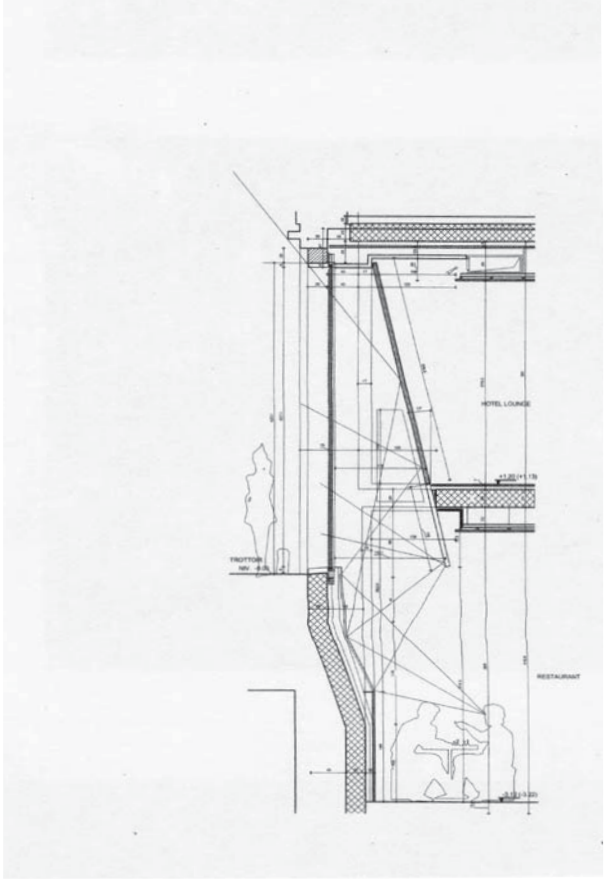


FIGURA 128 - PORMENOR ENTRADA DE LUZ, THE HOTEL

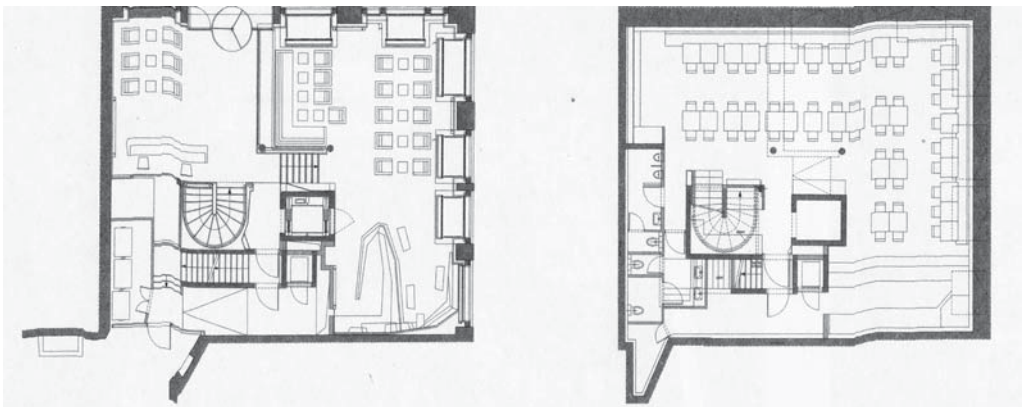


FIGURA 126 - PLANTAS PISO 0 E PISO -1, THE HOTEL, JEAN NOUVEL

O ***The Hotel***, em *Luzern* (Chile), é um hotel que se desmarca da concorrência pelo emprego da cor. "Era preciso encontrar outra coisa para atrair clientes e leva-los a escolher este hotel em detrimento de outro. Oferecer uma experiencia, poetizar um tempo de passagem."[35]. Assim como podemos observar nas obras de *Barragán*, o hotel vitaliza-se com a energia que nasce de constantes e inesperadas fontes de luz e cor. Os tetos estão pintados com imagens ligadas ao erotismo que acentuam uma dimensão de desejo ao hotel. A plasticidade dos espaços físicos interiores elogia tanto a simplicidade das formas como a elegância e o refinamento. No entanto, o *The Hotel*, não se fica pelo jogo de luz e cor. O *lobby* do hotel tem quatro níveis que permitem separar funcionalmente a receção, as áreas de estar, o restaurante e o bar. Esta solução destaca-se de uma abordagem feita em hotéis "*standard*" e cria uma ambiência de grande valor arquitetónico. Um pouco como o *raumplan* na Casa Muller (*Adolf Loos*), que constrói itinerários de observação. Apesar de a abordagem de *Adolf Loos* ter um contexto completamente diferente, abordando a problemática do espaço doméstico do século XIX (no início do século XX), os interiores *loosianos* foram matéria de interesse por diversos autores[36] - principalmente a relação interior/exterior. Uma característica das casas de Loos é inverterem-se para o seu interior. Refere *Colomina* que a casa *loosiana* é "Visível e visivelmente ignorada". As janelas são opacas ou cobertas por cortinas e o próprio mobiliário impedia o acesso às mesmas. O que acontece no *The Hotel* é similar. Também há uma rutura com o exterior. Não se trata de uma abordagem bruta como *Loos*, contudo é marcada uma distância com a envolvente. O corte vertical, (figura 128) dá-nos conta de uma solução para levar luz ao piso inferior do hotel. Mas também nos interroga acerca da vontade do hotel rejeitar o exterior.

O *lobby* do *The Hotel* é um exemplo fascinante da vontade do edifício interagir com o hóspede. Os jogos de luz e os diversos níveis que se distribuem ao nível do piso de entrada e do piso inferior evocam memórias do seu espaço interior vibrante.

A atmosfera e personalidade que um *lobby* de hotel pode proporcionar, não se limitam à sua análise estática e bidimensional. Mesmo quando não existem grandes dúvidas a este respeito, marcar posição em relação à variedade de estilos e padrões de "comportamento" que o

[35] (Pereira L. T., 2008, p. 80)
[36] Stanislaus von Moos ou Beatriz Colomina

FIGURA 133 - ENVOLVENTE BENESSE HOUSE OVAL, TADAO ANDO

FIGURA 131 - PÁTIO, BENESSE HOUSE OVAL, TADAO ANDO

FIGURA 132 - PÁTIO (2), BENESSE HOUSE OVAL, T. ANDO

caracterizam, influenciam também o perfil do próprio lugar de pertença. Os hotéis localizados em paraísos tropicais, locais de grande abundância natural ou junto aos centros históricos das cidades são encorajados a abrirem-se para a envolvente. As soluções arquitetónicas nestas situações permitem abrir grandes vãos para o exterior ou áreas com dimensões maiores, assinalando a presença da luz natural e a harmonia com a envolvente. Os espaços são por assim dizer "convidados" a interagir com a envolvente. Como refere *Nagy* "Arte só adquire sentido na medida em que mostra a luz na modalidade que lhe é própria. A luz como matriz da arte, a arte como arte da luz."[37].

O ***Benesse House*** **Oval** é um hotel que demonstra a comunhão entre o edifício e a envolvente. Trata-se de um hotel que é definido e define a paisagem. Situa-se numa ilha japonesa que faz parte de um projeto cultural, datado dos anos oitenta, e que visa transformá-la na ilha "da natureza, plena de arte". O efeito conceptual da implantação, em forma de elipse, cria "um outro mundo, através da geometria e de abstração da natureza"[38] com a ilha. Projeto de *Tadao Ando*, o Oval é composto apenas por seis quartos, uma cafetaria, duas áreas de estar e no seu interior nasce um pátio com a mesma forma elíptica do edifício. O carácter naturalista e de perfeita integração com a paisagem são destacados pela estrutura em betão à vista. Contudo, o mais curioso é o hotel não ter um *lobby* definido. E quer isto dizer que o hotel não tem identidade, plasticidade, uma atmosfera própria? Não! O hotel tem uma personalidade intensa e exclusiva. O contexto em que se insere, e a forma como se estabelece com a paisagem fazem com que hotel, por si só, tenha o seu próprio carisma. No entanto, o pátio interior é o elemento que marca a identidade do hotel. Metaforicamente, o pátio é o *lobby* do hotel. O facto de fazer do pátio o *lobby* do hotel, demonstra a intenção do arquiteto em não fazer um edifício de sentido mercadológico puro. Este retrato é realçado com a introdução de um espelho de água no centro do pátio. A forma elíptica, espelho de água, o impacto da luz natural e a plasticidade do betão à vista (tantas vezes presente na obra do arquiteto), dão um sentido transcendente ao ambiente do hotel."No interior do pátio o céu azul é emoldurado pela forma elíptica, refletindo-se depois na superfície do espelho de água do pátio, tranquilamente marcando a passagem do tempo."[39]

[37] (Moholy-Nagy, 2005, p. 17)
[38] (Pereira L. T., 2008, p. 144)
[39] (Pereira L. T., 2008, p. 144)

FIGURA 136 - SUITCASE HOUSE HOTEL, GARY CHANG

FIGURA 134 - INTERIOR SUITCASE HOUSE HOTEL, GARY CHANG

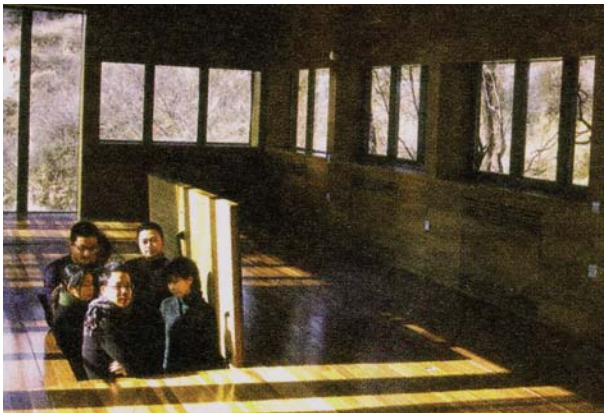


FIGURA 135 - INTERIOR SUITCASE HOUSE HOTEL, G. CHANG

A razão do *lobby* ser substituído por um pátio interior a céu-aberto foi primordial para criar um elo de uniformidade absoluta com a ilha. O *Benesse House* Oval é um caso original como é possível integrar um hotel na envolvente e tarjar a envolvente com o edifício. Todavia há hotéis que exploram com mais afinco a sua integração com o ambiente. O ***Suitcase House* Hotel** é sem dúvida um exemplo.

A *Suitcase House* Hotel é originalmente um projeto desenvolvido para habitação, no entanto passou a integrar-se num empreendimento turístico (*The Commune By The Great Wall*) e explorado como hotel, devido à flexibilidade dos seus espaços. O hotel tem a forma de um paralelepípedo, em estrutura metálica e revestido com painéis de madeira. A materialidade da madeira ajuda o edifício a misturar-se com a paisagem e os grandes vãos que percorrem todo o edifício criam uma perfeita relação de interior/exterior. Contudo, a "casa-mala" para além do respeito pela envolvente faz uma abordagem crítica à problemática do espaço doméstico, na arquitetura de hotéis.

O interior do hotel está cheio de recantos, painéis e alçapões, estruturas que mudam de posição segundo a finalidade que se deseja dar ao espaço. Esta abordagem no interior do hotel retira rigidez ao espaço, possibilitando gerir inúmeras relações. Por exemplo, uma parede impede a comunicação, um *"open space"* obriga ao convívio (figuras 134 e 135). "Questionando de forma decisiva a imagem tradicional da casa, o hotel pretende repensar a natureza da intimidade, privacidade, espontaneidade e da flexibilidade."[40]

Tal como no *Benesse House* Oval, o *Suitace* não tem um *lobby* definido. Podemos abordar a luz natural, a textura da madeira ou o cenário que o envolve, porém a identidade do hotel está estabelecida pela paisagem de painéis. As inter-relações criadas pelos painéis deslizantes podem ser facilmente adaptadas de acordo com o estado de espirito do hóspede. E é esse o ponto forte e que agarra o hotel ao local. Ou seja, não só o hotel tem uma atmosfera exterior, como pode ter uma infinidade no seu interior. A possibilidade de todos os espaços serem facilmente confundidos e a flexibilidade como se podem relacionar com a envolvente fazem do *Suitcase* um hotel desprovido de qualquer modelo *standard*. Como refere o arquiteto, *Gary Chang*, "O projeto não é novo, mas continua a ser encarado como um projeto inovador".

[40] (Pereira L. T., 2008, p. 44)

Dimensionar um *lobby* requer uma definição clara e funcional do espaço, independente da dimensão que adquira. Deduzindo que a Arquitetura resolve os problemas funcionais que surgem da definição de um *lobby*, fomos questionados com questões mais subjetivas. Nomeadamente a função criativa, emotiva e poética que a Arquitetura nos pode oferecer. Quer isto dizer que o projeto de arquitetura de hotel não se limita ao esclarecimento dos espaços como nos exemplos standard, mas também procura alimentar o seu conhecimento sensorial. *Zygmunt Bauman* diz que "Quando a identidade perder as âncoras sociais que a fazem parecer «natural», *predeterminada* e inegociável, a «identificação» se torna cada vez mais importante para os indivíduos que buscam desesperadamente um «nós» a que possam pedir acesso"[41]. A afirmação de *Bauman* aplica-se à hotelaria e à sua dinâmica. Como foi possível demonstrar pelos exemplos anteriores, a arquitetura pode conferir ao hotel uma afirmação de identidade focando pontos essenciais: Luz, sombra, cor, materialidade, plasticidade e flexibilidade.

[41] (Bauman, 2005, p. 30)

2.2 - Quarto e Linguagem Expressiva Exterior

A destreza e a criatividade dos arquitetos, assim como a capacidade de recriar, inovar e inventar novas tipologias são cada vez mais colocados à prova. A arquitetura é também por isso matéria importante para a definição do conceito de um empreendimento hoteleiro.

O quarto de hotel é, por ventura, o elemento primordial de toda uma estrutura hoteleira, o espaço de eleição – o refúgio, e, naturalmente, decisivo para o sucesso do equipamento. Outrora a sua espacialidade era por vezes desprezada ou regulada por padrões e medidas standard. Contudo o tratamento espacial de um quarto de hotel é hoje tendencialmente mais complexo. Há uma clara preocupação com a concorrência e outras componentes mercadológicas. Reinterpretar e refletir novos conceitos e formalizações espaciais são hoje propósitos e realidades constantes na novas poéticas espaciais na procura constante de novas abordagem tipológicas de quarto de hotel. A arquitetura absorve os cânones clássicos da tipologia de quarto e procura nessa essência outros fatores diferenciadores de espacialidade

Na verdade podem ser explorados conceitos e consequentes formalizações tão diversos de quartos de hotel, desde sumptuosos quartos do Dubai até a um quarto no cimo de uma árvore, desprovido de adereços e requintes aprimorados. Ambos poderão permitir reconfortantes (mas naturalmente diferentes) sensações de gozo e fruição.

A abordagem à tipologia dos quartos está habitualmente ligada à expressão pretendida para fachada do hotel. Note-se que por motivos essencialmente funcionais, a fachada de um hotel é composta pelas aberturas ligadas ao quarto. Como refere *Bruno Zevi*[42], o exterior de um edifício deve refletir o seu interior e apesar de muitas vezes não ter uma conexão direta, a(s) fachada(s) do hotel refletem o interior do quarto. Neste capítulo pretendemos demonstrar como a tipologia de um quarto pode acrescentar valor arquitetónico ao hotel e sobretudo como se relaciona na definição da imagem de um hotel.

A espacialidade dos quartos varia consoante o tipo e padrão de hotel. No **Hotel Inspira Lisboa**, os Promontório fizeram uma crítica "*desconstrutivista*" da tipologia padrão de quarto de

[42] Discurso constante de Zevi na obra "Saber Ver a Arquitectura"

FIGURA 140 - QUARTO-TIPO (3), HOTEL INSPIRA LISBOA, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

FIGURA 138 - QUARTO-TIPO, HOTEL INSPIRA LISBOA

FIGURA 139 - QUARTO-TIPO (2), HOTEL INSPIRA LISBOA

FIGURA 137 - CORTE TRANSVERSAL, HOTEL INSPIRA LISBOA, PROMONTÓRIO

hotel. Embora pese a decoração dos quartos, é de enaltecer a aposta numa solução que foge à regra. Ainda que o modelo seja o mesmo de um quarto padrão (hall, quarto de banho, cama), os quartos do Inspira apresentam uma variação na disposição destes elementos. Questionando mesmo o porquê de um quarto de hotel ter de ser sempre distribuído nesses padrões.

O quarto de banho, instalado na entrada do quarto, alberga apenas a sanita e um lavatório. A zona destinada ao duche é armada no centro do quarto e revestida a vidro transparente. Esta cambiante é necessariamente provocatória e impele para novas sensações, que não deixa os utentes indiferentes. O facto de colocar o chuveiro no centro do quarto é já uma mostra de irreverência pelos arquitetos, provocando e despertando novas sensações, nomeadamente de invasão da intimidade pessoal do hóspede. Poderá provocar reações momentâneas de repúdio e de fragilidade nas relações interpessoais, mas poderá também, por oposição, sublimar e realçar outras motivações sensoriais de intimidade, sensualidade e liberdade.

Esta solução indica claramente quanto é importante o perfeito entendimento da espacialidade, das vivências e da sua constante reformulação conceptual, mesmo que de forma subversiva e perversa. A materialização das ideias em arquitetura poderá significar a definição de ambientes diferenciadores, com os quais os utentes reagem empaticamente, com maior ou menor grau de identificação. Indubitavelmente, a solução do chuveiro no centro do quarto, cria uma espacialidade diferente, desde logo por esse volume ser transparente, gerando a sensação de o quarto ser maior. A luz oriunda do exterior também não esbarra nessa superfície e realça a fluidez do espaço.

A pureza e transparência que observamos no quarto do Inspira Lisboa são exteriorizadas para o alçado do hotel. Esta solução pode ser irrelevante e não ter conexão com os quartos do hotel. Nas reabilitações é hábito os projetos manterem os padrões e métricas originais da fachada antiga e dar-lhes uma cara “lavada”. No entanto acreditamos que há uma ligação interior/exterior no Inspira Lisboa, no sentido inverso. Possivelmente o quarto do hotel adquiriu essa transparência por força da imagem exterior do hotel. Esta relação interior e exterior, quarto e fachada, é mais visível no ***The Hotel***. A leitura que se faz do exterior reflete os jogos de luz e cor que presenteiam o hotel.

FIGURA 143 - QUARTO (2), THE HOTEL, JEAN NOUVEL

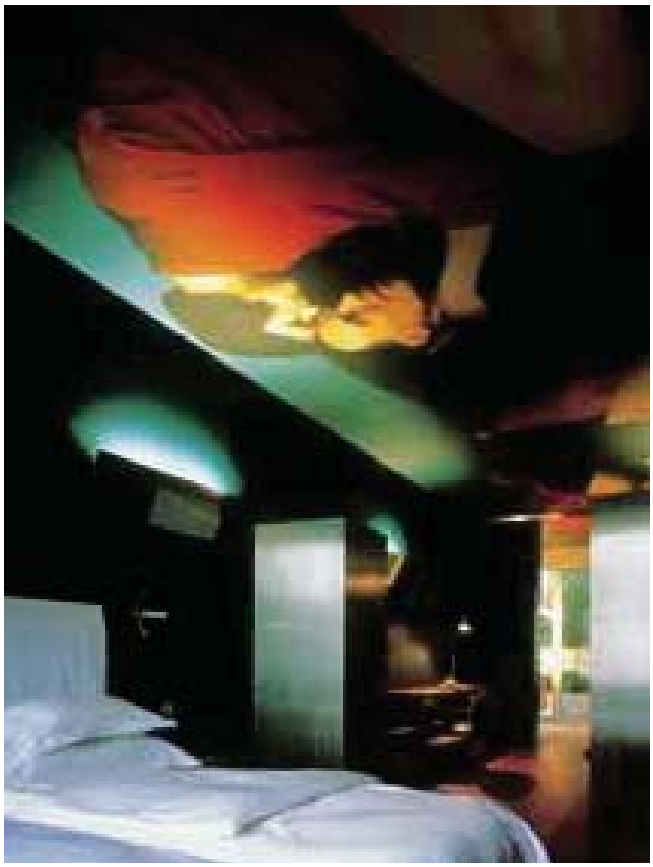


FIGURA 141 - QUARTO, THE HOTEL, JEAN NOUVEL

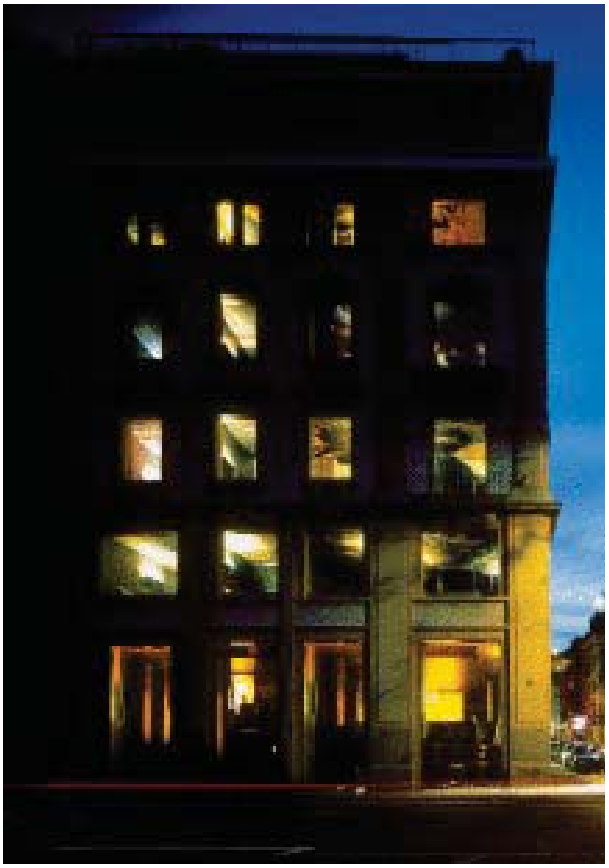


FIGURA 142 - THE HOTEL, JEAN NOUVEL

A tipologia do quarto do *The Hotel*, não é mais que uma repetição dos modelos clássicos – quarto de banho à entrada e mobiliário colocado em frente à cama. Porém a dimensão espacial é trabalhada sob o ponto de vista da luz e da cor. Dizia *Le Corbusier* que "Espaço, luz e ordem são coisas que o homem necessita tal como pão e um teto para cobrir-se"[43]. De facto o *The Hotel* evidência uma vontade de despertar desejos ao seu hóspede. O rigor do traçado, os jogos de luz e qualidade do espaço merecem nota de destaque. Como podemos observar nas figuras 141 e 143, as pinturas no teto, as paredes coloridas, os candeeiros minuciosamente posicionados para destacar essas gravuras e o mobiliário são algumas das componentes que se destacam. Assim não podemos dizer que estamos a lidar com um quarto comum. Pelo contrário, o elogio da luz e cor marcam uma identidade diferente de um quarto *standard*. Mesmo quando comparando a qualquer hotel design *da moda*, o *The Hotel* afasta-se pelo poder dos seus espaços vibrantes.

O rigor da forma do hotel revela um desenho consciente da sua estrutura. No entanto, esta condição não invalida a perceção peculiar da magia da arquitetura. Essa nota é facilmente entendida quando observamos o hotel do seu exterior.

A fachada do edifico permite entender as necessidades funcionais do hotel, mas também a sua visão criativa. Mesmo reconhecendo que o hotel se vira para o seu interior, como referimos, também não é menos verdade que o hotel interage satisfatoriamente com a envolvente. A figura 142 demonstra essa vontade do hotel se ligar com o exterior. As pistas visuais que se exteriorizam na fachada do hotel indicam esse desejo da luz e da cor se revelarem ao exterior, apesar de não ser colorida.

Enquanto o Hotel Inspira Lisboa reflete para o interior a simplicidade da sua imagem exterior, o *The Hotel* espelha para o exterior o ambiente interno. Trata-se de dois exemplos em que a relação interior/exterior fundamenta o seu espaço concreto enquanto revelam o mundo. Ou seja, não só percebemos a lógica arquitetónica (interior/exterior), mas também uma ancoragem sensorial dos edifícios ao seu lugar, ao peso característico do local. *Peter Zumthor* refere que esta tensão interior com o local, está sempre presente nos seus projetos. Contudo acrescenta que essa ligação aponta para lá do lugar em si. "O que vem do mundo entrou neles

[43] New York Times (obituário), 1965

FIGURA 147 - FACHADA, HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE

FIGURA 148 - HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE (2)

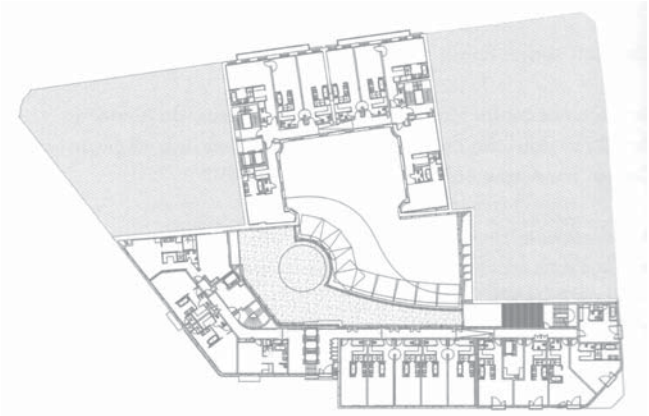


FIGURA 146 - PLANTA-TIPO, HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE

FIGURA 144 - QUARTO-TIPO, HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE

FIGURA 145 - HOTEL FOUQUESTS BARRIÈRE

numa ligação com o local"[44]. É neste enquadramento que se encaixa o **Hotel *Fouquets Barrière***.

Como já foi abordado, o Hotel *Fouquets Barrière* está inserido num lote de edifícios *Haussmanianos*. Este contexto desponta desde logo uma série de problemáticas. Manter ou transformar o edifício pré-existente? Agregar um novo corpo? Que relação deve ter com os edifícios meeiros?

Édouard François, arquiteto responsável pelo projeto, tem uma ideia muito concisa para a proposta de intervenção no hotel.

> "Explicam-me que tenho a possibilidade de criar uma fachada contemporânea, e então? O meu hotel é um todo e deve-se ler como tal. Bom, e «*Haussmaniana*» é o quê? São as cabeças de leão, os anjos, as cornijas e uma certa altura de pé-direito. Há que copiar, cortar, e moldar o conjunto."[45]

O arquiteto acaba por fazer uma crítica ao que considera ser tradicional em projetos de reabilitação – preservar o pré-existente. O resultado está à vista no Hotel *Fouquets Barrière*. Todas as aberturas para o exterior, pré-existentes, foram cobertas com lajetas maciças de betão. Porém, é necessário luz natural para o interior dos quartos. A opção passou por talhar, literalmente, a fachada do edifício. As figuras 145 e 148 demostram os retalhos e as novas entradas de luz do hotel.

Na nova imagem do edifício sobressai o jogo de painéis que, à primeira vista, parecem distribuídos aleatoriamente, mas no conjunto equilibram o alçado. Para além de rejuvenescer a imagem ao edifício, a configuração e a posição dos novos rasgos têm um propósito muito preciso no seu interior. Se fizermos uma leitura do espaço íntimo do hotel, nomeadamente dos seus quartos, apercebemo-nos da relação interior/exterior causada pelas novas aberturas. Neste âmbito o arquiteto afirma mesmo que "Não se pode colocar a janela em qualquer lado. De facto, há apenas um sítio onde colocar a janela..."[46].

A tipologia adotada para os quartos não é inovadora em si. É condicionada também pela estrutura pré-existente. No entanto destaca-se a sua configuração com o alçado exterior. Os rasgos criados na fachada do edifício creditam a espacialidade dos quartos e acabam por dar sentido às afirmações proferidas pelo arquiteto.

---

[44] (Zumthor, p. 36)
[45] (Pereira L. T., 2008, p. 98)
[46] (Pereira L. T., 2008, p. 98)

FIGURA 154 - BENESSE HOUSE OVAL, TADAO ANDO

FIGURA 155 - QUARTO-TIPO, BENESSE HOUSE OVAL

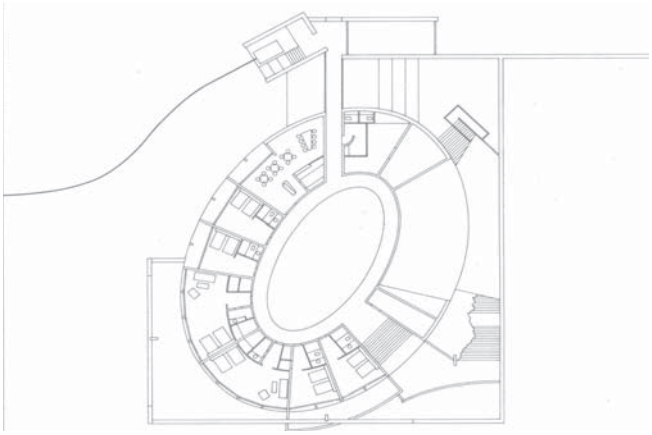


FIGURA 152 - PLANTA, BENESSE HOUSE OVAL, TADAO ANDO

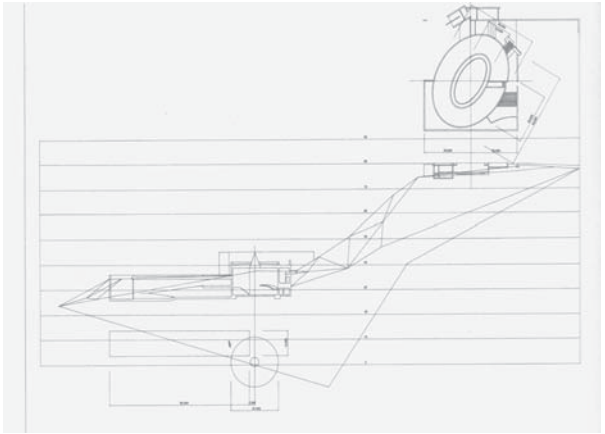


FIGURA 153 - CORTE, BENESSE HOUSE OVAL, TADAO ANDO

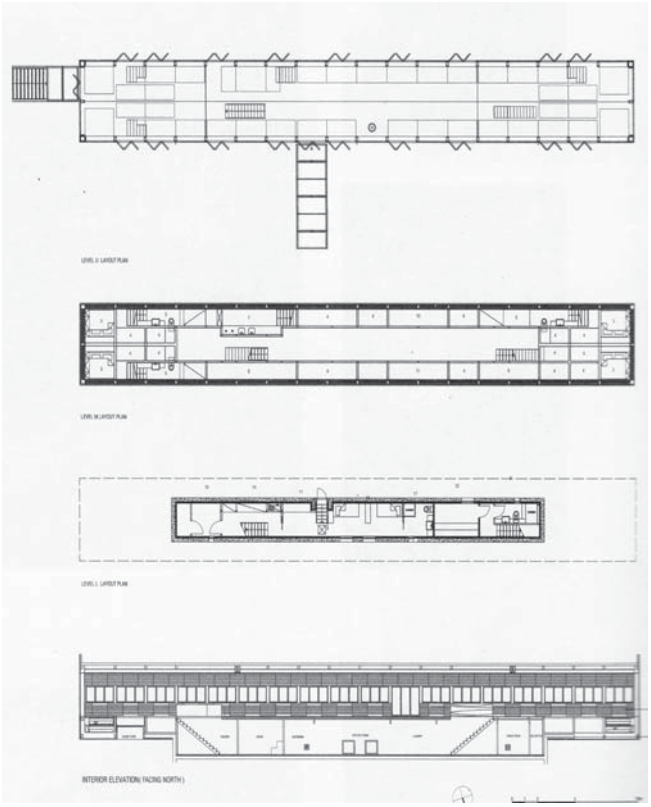


FIGURA 149 - PLANTAS E CORTE, SUITCASE HOUSE HOTEL

FIGURA 151 - DISPOSIÇÃO QUARTO (2), SUITCASE H. HOTEL

FIGURA 150 - DISPOSIÇÃO QUARTO, SUITCASE H. HOTEL

Por sua vez, o ***Benesse House*** **Oval** enquadra-se numa perspetiva similar, mas num meio distinto.

O hotel está em sintonia com a paisagem que o marca. Essa relação interior/exterior destaca-se sobretudo pela sua geometria. O simples facto de as paredes não serem paralelas enfatiza essa vontade do hotel se abrir para o meio circundante. Assim, não é tanto a tipologia dos quartos que é de enaltecer, mas antes as possibilidades que advêm da sua espacialidade.

Os quartos apresentam uma configuração simples, os lavabos junto da entrada e mobiliário a condizer. A adoção de formas básicas, a simplicidade dos espaços e o meio envolvente, marcam a própria imagem do hotel. A proporção e a relação entre os elementos desenhados, bem conseguidas, impõem uma leitura transcendente da obra. Como se não se pudesse apontar defeitos. Um produto acabado.

O hotel não surge como um objeto isolado, mas antes como parte integrante da ilha. Neste caso não podemos concluir que a imagem do hotel é o resultado da espacialidade do seu interior, é por outro lado, o reflexo da envolvente.

Enquanto a imagem do *Benesse House* Oval prima pela paisagem que o envolve, o ***Suitcase House*** **Hotel** destaca-se pelo seu interior. Desta forma, quando nos referimos ao *Suitcase*, temos de fazer uma análise mais subjetiva.

Este hotel não assume uma tipologia clara nem se assemelha aos exemplos anteriores. O conceito de *open space* é o fator determinante do projeto. Trata-se de uma solução que permite uma infinidade de disposições espaciais, e, como já foi abordado, a transformação desses espaços é feita através de alçapões (de controlo pneumático). Pela análise dos elementos técnicos observamos que os quartos se encontram nas extremidades do edifício. Todavia, o próprio arquiteto refere que este formato é apenas uma de muitas hipóteses de resolução. Assim, os quartos, tal como as restantes áreas, não apresentam uma configuração concreta. Apesar disso, convém tecer algumas considerações sobre a espacialidade do hotel, assim como o impacto que tem para a sua definição estética.

O facto de o recinto poder adaptar-se de acordo com o estado de espirito do hóspede, confere ao espaço uma dinâmica única. Este dado tem um peso grande na estrutura, embora não invalide um caracter uniforme da mesma. Isto é, a disposição da planta está organizada de

forma bastante clara, com uma malha simétrica e homogénea, apesar da sofisticação que pode atingir. A forma do hotel e o desenho dos alçados exibem bem esta face pura da planta.

A delineação do espaço interior de um hotel tem uma relação forte com a sua imagem exterior. Esta abordagem ficou patente na análise realizada a estes cinco hotéis. Quer seja o interior a ser delineado pela expressão exterior do edifício, ou o contrário.

O quarto pode ser uma cápsula de privacidade através de "filtros" que se relacionam com o meio exterior. A escolha dos materiais, cores, texturas e iluminação são laços que ligam o quarto com ambiente interno. No entanto, o diálogo arquitetónico interior/exterior pode premiar ambas as componentes sem destacar uma mais que a outra. Como um gesto de integração que aspira a uma arquitetura em que não sobre nada. Como refere *Yoshio Taniguchi* "Basicamente, a arquitetura é um recipiente. Eu espero que se disfrute tanto da taça como do chá que o contém.".[47]

[47] (Coles & House, 2008, p. 45)

Capítulo IV - Modelos de resposta múltipla

Atualmente, à escala global o *progresso* dita regras incontornáveis. A sociedade mostra-se cada vez mais consumista, quer seja por atividades ligadas aos tempos livres e ao lazer, quer por momentos de repouso. Estes novos padrões e necessidades de consumo refletem-se não só a nível económico, mas também a nível social e cultural, o que faz repercutir elevados graus de exigência às massas. Devido aos crescentes fenómenos sociais, que primam pela sofisticação da população em geral, o ramo hoteleiro teve e tem constantemente de se adaptar e responder de forma eficaz a essas necessidades emergentes. Por seu lado, também a arquitetura acompanha esta dinâmica.

A escolha de um hotel é cada vez menos uma opção de circunstância. Isto é, os utentes escolhem o hotel em função de requisitos que previamente selecionam. Embora a oferta hoteleira seja cada vez maior e mais diversificada, verificamos que os hoteleiros tendencialmente apostam mais na qualidade de serviços prestados e no conforto que oferecem aos seus hóspedes (carregados de conceitos ou preconceitos enraizados). As ofertas hoteleiras seguem uma tendência mais especializada e personalizada, com vista a satisfazer nichos de mercado que procuram determinado conforto pessoal e estímulos de lazer. Determinados clientes pretendem tão só descaçar umas horas e seguir viagem…

Por forma a melhor compreender a importância da arquitetura no setor hoteleiro optámos por dividir o estudo deste capítulo em duas partes, apesar de serem questões indissociáveis: a primeira refere-se às estratégias de captação do público-alvo, e a segunda diz respeito à forma como se dispõem os argumentos de resposta (de conforto) aos anseios do cliente.

Atualmente o mundo da hotelaria, intimamente interligado ao setor do turismo, deixou de ser um negócio *ingénuo*. Está sempre a reinventar-se em função de estratégias bem determinadas, muitas delas novas e outras inovadoras. Encontramo-nos numa época altamente competitiva, em que somos absorvidos por mutações contantes e galopantes da sociedade e da cultura, em que assistimos a avanços da ciência, da técnica, das telecomunicações e dos transportes. O turista não só é mais exigente como também traz diversidade cultural e o hotel tem de estar preparado para esse processo regenerativo de aculturação e enculturação. Cabe à

FIGURA 162 - HOTEL RITZ, PARDAL MONTEIRO

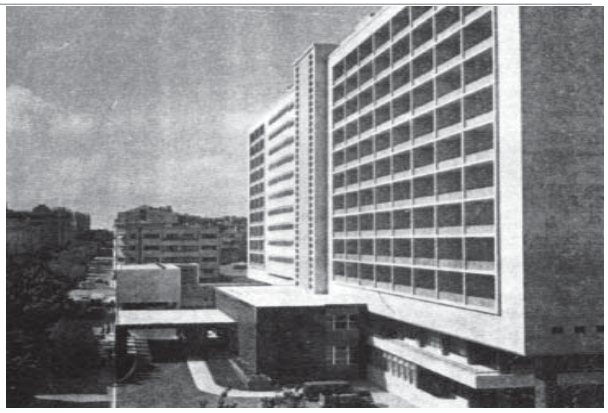


FIGURA 163 - HOTEL RITZ (2), PARDAL MONTEIRO

FIGURA 160 - HOTEL ALGARVE, RAÚL TOJAL

FIGURA 161 - HOTEL DA BALAIA, CONCEIÇÃO SILVA

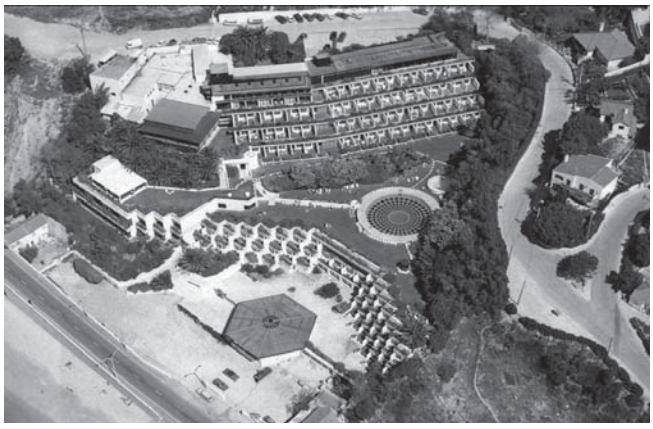


FIGURA 158 - HOTEL DO MAR, CONCEIÇÃO SILVA

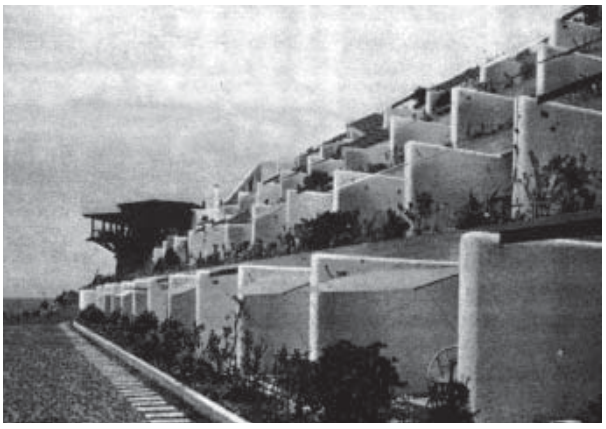


FIGURA 159 - HOTEL DO MAR (2), CONCEIÇÃO SILVA

FIGURA 156 - GRANDE HOTEL DA FIGUEIRA, PERES FERNANDES

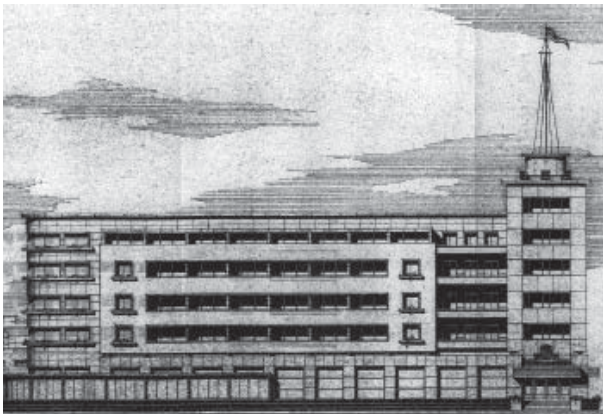


FIGURA 157 - GRANDE HOTEL DA FIGUEIRA (2), P. FERNANDES

arquitetura, a todo o momento, descodificar, discernir e formalizar espacialmente toda essa complexidade mutante e *progressista*. O papel da arquitetura é determinante na idealização e na coisificação dos ambientes.

A arquitetura sempre soube acompanhar e valorizar a atividade hoteleira, por ser uma disciplina que permite dar forma a conceitos, tirando partido e proporcionando sensações e estados de estados de alma. Obviamente proporciona também ao hoteleiro atingir um fim económico necessário.

Mas nem sempre a arquitetura foi valorizada ou valorizou as opções hoteleiras. Até aos anos setenta a cultura arquitetónica era uma mais-valia para reconhecer um bom hotel, defende Paulo Martins Barata, justificando-se com alguns exemplares que acrescentaram valor espacial e onde a arquitetura surgia reconhecidamente como tema central.

> "Vêm-nos á mente Morris Lapidus e o seu lendário hotel Fontainebleau em Miami Beach, em 1954, ou o Caminho Real de Ricardo Legorreta e a sua carismática Blue Lounge, construída nos subúrbios da Cidade do México, em 1968, ou o mobiliário único do Hotel Parco dei Principi na costa Amalfi, concebido pelo mestre milanês Gio Ponti em 1962, ou a suprema elegância do hotel Radisson SAS de Copenhaga, de Arne Jacobsen e de 1958, ou, por último, a estância de esqui Flaine de Marcel Breuer, construído nas encostas de Mont Blac em 1961."[48]

Em Portugal também foram elaborados projetos de hotéis com grande valor arquitetónico. Torna-se oportuno referir experiências de alojamento de qualidade superior em Portugal, no período que ocorria o movimento moderno. São vários os exemplos, mas vamos referir só alguns, como o Grande Hotel da Figueira da Foz (1953),P.Fernandes, e o Hotel do Mar (1962), da autoria de Conceição Silva. Estes dois exemplos marcaram uma era na arquitetura de hotéis e serviram de referência a outros. Casos como o Hotel Algarve (1967), de Raúl Tojal, ou o Hotel da Balaia (1967), do *Atelier* Conceição Silva, resultaram de ensinamentos recolhidos dos anteriores, isto apesar de já serem hotéis com maiores dimensões e com programas mais elaborados. O Hotel Ritz (1959), de Pardal Monteiro, por exemplo, foi um dos hotéis mais marcantes para hotelaria em Portugal. É reconhecido como um edifício de grande qualidade, com um programa complexo, á data apenas ombreado nos países europeus mais desenvolvidos.

No entanto, a partir dos anos oitenta, em determinados momentos e circunstâncias, o papel da arquitetura foi remetido para uma vertente menos determinante e significativa,

[48] (Barata, Elogio à Autenticidade, 2011, p. 13)

limitando-se a uma secundarização por vezes degradante. Numa época em que se abordavam os projetos turísticos com temáticas rebuscadas, relacionadas com a sociedade e a cultura do país - pseudorregionalistas. No caso português houve um bombardeamento, com falsas pretensões, "…uma mistura falsa que resultou na construção de um mundo-pastiche, que hoje em dia os turistas cultos identificam como falso ou artificial."[49] , e que se baseia no hotel como uma casinha tipicamente alentejana, ou um aldeamento turístico algarvio parecido a uma aldeia de pescadores.

Volvidos cerca de vinte anos de alguma "degradação cultural temática", esses conceitos e preconceitos foram paulatinamente ultrapassados (mas não abandonados), sentindo-se cada vez mais a tentativa de recuperar a arquitetura como um tema e um valor em si mesmo. O hoteleiro aposta cada vez mais na arquitetura contemporânea como resposta aos seus projetos e anseios, com resultados muito interessantes e surpreendentes. O "*luxo"*, definido por vezes como uma extravagância, passou a ser uma prioridade para qualquer investidor hoteleiro. Já anteriormente nos debruçámos sobre o conceito de luxo. As prioridades do promotor português seguem as tendências vindas de fora, atuando em campos específicos e por vezes inovadores. Focalizam-se em públicos-alvo muito particulares, geralmente de classe média e média-alta, em que a oferta é alargada a uma gama de serviços em torno de uma cultura específica, que procurando satisfazer.

> "Com maior frequência são criados e comercializados serviços que significam aprendizagem, actividades de ocupação do tempo e de animação, essencialmente orientados para os visitantes, ou ainda iniciativas de organização que contribuem para aumentar a satisfação dos consumidores. O aumento da qualidade desses serviços não implica apenas o prestador mas também toda a comunidade ou a «ambiência» em que é prestado, sofisticando as características das áreas de recepção, num processo de constante avaliação e de melhoria dos serviços disponíveis, contribuindo dessa forma para o desenvolvimento dos destinos turísticos. Trata-se não apenas de acrescentar novos serviços, como de melhorar a qualidade dos que são prestados, de reduzir o preço ou de criar «novas» necessidades aos consumidores."[50]

Satisfazer necessidades não inviabiliza a criação de novas, como defende Martins no excerto acima mencionado.

[49] (Barata, Elogio à Autenticidade, 2011, p. 13)
[50] (Martins, 2011, p. 14)

FIGURA 166 - EMIRATES PALACE, ABU DHABI

FIGURA 167 - EMIRATES PALACE (2), ABU DHABI

FIGURA 164 - BELLAGIO HOTEL AND CASINO, LAS VEGAS

FIGURA 165 - ARIA RESORT AND CASINO, LAS VEGAS

Ainda que não explicitamente referido, o "luxo" é ainda exigido num hotel, porque o mercado turístico continua a não prescindir de alguns requintes de conforto e decorativos. A arquitetura perante esta questão nem sempre convive de forma confortável. A arquitetura desde os primórdios do modernismo mais ortodoxo tem vindo a fazer um percurso de depuração formal e a despojar-se em certa medida de argumentos decorativos mais elaborados. Contudo, o gosto e o apetite por um luxo mais exuberante e extravagante mantem-se na maioria dos nichos de mercado turístico e, portanto, o hoteleiro geralmente mantem esta exigência. Cada vez mais as soluções passam pelo trabalho de complementaridade disciplinar entre os arquitetos, os *designers* e artistas plásticos. A arquitetura poderá manter o seu lugar fundamental na estruturação do hotel e necessariamente na criação de ambientes, desde que não se subvertam os papéis disciplinares. Ou seja, para determinados ambientes perspetivados pela arquitetura a reposta das demais disciplinas deve ser consentânea, e nunca sobrepondo-se ou adulterando-a.

O conceito de luxo não tem limites, e varia em função de cada pessoa, de cada cultura, de cada região e da condição social e económica. Um singelo apontamento de conforto pode significar luxo para uma pessoa de condição socioeconómica débil. Porém, para outros o luxo em determinados ambiente significa sumptuosidade excessiva, fausto, abundância e profusão decorativa. No entanto, esses excessos são conotados por muitos como kitsch. Porém, é necessário diferenciar a grandeza do luxo a que nos referimos, e não podemos confundir esse luxo supérfluo com a extravagância de Las Vegas (hotéis-casino), a que *Venturi* e *Brown* se referem na obra "Aprendendo com Las Vegas", ou com o belo e encanto do *Dubay* que *Oliver Herwig* descreve em "Mundo de Sonho: arquitetura e entretenimento". "Uma segunda Atlântida criada a partir de dezenas de ilhas artificiais como destino de férias por excelência para os turistas do *jet set*…"[51]. Estes são mundos ficcionados que pretendem ser excessivamente exuberantes, mediáticos e chamativos. Sobre o Palácio dos Emiratos:

> "Os relatos dos primeiros visitantes lembram os contos das Mil e Uma Noites, e o seu espanto estimulado por números, pormenores exactos e exemplos concretos – como a descrição das 20 fontes com 8000 plantas que transformam o jardim num oásis, um paraíso na Terra no qual, acima de tudo, não é esperado que nenhum visitante se sinta «em casa». Folha de ouro e mármore, um esplendor deslumbrante, um local que deliberadamente não é deste mundo…"[52]

[51] (Herwig, 2008, p. 272)
[52] (Herwig, 2008, p. 273)

FIGURA 172 - ICE HOTEL, JUKKASJÂRNI

FIGURA 173 - ICE HOTEL (2), JUKKASJÂRNI

FIGURA 170 - HOTEL CELICA, LJUBLJANA

FIGURA 171 - DOG BARK PARK

FIGURA 168 - PROPELLER ISLAND, BERLIM

FIGURA 169 - CAPSULE HOTEL,

Quando nos debruçamos acerca do luxo exibido nos hotéis em Portugal, entendemos de imediato estar perante um contexto diametralmente oposto, deparando-nos com uma realidade e escala bem diferentes. Os luxos e as excentricidades que pontualmente verificamos lá fora não têm sido seguidos em Portugal, ou pelo menos será residual a sua existência.

Conhecemos por todo mundo conceitos extravagantes, mas que consideramos de marginais, porquanto se apresentam como tipologias extremas e que, como tal, não podemos definir como reflexo de uma tendência. Entendemo-los muito mais como experiências concetuais, com vista a criar sensações radicalmente opostas ao normal. Vários são os exemplos: no hotel *Propeller Island*, em Berlim, as camas são substituídas por caixões; no *Capsule* hotel, as suítes distribuem-se por quatro "cápsulas anfíbias", outrora cápsulas de resgate, e tem a particularidade de não ter uma localização fixa; no hotel *Celica*, em *Ljubljana* (Eslovénia), os seus hóspedes descobrem quartos que lembram uma prisão; o Dog Bark Park Inn, distingue-se pela sua configuração em forma de cão; ou ainda o Ice Hotel, o primeiro hotel de gelo do mundo, construído pela primeira vez em 1980 e fica em *Jukkasjârni*, na Suécia, tem ainda particularidade de ser reconstruido todos os anos.

A este tipo de hotéis mais excêntricos, reconhecemos-lhes essa virtude especulativa de provocar sensações e reações e que porventura até poderão ajudar a entender melhor as reações humanas em determinados ambientes e contextos diferentes/extremos, por vezes, atingindo bizarrias quase inexplicáveis. *Sophie Hannah* na sua poesia "Hotéis como Casas" dá-nos nota da dimensão do espaço e dos sentimentos diferenciados que os ambientes podem transmitir.

> "…Há no caso deles inábeis feitiços,
> E o que certamente provoca as discussões
> É que ele trata as casas como hotéis
> E ela, os hotéis como casas."[53]

A arquitetura está também presente nesse âmbito mais ousado e irreverente, vergando-se geralmente a uma estratégia de marketing, muitas das vezes utilizando nomes sonantes da arquitetura mundial. A arquitetura é por excelência a disciplina que questiona, e que qualifica o espaço, humanizando-o. Vê-se contudo tantas vezes confrontada e diminuída com essas

[53] (Hannah, 2008, p. 177)

FIGURA 174 - HOTEL VICTORIA, VILAMOURA, PROMONTÓRIO

FIGURA 175 - HOTEL VICTORIA (2), PROMONTÓRIO ARQ.

estratégicas meramente mercantilistas. Os mundos de sonho enunciados, desde Las Vegas, Disney e *Dubay*, são exemplos que registamos e que demonstram existir nichos específicos emergentes. Surgem geralmente não das necessidades sentidas de facto pelas classes média e média-alta, mas essencialmente são produtos turísticos, estrategicamente trabalhados, vocacionados a induzir e provocar necessidades direcionados a esses públicos-alvo muito específicos. Nesta lógica de sociedade de consumo, o hotel adota novas valências e estratégias de forma a atingir o seu objetivo principal - o lucro.

Também é certo que a aposta atual por parte de alguns operadores de cadeias de hotéis reside na reconciliação com os clientes, oferecendo cada vez mais ambientes mais personalizados e acolhedores, em detrimento da lógica das grandes massas turísticas.

Num país como Portugal que ainda está longe de atingir patamares (social, cultural e económico) de excelência, equivalentes ao resto da Europa desenvolvida o espaço para alguns extremismos é diminuto e as necessidades são colmatadas por alguns hotéis *boutique*. O mercado hoteleiro português não se compadece com os excessos, exuberâncias e extravagâncias, faltando-lhe escala global para esse efeito.

> "Portugal não tem serviço, mercado e gente disposta a investir para isso. Portanto, a nossa opção é uma opção de hotéis de conforto e de charme. É a ideia de hotéis que sejam experiências inesquecíveis, mas sem qualquer ilusão de tentar competir com os grandes hotéis de luxo do mundo, porque essa não acredito que seja viável em Portugal."[54]

A realidade do turismo português é de certo bastante diferente dos exemplos de referência mundial, da macro escala de turismo de luxo e sofisticação, como o exemplo do *Dubay*. Portugal socorre-se de modelos de resposta múltipla para retificar as carências criadas pelos fluxos turísticos e pela própria economia mundial. Os modelos de resposta múltipla de hotéis são uma tentativa de responder a públicos diversos, de forma polivalente, resolvendo assim a diversidade de sensibilidades e ao mesmo tempo os períodos de épocas baixas. Na prática, os hotéis, em Portugal, surgem com uma tipologia base, e, em torno da mesma, recorrem a artifícios para colmatar as deficiências. Ou seja, um hotel *resort*, por exemplo, contém também as componentes de spa, *aparthotel* e/ou *design*, como o Hotel Victoria (Vilamoura). Os modelos de resposta múltipla procuram de certo modo ter um público-alvo específico, mas respondem também a outros públicos de forma eficaz a nível de conforto e charme. Num hotel

[54] (Júdice, 2008, p. 156)

FIGURA 176 - HOTEL EVIDÊNICA LIGHT STA. CATARINA, LISBOA

FIGURA 177 - HOTEL EVIDÊNICA LIGHT STA. CATARINA (2)

resort como o referido, o objetivo principal passa por cativar um público ligado ao turismo de negócios, mas, ao congregar um spa, ao disponibilizar kitchenette nos quartos e mesmo prover uma decoração moderna e sofisticada, ajusta-se melhor ao mercado. Esta polivalência de oferta permite uma adaptação mais transversal de públicos e mais serena com as dinâmicas pendulares das épocas altas *versus* baixas.

Os modelos de resposta múltipla trouxeram outra dimensão conceptual e espacial aos hotéis, introduzindo outras valências e tipologias no mesmo edifício, ou no mesmo espaço e essa nova complexidade tem sido acompanhada pela arquitetura. Em bons exemplos conhecidos, a arquitetura soube criar uma imagem, uma marca que tem permitido vender bem o produto. No receituário dos arquitetos várias têm sido as estratégias concetuais e de desenho para promover mais-valias arquitetónicas a esses hotéis. Tirar partido da paisagem e relevar a identidade do lugar, têm sido fortes argumentos que têm servido para levar a bom porto a missão da importância da arquitetura.

Hoje raramente se constrói um hotel de raiz em Portugal sem que seja dotado variadas funções. Até mesmo os hotéis *low-cost*, que na sua essência têm a função de garantir ao cliente apenas um bom quarto, uma boa cama, quarto de banho, uma secretária e ar condicionado, hoje presenteiam o cliente com sofisticação na decoração. Um exemplo disso é o hotel Evidência Light Sta. Catarina em Lisboa, que junta aos preços baixos (por não ter mais valências e despesas no que comporta a Spas, Wellness, Eco, etc.), um visual contemporâneo (embora implantado num edifício antigo, agora reabilitado). Neste caso, o hotel Evidencia Light Sta. Catarina pode ser encarado como um hotel *low-cost* de raiz, mas com mais duas tipologias associadas – características de um *design* hotel e *palace* hotel.

A hotelaria em Portugal demarca-se da exuberância e da escala excessiva praticada noutras partes do mundo. No entanto reconhecemos-lhe uma identidade própria, que não sendo única e exclusiva do caso português, se assume como a que melhor resolve as exigências do novo turista, instruído, conhecedor e exigente.

> "O processo de crescimento do turismo, com o alargamento de formas de consumo massificado e com a diversificação de mercados e de clientelas, tem sido acompanhado por grandes transformações nas tipologias das áreas de turismo e nas características dos «produtos» comercializados. Trata-se não apenas de acrescentar novos serviços, como de melhorar a qualidade dos que são prestados, de reduzir o preço ou de criar «novas» necessidades aos consumidores. Com maior frequência são criados e comercializados serviços que significam

> aprendizagem, actividades de ocupação do tempo e de animação, essencialmente orientados para os visitantes, ou ainda iniciativas de organização que contribuem para aumentar a satisfação dos consumidores."[55]

No entanto a competência da arquitetura e bem assim dos arquitetos, como referência e garantia de qualidade na conceção dos espaços e ambientes, coloca-se novamente em discussão, porque se a hotelaria adotou os modelos de resposta múltipla em novos empreendimentos, o que acontece muitas vezes é o arquiteto fazer o esboço, a "caixa" do hotel e o seu interior ser terminado por um *designer* de interiores. Entendemos que deve prevalecer o bom senso do carácter interdisciplinar. Não faz sentido que o criador da obra seja remetido para o papel secundário, deixando que se introduza ruído excessivo nos espaços e ambientes adulterando irremediavelmente a ideia global e particular da obra.

Álvaro Siza numa posição defensiva, mas de certo modo realista, afirma:

> "Da experiência que tenho, o que mais me custa é esse hábito enraizado de o design de interiores ter de ser criado por um/a decorador/a, porque os arquitectos aí não tocam (…) Uma barbaridade que está muito em curso, até porque não se trata de outra pessoa fazer o projeto de interiores em diálogo com quem o faça (…) Há quem pense, e com realismo, que é preciso fazer a «casca», todo o aparato técnico, para que depois, venha quem vier, termine o hotel."[56]

Siza dramatiza a situação mas ao mesmo tempo acaba por perceber as fortes pressões dos mercados turísticos quando afirma "Eu não me enquadro nesse ponto de vista, mas percebo que há muitas pressões e muitas realidades na distribuição da produção que levam a isso."[57].

Não obstante os diversos pontos de vista, mais ou menos fundamentalistas, sobres esta matéria, é incontornável o papel do arquiteto para a dignificação qualitativa e para a concretização de sucesso de um complexo hoteleiro. É que para a formalização de um objeto hoteleiro, não chega o tratamento cosmético da pele, por mais interessante e genial que seja o trabalho decorativo de outra disciplina. A arquitetura estuda, relaciona e formaliza conceitos e que se tornam imprescindíveis para o sucesso do equipamento, nomeadamente fatores de localização, relações de acessibilidades, planos de viabilidade, sustentabilidade económica e ambiental, enquadramento urbano / paisagístico, escala humana, metodologia funcional (técnica, legislativa e normativa) consistência compositiva, materiais, métodos construtivos, relações de espacialidade (cheios e vazios, luz e penumbra), cor, textura, etc.

[55] (Martins, 2011, p. 14)
[56] (Siza, 2008, p. 159)
[57] (Siza, 2008, p. 159)

Bem sabemos a importunância que têm os tratamentos de cosmética para os promotores da indústria de hotelaria. Mas, como já anteriormente havíamos aflorado cada vez mais as soluções passam pelo trabalho de complementaridade disciplinar entre os arquitetos, os *designers* e artistas plásticos. A arquitetura poderá manter o seu lugar fundamental na estruturação do hotel e necessariamente na criação de ambientes, desde que não se subvertam os papéis disciplinares. Ou seja, para determinados ambientes perspetivados pela arquitetura a reposta das demais disciplinas deve ser consentânea, e nunca sobrepondo-se ou adulterando-a. A prática hoje alterou-se substancialmente e é muito vulgar vermos os arquitetos, por mote próprio, a integrar nas equipes de projeto de hotel *designers* e artistas plásticos.

Os argumentos da arquitetura são de fundo, mas nem sempre são plenamente explicados, passando geralmente despercebidos ao cidadão sem formação na área. Por isso, tantas vezes o empreendedor aposta no *design* de interiores.

> "… o luxo é mundo muito estranho para um arquitecto porque, normalmente, o luxo é algo não muito democrático. Sentimos que algo não está certo."[58]

Muitos dos promotores hoteleiros entendem que o arquiteto serve para dar forma aos edifícios e tratar da organização dos espaços, garantir o cumprimento da legislação, normas e regulamentos, dar um imagem exterior agradável, apetecível e se possível chamativa. Entendem também que cabe a outra equipa complementar de *designers*, e decoradores, a dar o toque final nessa "casca". Por outro lado existe ideia de que o arquiteto é um esbanjador de recursos.

Diz o fundador e presidente da cadeia *AC Hotels*, António Catalán: "É muito difícil deixar um arquitecto sozinho fazer um hotel. Cada cadeia, por metro quadrado, custa o mesmo fazendo-o bem ou mal."[59]

À primeira vista pode parecer que as palavras de *Catalán*, sevem para diminuir o papel dos arquitetos. Contudo o intuito é dizer que os recursos para um hotel são limitados e o arquiteto não tem a liberdade absoluta para a criação, devendo limitar-se à disponibilidade orçamental. Por outro lado, destas palavras resulta uma ideia clara de que ao arquiteto cabe o papel de criador e de coordenador de uma equipe multidisciplinar. Efetivamente o investimento necessário para uma estrutura hoteleira exige disponibilidade financeira de grande monta e esse

[58] (Citterio, 2008, p. 157)
[59] (Catalán, 2008, p. 159)

recurso, cada vez mais escasso, deve ser utilizado de forma sustentada e rigorosa, não havendo lugar a experiências que na pratica poderiam tornar-se um pesadelo.

Os promotores sabem bem que quando a arquitetura de um hotel respondeu eficazmente ao programa predelineado, resulta funcional, bem construído, esteticamente agradável e para o efeito o orçamento foi bem gerido, então cumpriu cabalmente o seu objetivo. Assim sendo, impõe-se face á concorrência, e portanto compensa o investimento, permitindo um retorno rápido. Em média o retorno do investimento processa-se no prazo de 6 a 7 anos.

Em suma, os modelos de resposta múltipla são, hoje, uma prática corrente para o setor do turismo, nomeadamente para a hotelaria, em Portugal. Essa multifuncionalidade e polivalência são geralmente resultado da combinação de dois ou mais modelos singulares. Estas estruturas hoteleiras multifacetadas tornam-se mais competitivas, permitindo nomeadamente responder melhor aos períodos mortos das épocas baixas e cativar de forma mais abrangente outros mercados turísticos, cada vez mais exigentes.

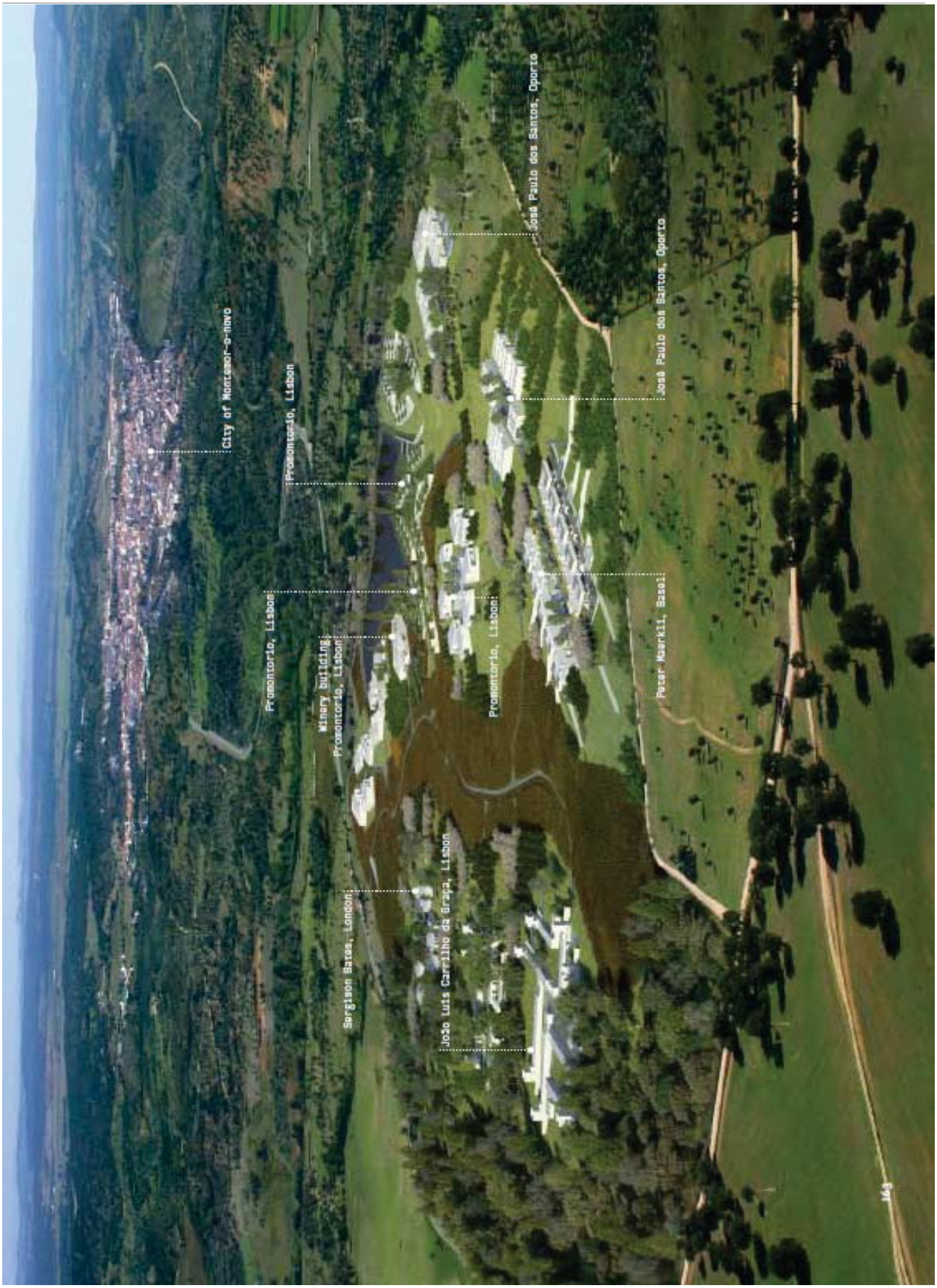


FIGURA 178 - L'AND VINEYARDS, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

O Caso do *L'and Vineyards* Hotel

1 - Conceito/Modelo Preconizado

O turismo é atualmente um setor em grande desenvolvimento, sendo mesmo apontado como uma das áreas com maiores transformações no mundo. Trata-se de um ramo de atividade altamente competitivo, cada vez mais sofisticado. Esta tendência observamo-la também em Portugal. Em particular, o setor hoteleiro têm uma relevância expressiva na balança económica do país, sendo indubitavelmente um vetor estratégico que não pode ser descorado.

O facto de ser um sector muito dinâmico, obriga os investidores a recorrer a soluções novas, inovadoras, a renovar e inventar diferentes conceitos. Estas transformações no ramo hoteleiro têm invariavelmente repercussões na sua arquitetura. Levanta mesmo questões acerca do objeto Hotel e a sua imagem atual. Será possível dizer-se que a arquitetura de hotéis se alterou? Se está a mudar?

Há em Portugal várias experiências de sucesso que vão neste sentido. A alteração de paradigmas e a abertura à experimentação ganha vulto, onde a arquitetura tem um lugar determinante. Este capítulo vamos dedicá-lo a um desses exemplos, o nosso caso de estudo - **hotel *L'and Vineyards.***

O L'and Vineyards localiza-se a 4 Km da histórica cidade de Montemor-o-Novo, no Alentejo, a pouco mais de uma hora de carro de Lisboa e 20 minutos da cidade de Évora (Património Mundial da UNESCO). A sua conceção começou em 2005 e recentemente, em 2011, abriu portas ao público. O complexo turístico tem uma identidade própria bem marcada, elegendo como tema central de marca (para se expor e se distinguir no mercado turístico) a vinha e o vinho. No entanto, convém referir que o L'and Vineyards não é só um hotel. É um complexo turístico que abarca um conjunto de unidades habitacionais distribuídas em torno de um elemento central – o hotel. Atendendo às características, teremos o cuidado de distinguir claramente como o L'and Vineyards faz de hotel e como faz de condomínio.

Como hotel adota a tipologia de um *resort*, embora seja necessário dizer-se que lhe identificamos claramente características dos modelos de hotéis *Botique, Spas,* Convençoes, *Eco-Nature* e mesmo *Design.*

FIGURA 182 - CONVENÇÕES (ADEGA), L'AND VINEYARDS

FIGURA 183- ECO (LAGO ARTIFICIAL), L'AND VINEYARDS

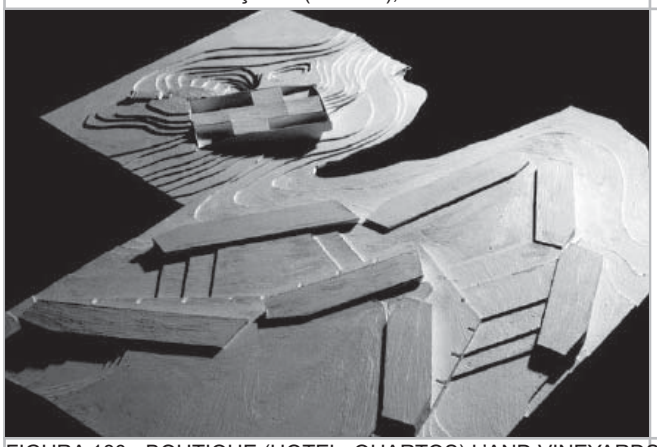


FIGURA 180 - BOUTIQUE (HOTEL+QUARTOS) L'AND VINEYARDS

FIGURA 181 - SPA, L'AND VINEYARDS, PROMONTÓRIO ARQ.

FIGURA 179 - RESORT L'AND VINEYARDS, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

Resort, por se tratar de um empreendimento turístico e comercial autónomo. Uma verdadeira "ilha" autossuficiente. Com uma escala alargada de serviços e atividades – vinho, spa, comércio, alimentação, alojamento.

As características de um **hotel *boutique***, são percetíveis, uma vez que possui apenas 22 quartos, tornando desta forma o atendimento hoteleiro ao cliente mais personalizado. Uma das máximas da hotelaria é: menos público - melhor atendimento.

O **spa** instalado no interior do edifício principal do hotel aguça as necessidades do público com preocupações no domínio da saúde, sobretudo pelos tratamentos terapêuticos vinícolas.

Beneficia também de condições para receber eventos (de escala moderada) sobre a cultura do vinho – as vinhas presentes por toda a paisagem, a adega, e uma sala de eventos – assumindo características muito particulares de um **hotel de convenções**.

Do conjunto destaca-se a paisagem vitícola e também a grande lagoa artificial, que, para além da função paisagística permite a rega das vinhas. É um elemento vital para sustentabilidade do conjunto turístico. Os Arquitetos referem-se ao lago como *"A beautiful 3ha lake refreshes the air and can be used for leisure activities. It also serves as a sustainable water-retaining basin for agriculture."*[60] - concedem-lhe ainda atributos de hotéis **Eco-Nature**.

Ainda se desmarcam características típicas de um **hotel design**. A decoração interior, os objetos personalizados com o nome da marca (L'and Vineyards) dão ao hotel um estilo "sofisticado" e mesmo contemporâneo que contrasta com a cultura do vinho que se pretende "vender". A decoração (cor e a própria escolha dos materiais) tem o cunho do arquiteto de interiores Márcio *Kogan*. Diz José Cunhal Sendim que o ambiente em torno do hotel é mesmo "Um momento importante neste programa e que resultou bem a entrada do arquiteto de interiores."[61]

> "O Márcio *Kogan* conseguiu conciliar as ideias centrais do Modernismo, a pureza das linhas, a ligação á função com a utilização de materiais como a madeira, os filtros de luz, próprios da arquitetura árabe, que dão sensualidade e um calor á arquitetura que não encontramos nos arquitetos de interiores portugueses."[62]

[60] (Barata, Architecture for Tourism, 2009, p. 168)
[61] (Sendim, 2011, p. 9)
[62] (Sendim, 2011, p. 9)

FIGURA 190 - L'AND VINEYARDS, JOSÉ PAULO DOS SANTOS

FIGURA 191 - L'AND VINEYARDS (2), JOSÉ P. DOS SANTOS

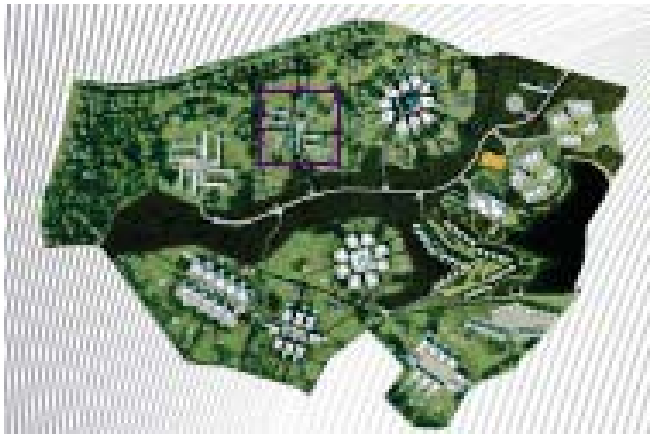


FIGURA 188 - L'AND VINEYARDS, CARRILHO DA GRAÇA

FIGURA 189 - L'AND VINEYARDS (2), CARRILHO DA GRAÇA

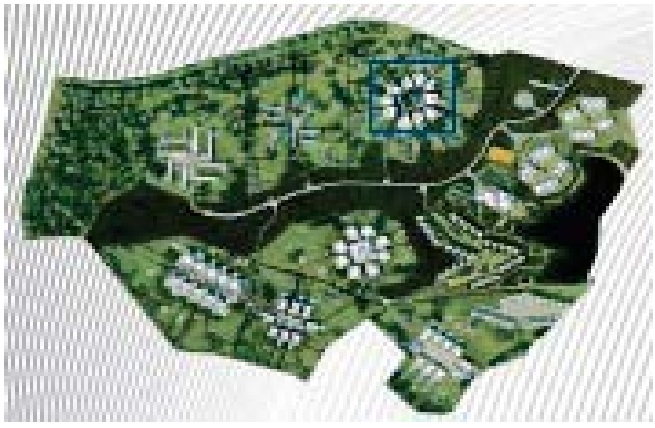


FIGURA 186 - L'AND VINEYARDS, SERGISON BATES

FIGURA 187 - L'AND VINEYARDS (2), SERGISON BATES

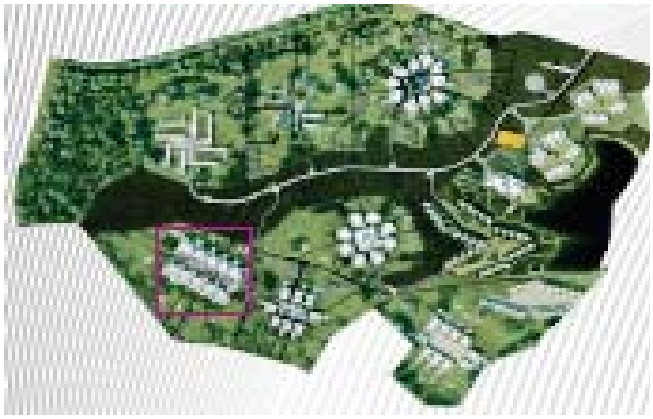


FIGURA 184 - L'AND VINEYARDS, PETER MAERKLI

FIGURA 185 - L'AND VINEYARDS (2), PETER MAERKLI

O hotel *L'and Vineyards* corresponde, desta forma, aos modelos de resposta múltipla que versámos no capítulo anterior.

Porém o resort deve ser analisado na sua totalidade. Trataremos de avaliar agora os núcleos residenciais.

O *masterplan* do complexo foi desenvolvido pelo gabinete Promontório Arquitetos, que sugeriram mais quatro arquitetos para projetar os núcleos de moradias que englobam o *resort* – *Peter Maerkli, Sergison Bates,* Carrilho da Graça e José Paulo dos Santos. É importante referir as unidades habitacionais para focalizar o hotel, isto porque o conceito de toda a intervenção não se desenha sem um todo, como refere José Cunhal Sendim (fundador do L'and Vineyards) quando questionado acerca da existência de casas.

> "Nós pensamos que faz sentido um projeto que seja verdadeiramente integrado. Não faz sentido que tenha só casas, um complemento mais imobiliário, sem o serviço de hotel e sem o tema do vinho (…) Nós achamos que faz sentido projetos de pequena dimensão verdadeiramente integrados ou seja, não é um projeto imobiliário disfarçado, é mesmo um projeto turístico no sentido que tem uma componente hoteleira muito marcada e própria onde se integrou as residências."[63]

Para os investidores o facto de construir um hotel não era suficiente sem uma boa base por trás dele – as residências. Esta realidade força-nos a dizer que os serviços hoteleiros são vistos como um elemento complementar a essas residências. Ou seja, o hotel não se pode dissociar do projeto imobiliário e tratado como um objeto independente. Compreender o investimento nas moradias torna-se essencial, uma vez que o vinho que é fabricado e comercializado no hotel surge da colheita dos titulares das casas. Desta forma percebe-se que realmente existe uma relação chegada dos blocos habitacionais com o hotel, e as habitações acabam por ser mesmo um suporte do próprio hotel. O contrário também é verdade.

> *"At l'and vineyards, the vine and the wine are more than part of the landscape. This innovative and unique residential tourism concept proposes wine as a personal experience. Here, property owners will be able to have their own grapes harvested and vinified in the main winery, where the necessary selection, crushing, fermentation, pressing, barrel aging, blending, filtering and bottling will be done. Property owners will have the benefit of the expertise of the distinguished Professor of*

[63] (Sendim, 2011, p. 7)

> *Enology at Evora University Paulo Laureano who will consult each year on private wine production."*[64]

A visão e a escala do masterplan ambicionam alcançar um público que se estabeleça no hotel mas também que permaneça numa residência permanente. Um conceito que ajuda a combater a concorrência, mas também permite encontrar outros públicos. Assim, o público-alvo do L'and Vineyards merece nota de destaque para perceber o conceito do hotel. Tanto as moradias como o hotel encontram-se francamente direcionados para um público muito particular conhecedor de vinhos ou com afinidade ao tema, embora ofereça outras componentes complementares – integra uma lógica de turismo cultural mas com características sofisticadas. Cultura, paisagem, arquitetura e imaginação, surgem aqui como ingredientes bem doseados, resultando numa oferta turística bastante interessante.

> "Mais do que um resort, procuramos que cada L'and seja um retiro exclusivo que valorize a paisagem onde proporcionamos aos nossos hóspedes um nível excepcional de serviço e uma experiência única discreta e enriquecedora. Além do alojamento, os resorts L'and integram residências personalizadas com serviço turístico, uma adega e wine club e equipamentos de desporto e welness de excelência. A cultura do vinho e da vinha é um dos aspectos essenciais da nossa identidade. Em cada resort, a vinha desenha a paisagem e uma pequena adega permite aos hóspedes vivenciar a arte da produção do vinho e aprofundar a sua cultura enológica através de provas e cursos realizados pelo enólogo residente."[65]

O modelo inovador preconizado *no L'and Vineyards* baseia-se em ideias fortes e consagra a qualidade em todos as componentes, pilares da solução. Dada a sua posição geográfica, em pleno Alentejo e longe das praias, o *L'and Vineyards* pretende assumir-se como uma alternativa viável, autêntica e de qualidade para o seu público-alvo. A estratégia assumida centra-se também em torno de valores culturais Alentejanos, nomeadamente o *culto* da vinha e do vinho. Isto implica uma seleção muito específica e restrita do seu público-alvo. O facto de se condicionar a proposta entre balizas muito estreitas, não significas que não sejam permeáveis a outros públicos. Naturalmente que o conceito subjacente a este hotel não pode ser entendido a uma escala muito reduzida, local ou regional. O projeto revela um potencial de escala suprarregional e mesmo supranacional, razão pela qual a localização não é fator de retração ou

[64] (Barata, Architecture for Tourism, 2009, p. 164)
[65] (L'and Vineyards)

inibição na angariação de públicos, pelo contrário. A escolha de nichos muito específicos reportados a um gosto sofisticado, são normalmente direcionados a classes sociais com poder económico relativamente elevado. Geralmente são utentes que se deslocam por vezes de locais distantes, tendo em vista a sua missão bem determinada de usufruir intensamente esta mescla de prazer associados – cultura, paisagem, arquitetura, gastronomia e, obviamente, o vinho. Para além do referido, este *resort* oferece um leque alargado de serviços, proporcionando aos seus clientes a satisfações de diversas necessidades. Este conceito específico implicou um cuidado exaustivo em termos dos serviços prestados. Para públicos sofisticados e exigentes a resposta é altamente qualificada, nomeadamente com recurso a funcionários bem treinados e formados.

Como já referenciado, o hotel *L'and Vineyards* não se limita a ser um simples *resort*, e engloba-se num conceito mais complexo, identificando-se claramente com as características de um hotel *boutique, design, spa,* hotel de convenções e *eco-nature*. A aposta clara na renovação das estruturas hoteleiras existentes e a criação de novas deve ser encarada com firmeza e imaginação – o espaço de atuação dos arquitetos revela-se aqui imprescindível, enquanto técnicos capazes de criar espacialidade e ambientes aprazíveis. No Hotel *L'and Vineyards* destacam-se três componentes fundamentais para o seu provável sucesso - a arquitetura, a cultura do vinho e a sustentabilidade. Oferecer experiências únicas, autênticas e surpreendentes para o individuo, são hoje fatores de diferenciação no setor do turismo. Para além de um conceito próprio forte, de oferta de serviços de qualidade, a arquitetura e a paisagem fazem do *L'and Vineyards* únicos. A aposta nestas componentes alternativas torna o L'and *Vineyards* numa referência de qualidade e de destaque no panorama nacional.

Podemos afirmar que os promotores pretendiam, não só, que o hotel oferecesse um serviço de conforto e de luxo qualificado, mas que a arquitetura tivesse um papel diferenciador e de destaque.

> " (…) baseia-se num conceito de desenvolvimento turístico inovador: a valorização da arquitectura contemporânea baseada na revisitação das casas pátios romanas e árabes com uma forte ligação interior /exterior, a cultura do vinho e da vinha e a sustentabilidade ambiental efectiva como fatores de diferenciação e qualificação."[66]

[66] (L'and Vineyards)

FIGURA 193 - ESPAÇO CENTRAL (HOTEL NO FUNDO), L'AND VINEYARDS

FIGURA 192 - ESPAÇO CENTRAL (QUARTOS NO FUNDO), L'AND VINEYARDS

Muito mais que um golpe de marketing, a arquitetura pretende ser também um fator de relevo, atração, e de certa forma, o elemento que consegue prover o "inesperado".

Concretamente, o Hotel *L'and Vineyards* divide-se por duas zonas primárias: o edifício principal e os quartos. O seu edifício principal do hotel disponibiliza um restaurante, bar, *spa* e adega. Os quartos, ao contrário do que é habitual, estão desagregados do edifício principal e encontram-se na vertente oposta a este. A razão que terá motivado os arquitetos a optar por separar fisicamente estas duas áreas terá sido possivelmente para definir concretamente uma zona comum para hóspedes do hotel e outra para os habitantes das residências do conjunto. Os quartos e as restantes habitações do complexo são então as zonas mais reservadas.

A separar o edifício principal das suítes do hotel está ainda um circuito que se cruza com uma vinha e que dá acesso á piscina exterior. José Cunhal Sendim (proprietário) refere que a paisagem em volta deste espaço central (figura 192 e 193) espelha a qualidade do espaço em torno do hotel, um ambiente em sintonia com a natureza, com a costa alentejana, com a vinha, com o lago e com o castelo de Montemor, na linha do horizonte.

O sucesso económico do L'and Vineyards é um facto constatado. A inclusão do hotel num projeto de matriz imobiliária é uma questão que suscita interesse no seu êxito. O conceito de Hotel no L'and Vineyards trilha um caminho que vai mais longe que os modelos de resposta múltipla de um hotel. Assume essas características, se nos cingirmos ao hotel como objeto isolado, mas cria uma nova realidade quando analisamos a macro escala do conjunto. O cariz imobiliário do L'and e a relação indissociável hotel/residências cria uma nova forma de pensar os empreendimentos hoteleiros – o hotel dentro de um condomínio residencial.

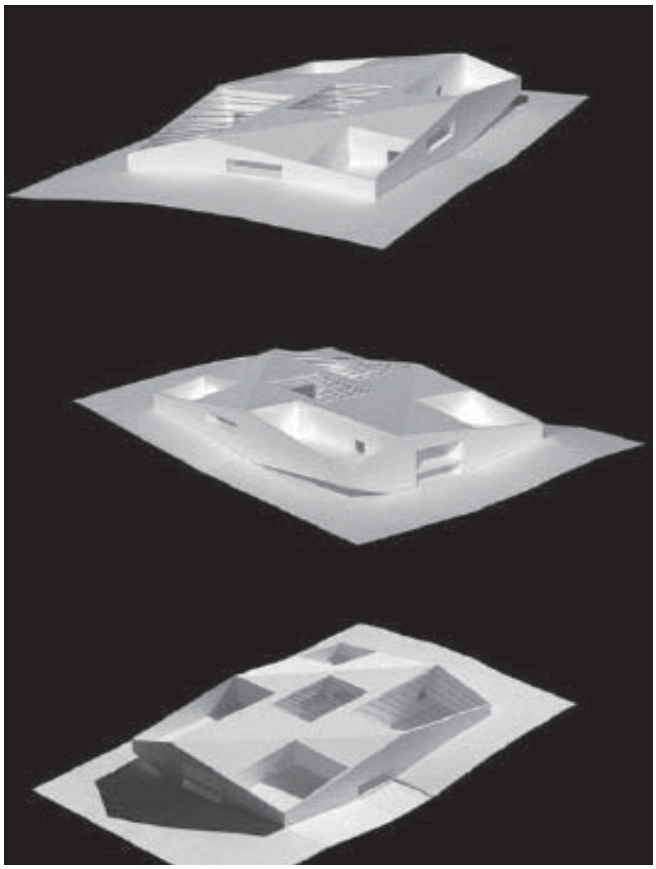


FIGURA 194 - MAQUETE, HOTEL L'AND VINEYARDS

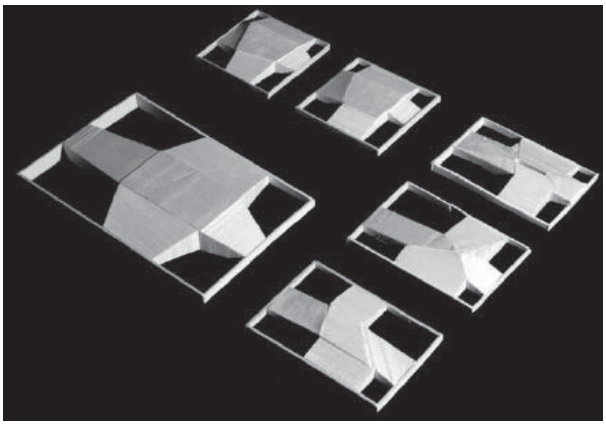


FIGURA 196 - ESTUDOS PRÉVIOS DE COMPOSIÇÃO

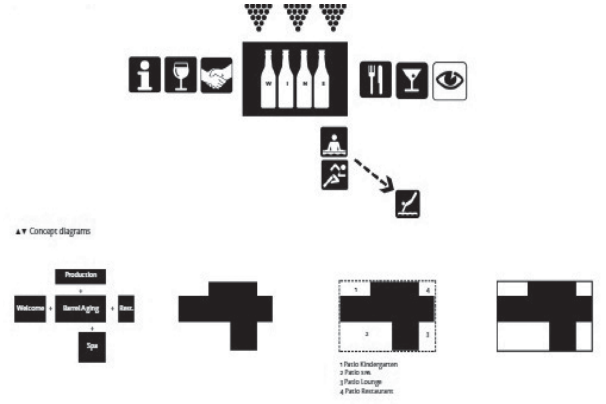


FIGURA 195 - RELAÇÃO DAS TEMÁTICAS E DOS PÁTIOS

2 - Espacialização – Modelo Arquitetónico

Nota prévia: as descrições são feitas em função da obra construída. Contudo importa referir que os desenhos facultados são ligeiramente diferentes, não correspondendo às telas finais do projeto, podendo por isso não haver plena correspondência com o que descrevemos.

Se em muitos casos de complexos turísticos em Portugal o papel da arquitetura é arredado tantas vezes para segundo plano, no *L'and Vineyards*, não só cumpre a sua normal função de construção, e de organização do espaço, mas assegura também uma missão ainda mais nobre. A arquitetura integra também o conceito. A feliz simbiose estabelecida entre a arquitetura, a paisagem, em função de um conceito (fazendo parte dele) e da sublimação dos apontamentos da cultura local (nomeadamente o vinho), convoca-nos também para a ideia de um referencial artístico. E é disso que se trata – são-nos apresentadas peças de arquitetura contemporânea que sevem também para serem fruídas, gozadas e apreciadas.

Como no início do nosso trabalho referíamos, o conceito de arquitetura é um conceito aberto e em constante ebulição. A todo o momento devemos cumprir os critérios mais objetivos da missão da arquitetura, mas também nos é permitido transcender qualquer barreira. Embora tivéssemos *in loco* apreciado a obra, não cabe a nós neste ensaio tecer considerações fora do âmbito mais objetivo da arquitetura, da sua espacialidade. Temos no entanto como certo que a proposta arquitetónica em presença não é só uma mais-valia em tese, uma premissa conceptual, mas formaliza de facto a verdadeira missão da arquitetura.

A arquitetura teve como mote a temática da vinha e do vinho, e as relações que se estabelecem com a cultura, com a paisagem, com o ambiente do Alentejo – pretendia exprimir o significado de uma dimensão cultural, valorizando-a e dando-a a conhecer. Para isso foi necessário que a arquitetura reinterpretasse os valores importantes e inerentes ao sítio e no âmbito do programa estabelecido os formalizasse.

> "Para além do vinho pensamos também na questão da arquitetura como fator fundamental de diferenciação: a arquitetura contemporânea. Procuramos que a arquitetura tivesse um tema comum, um fio condutor associado à identidade cultural da região: as casas-pátio romanas e árabes que possuem uma característica muito própria. E também no tema dos jardins mediterrâneos e jardins árabes. Os jardins árabes são muito adaptados à identidade

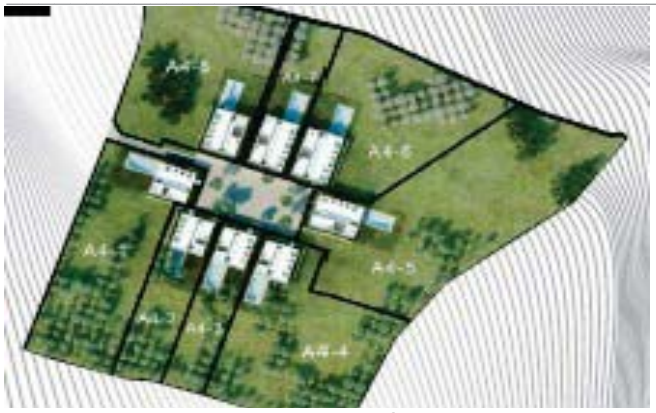


FIGURA 203 - L'AND VINEYARDS, JOSÉ PAULO DOS SANTOS

FIGURA 204 - PLANTA, L'AND VINEYARDS, JOSÉ P. DOS SANTOS

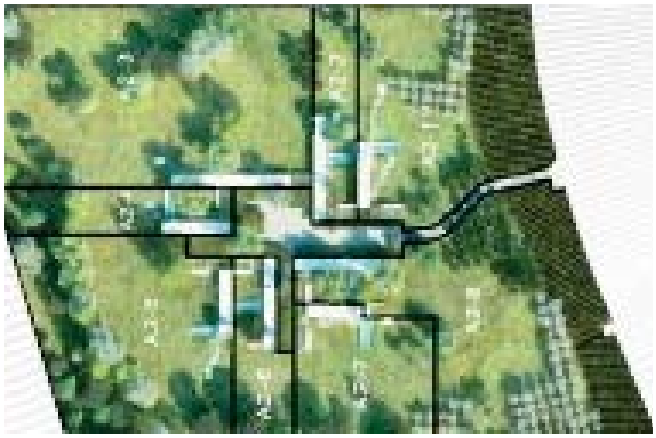


FIGURA 201 - L'AND VINEYARDS, CARRILHO DA GRAÇA

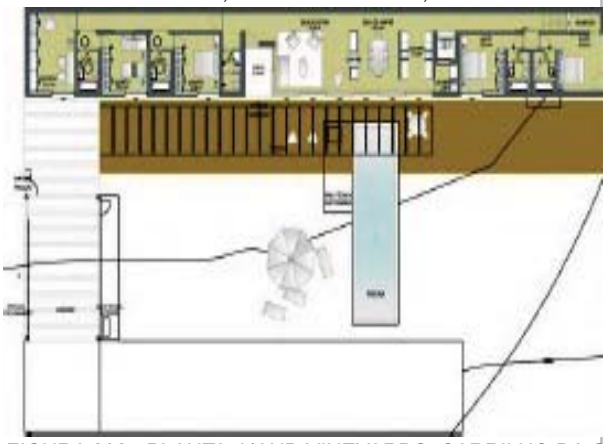


FIGURA 202 - PLANTA, L'AND VINEYARDS, CARRILHO DA GRAÇA

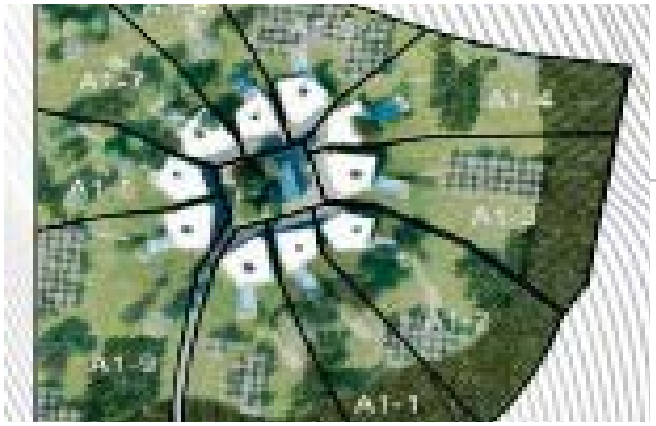


FIGURA 199 - L'AND VINEYARDS, SERGISON BATES

FIGURA 200 - PLANTA, L'AND VINEYARDS, SERGISON BATES

FIGURA 197 - L'AND VINEYARDS, PETER MAERKLI

FIGURA 198 - PLANTA, L'AND VINEYARDS, PETER MAERKLI

> do Alentejo, com a sua função com base em pomares. Eram estes três conceitos: a vinha, a arquitectura e as casas-pátio."[67]

A proposta seguiu uma regra, tanto para o hotel como para os polos habitacionais, foi dado destaque ao conceito de pátio. As casas-pátio são assim a matriz de toda a intervenção, criando relações espaciais interessantes, permitindo nomeadamente diversidade de interação entre privado-semiprivado-público, interior-exterior, luminosidade, etc.. O pátio torna-se assim um elemento regulador importante para a arquitetura das *villas* e do hotel, aliado ainda a um conjunto de jardins (árabes), e que, na globalidade, formaram a base estrutural de todo o *masterplan*. A espacialidade do conjunto sai valorizada com a introdução tanto dos pátios, como da vinha e dos jardins. Contribuem para a criação de ambientes agradáveis e ajudam na composição e na integração paisagística dos volumes edificados.

As casas-pátio concebidas em cada bloco habitacional tiverem as mais diferentes abordagens. Se por um lado o conceito estava bem definido, com regras específicas para serem tratadas por cada um dos arquitetos convidados, por outro, e como era de esperar, cada um deles criou e assumiu formalizações diversas. Ou seja, cada arquiteto trabalhou o conceito e formalizou a casa-pátio de um ponto de vista particular, e identitário.

São exemplos ilustrativos as figuras.

> "Por exemplo, os ingleses mantiveram a ideia mas com estilo romano, talvez tenham sido os que foram mais longe inspirados nas casas-pátio romanas. O Carrilho da Graça não respeitou muito a ideia de casa-pátio, fez uma coisa mais tradicional alentejana e pôs lá um pátio mais como imagem, uma entrada que faz uma referencia aos pátios; Peter Märkli pegou no conceito de pátios na entrada, o José Paulo Santos tem mesmo os pátios demarcados na estrutura da casa. Todos utilizaram o programa de forma diferente."[68]

As regras impostas pelo *masterplan* visavam sobretudo garantir qualidades específicas que garantissem uma coerência do todo. Não tanto uma uniformidade linguística e formal, mas sobretudo uniformidade concetual geral. Refere José Cunhal Sendim que as regras e recomendações impostas pelos Promontório eram a charneira de ligação de todo o conjunto e, uma forma de não resultarem realidades excessivamente desiguais no todo.

[67] (Sendim, 2011, p. 9)
[68] (Sendim, 2011, p. 9)

FIGURA 209 - HOTEL L'AND VINEYARDS, PROMONTÓRIO ARQUITECTOS

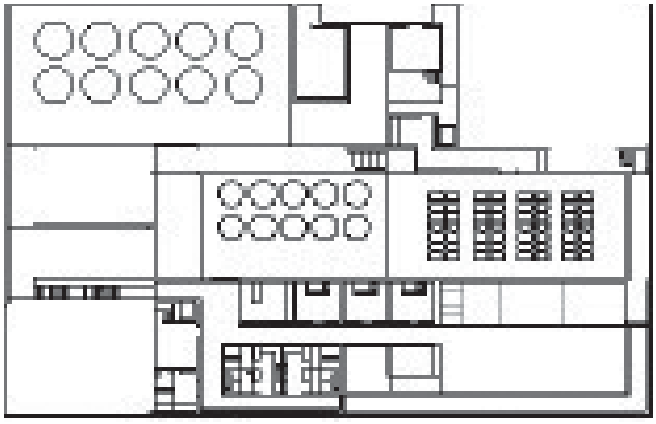


FIGURA 207 - PLANTA PISO INFERIOR, HOTEL L. VINEYARDS

FIGURA 208 - ENTRADA, HOTEL L'AND VINEYARDS

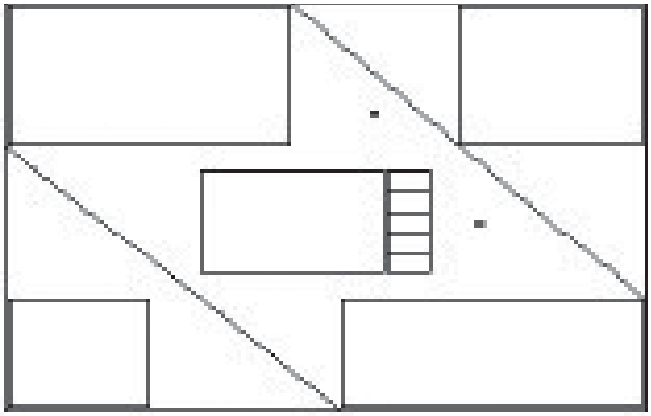


FIGURA 205 - PLANTA COBERTURA, HOTEL L'AND VINEYARDS

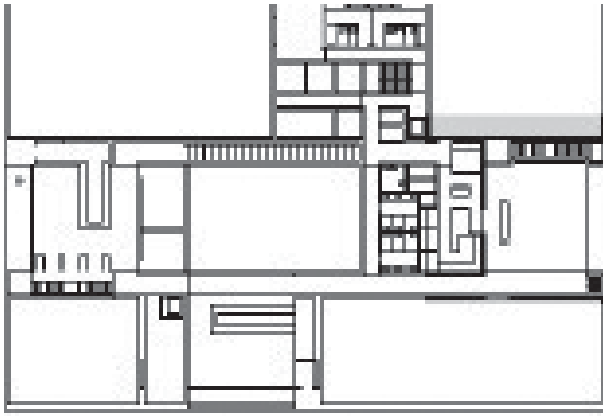


FIGURA 206 - PLANTA PISO SUPERIOR, HOTEL L. VINEYARDS

> "(…) as casas tinham de ser brancas, as coberturas teriam de ser tendencialmente planas, as casas teriam de ter preferencialmente só de um piso apenas."[69]

O enquadramento do projeto com e na paisagem é, possivelmente, a característica de maior relevo arquitetónico. Parece-nos notável o trabalho dos Promontório nomeadamente no gesto bem conseguido de integração que permite que a vinha cubra os volumes das residências, mantendo o perfil comum da paisagem alentejana. O percurso feito desde a entrada até ao hotel demonstra bem isso. Exploram-se a orientação e os campos visuais da paisagem para a qualificação dos espaços. Estabelece-se uma hierarquia para esse usufruto.

Porém, o êxtase do projeto encontra-se quando nos aproximamos do hotel. O edifício principal surge na paisagem como um bloco maciço de grande escala. Analisando-o como objeto isolado, a escala parece desproporcional com a envolvente. No local constamos o contrário. O grande bloco visto da entrada, é como um prolongamento do terreno. A forma joga com o relevo e com a sua topografia, lembrando uma forma abstrata da mesma.

O tratamento paisagístico e a feliz ligação com o espaço construído, transportam o L'and Vineyards para outra dimensão que se prolonga para o interior do volume. A continuidade espacial trata os espaços interiores numa outra dimensão e o habitar ganha uma poética própria para a hotelaria.

O Hotel *L'and Vineyards*, como já foi referido, é o elemento central e o pilar estrutural do *resort*. Relembramos que o hotel se divide em duas partes, uma constituída pelo edifício principal e outra composta pelas *suites*. O hotel encontra-se localizado junto ao lago e o seu acesso é feito por uma estrada principal que se perfila ao longo do complexo e que, por sua vez, se ramifica em percursos secundários que garantem o acesso às habitações. A entrada para o hotel é feita pelo edifício principal que alberga a adega, o spa, o restaurante e bar, assim como uma sala para conferências. Permite uma vista privilegiada sobre o castelo de Montemor-o-Novo e o lago artificial, que realça o carácter lúdico e de fruição com a natureza. Uma combinação de formas simples, mas apoiadas por caminhos mais orgânicos criam a linguagem e os sinais de referência do edifício principal do hotel. (figura 209) O conjunto destas características sustenta um "ambiente artificial" mas singular no seu interior, perfeitamente integrado.

[69] (Sendim, 2011, p. 9)

FIGURA 212 - LOBBY, HOTEL L. VINEYARDS

FIGURA 213 - RECEÇÃO (EXTERIOR), HOTEL L. VINEYARDS

FIGURA 210 - ENVOLVENTE, HOTEL L'AND VINEYARDS

FIGURA 211 - PISO SEMI-ENTERRADO, HOTEL L. VINEYARDS

O edifício principal é composto por dois pisos, um deles parcialmente soterrado, para ter um impacto mais singelo na paisagem, mas sobretudo para se tornar parte integrante desta. Torna-se claro que a intenção não é esconder ou camuflar o imóvel da paisagem, é antes afirma-lo como um elemento devidamente integrado. Como mostram as figuras 210 e 211. A entrada principal faz-se no piso superior, à cota da estrada, e apresenta um *lobby* com um pé-direito relativamente baixo, numa tentativa de criar um espaço aconchegante e hospitaleiro, fruto de características tipicamente identificáveis em hotéis boutique. No *lobby* encontra-se instalado o bar principal do hotel. Anexo a este, encontra-se também um pátio, sem ligação visual, destinado sobretudo ao apoio do bar, assegurando uma ligação com o exterior. No *lobby* a decoração apresentada assenta em tons escuros, onde ressalta o revestimento em madeira nas paredes que, juntamente com o mobiliário cuidadosamente escolhido, criam um ambiente interessante e agradável, como refere José Cunhal Sendim:

> "De forma a criar este ambiente no hotel nós procuramos ter algumas peças de autor, peças exclusivas. E neste caso não fomos ao Brasil, fomos buscar reedições de peças portuguesas, como por exemplo do arquiteto João Pedro Serôdio, do arquiteto Santa-Rita e criamos peças que têm a ver com o design português e que podem ser depois vendidas na loja. Criámos um conjunto de peças como os candeeiros. Algumas peças que fizessem parte da identidade do hotel e que pudessem depois ser vendidas ao público."[70]

O *lobby*, com luz muito ténue, serve em primeiro lugar como espaço de entrada no hotel, mas é também a articulação com os demais espaços que o compõem. No hotel *L'and Vineyards* é no *lobby* que se faz a ligação á receção (à direita) ou se acede ao piso inferior. *Lobby*, e receção são aqui funcionalmente distintos e ambientes opostos, desde logo porque o primeiro apresenta-se em penumbra e o segundo é preenchido com luz que penetra desde o pátio central e de um grande vão aberto (com varanda) para ao exterior. (figura 213) Desde o espaço da receção há um enfiamento perspético sobre os volumes que contêm os quartos (situados no outro lado da vinha central). Este espaço contém ainda um pátio secundário que para além da luz que confere a este espaço, é também o elemento de transição e separação com os quartos. A receção é composta por um grande balcão, baixo e branco, situado perpendicularmente aos dois focos de luz natural. Um elevador que dá acesso ao *spa* que se situa imediatamente por baixo da receção. Uma mesa central (com revistas e imprensa) e cadeiras estrategicamente posicionadas

[70] (Sendim, 2011, p. 9)

FIGURA 216 - SPA (INTERIOR), HOTEL L'AND VINEYARDS

FIGURA 217 - SPA (EXTERIOR), HOTEL L'AND VINEYARDS

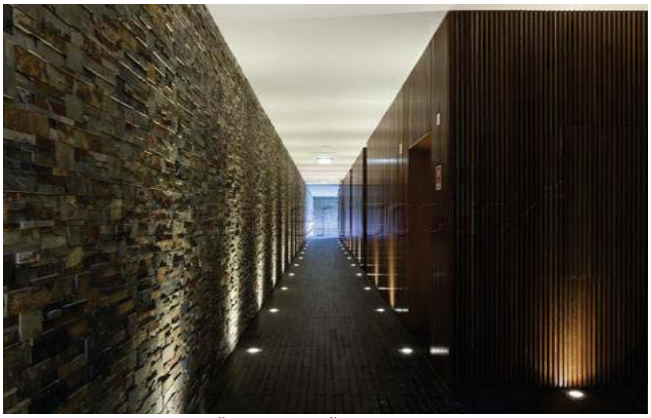


FIGURA 214 - LIGAÇÃO RECEÇÃO/REST., HOTEL L. VINEYARDS

FIGURA 215 - RESTAURANTE, HOTEL L'AND VINEYARDS

acolhem os clientes no atendimento. O elevador está revestido a madeira. Possui uma montra expositiva, que serve para colocar alguns dos artigos do hotel para venda (vinho, vestuário, livros). A inclinação, o jogo de alturas e de variações inconstantes no pé-direito da zona da receção estende-se ao longo de um corredor, junto ao pátio central, que culmina no restaurante. O percurso que é feito até à zona da restauração volta a ter tons mais escurecidos (como no *lobby*). Aqui uma das paredes é revestida a madeira, um prolongamento que vem desde área da receção; a outra parede está rebocada a branco e o pavimento tem tons escuros. A meio deste percurso encontram-se ainda os quartos de banho de serviço do hotel. Chegados ao restaurante do hotel, o espaço abre-se e a atmosfera que o rodeia torna-se novamente cheia de luz. O restaurante surge como uma imensa montra para a paisagem (figura 215). O contrário do corredor que o precede, o espaço do restaurante não só liberta o olhar, como parece fazer transportar-nos para o exterior. Apensos ao restaurante, surgem também dois pátios, o pátio do restaurante e o pátio *lounge*, que permitem desfrutar de uma refeição ao ar-livre. A decoração é semelhante aos demais espaços do hotel, sobressaindo a madeira, o branco e o negro do chão.

Voltando ao *lobby*, se optarmos por seguir desta vez para a esquerda, deparamo-nos com uma escada que dá acesso ao piso inferior do hotel. A escadaria que estamos a falar conduz-nos à adega do hotel e a uma sala destinada a acolher eventos, reuniões ou palestras - habitualmente sobre a cultura do vinho. Tal como acontece no acesso ao restaurante, o percurso para a adega também é mais escuro, estreito e apertado. Chegados à adega, encontramos uma área ampla pontuada com as pipas, distribuídas ao longo de quatro corredores no centro da sala. A espacialidade em torno da adega está repleta de luz e imperam os tons brancos. De um lado, no fundo da sala, abre-se um grande vão que transmite uma relação interior/exterior bem conseguida. No lado oposto encontra-se o pátio central, que expõe alguns contentores em alumínio (de caráter industrial para tirar partido cenográfico, conforme pretendido pelos arquitetos). José Cunhal Sendim afirma: "Sim assumiu-se as cubas como parte integrante do hotel"[71]. A sala adjacente (de reuniões) à adega, apresenta uma área ampla onde predomina o branco.

O *spa* compreende espaços como os balneários e algumas salas individuais para tratamentos específicos (sauna e *vinothérapie da Caudalie*). Figuras 216 e 217.

[71] (Sendim, 2011, p. 9)

FIGURA 223 - VARANDA (QUARTO), HOTEL L'AND VINEYARDS

FIGURA 221 - SALA DE JANTAR (QUARTO), HOTEL L. VINEYARDS

FIGURA 222 - ZONA DE QUARTOS, HOTEL L'AND VINEYARDS

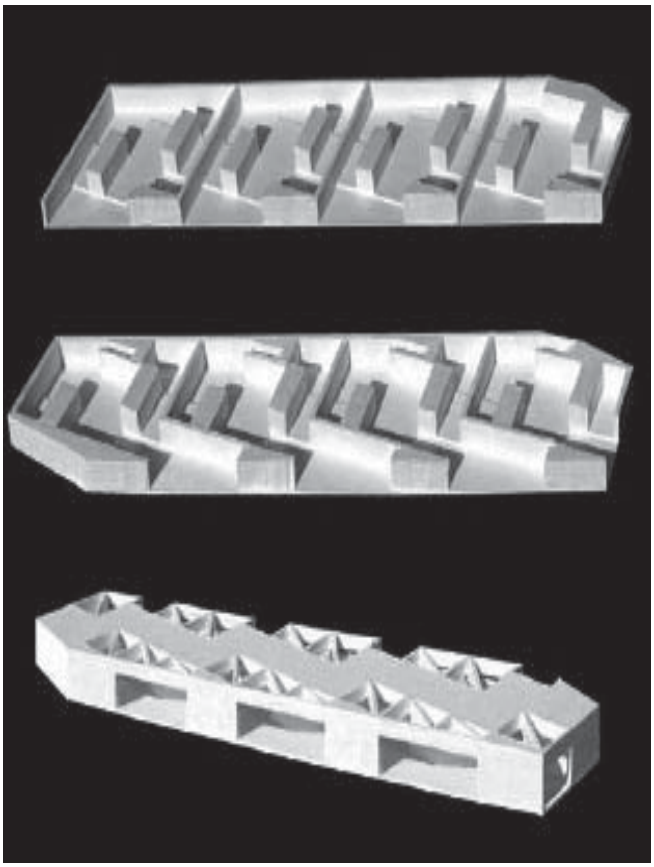


FIGURA 218 - ESQUEMA TIPOLOGIA QUARTOS, HOTEL L. VIN.

FIGURA 220 - QUARTO, HOTEL L'AND VINEYARDS

FIGURA 219 - VISTA QUARTO, HOTEL L'AND VINEYARDS

A zona de descanso (quarto) sempre foi o elemento primordial de qualquer estrutura hoteleira. Contudo, somos a ensaiar a ideia de que, em muitos casos hoje conhecidos, o quarto é tratado muito mais como o elemento acessório, embora necessário. Nesses casos o móbil principal de todo o projeto são as atividades (teoricamente) complementares. No caso presente os quartos (abrigos) foram tratados condignamente, em conformidade com a lógica global do empreendimento. Os quartos do hotel *L'and Vineyards* dividem-se por 7 blocos (seis deles com três quartos, e um com quatro) implantados na vertente oposta ao edifício principal do hotel. Para aceder aos quartos é necessário fazer um pequeno percurso a partir do hotel. Assumindo como ponto de partida a receção, e seguindo para um pátio exterior, deparamo-nos com uma escada que conduz ao piso inferior. Esta faz a ligação à zona da piscina e à entrada exterior do spa. É deste ponto que acedemos à zona dos quartos. A suíte revela um pequeno *lobby*, agrega ainda a sala de estar e de jantar, sem divisão física. Esta área serve simultaneamente como zona de chegada, espaço de estar e de refeições. Está guarnecida com diverso mobiliário (sofás, *puffs*, mesa de jantar) e, em armários embutidos, encontra-se ainda a *kitchenette*. A decoração da suíte apresenta-se semelhante à do hotel, privilegiando as madeiras e os tons de branco nos rebocos das paredes. Em frente à porta de entrada encontra-se um pequeno pátio, que para além de fornecer iluminação natural ao espaço, serve sobretudo como entrada secundária de serviço para os funcionários (para apoio e limpeza/manutenção). Ao fundo da sala avista-se um segundo pátio proporcionando a imagem de continuidade espacial daquele compartimento. Prosseguindo, junto ao pátio principal, encontra-se uma porta pivotante de acesso ao quarto. O quarto é bem iluminado, através de um grande vão que se encontra em frente da cama, com vista para a vinha e para o Castelo de Montemor-o-Novo. O vão divide-se em duas partes e uma serve de porta de acesso ao exterior, atribuindo ao quarto a particularidade de se alargar para o exterior (figura 219). O quarto segue a mesma linha de decoração da área que o precede. Uma claraboia situada por cima da cama permite preencher o quarto de luz zenital e convida os hóspedes dormir "à luz das estrelas" - trata-se de uma formalidade do hotel, fruto de uma estratégia de marketing.

Assim, os frequentadores do *L'and Vineyards*, possuem no quarto da sua suíte uma vista para a vinha (o elemento central hotel), para o castelo, assim como podem disfrutar do repouso à luz das estrelas, no enquadramento paisagístico alentejano. Junto à cama, abre-se ainda

uma porta para o quarto de banho e do qual se acede ao pátio principal (que contém uma pequena banheira de hidromassagem ao ar-livre).

As suítes do hotel *L'and Vineyards*, genericamente vivem espacialmente em torno e em função de dois pátios. Um deles, central, conforma as restantes áreas, compostas pela zona de estar, do quarto e das instalações sanitárias. De notar que apesar da implantação dos blocos de alojamento parecer aleatória, esta surge com o preciso cuidado dos arquitetos em integrar cada bloco de quartos em sintonia com a encosta e, bem assim, com a paisagem. Os quartos são sempre orientados a nascente, a mesma orientação da povoação de Montemor-o-Novo.

No sítio sente-se claramente a preocupação que terão tido os arquitetos em fazer evidenciar a paisagem que rodeia o complexo, promovendo e alimentando sistematicamente sensações aos utentes, conduzindo-os por lógicas espaciais e ambientes com o objetivo de criar afinidades - e de os tornar parte integrante da identidade do lugar. A linguagem arquitetónica contemporânea impôs-se com esplendor. A sua formalização permite uma leitura diversificada de cada espaço, experiencias sensoriais intensas e atmosferas peculiares. A arquitetura utilizou argumentos fortes e moldou-os, com volumes, luz, cor, textura e paisagem.

A ideia de fazer um hotel com um complemento residencial forte, exaltando a qualidade arquitetónica e de serviços vários, assente nos valores locais e na sua sublimação, é a grande diferença imposta pelo L'and Vineyards.

Fica aqui bem evidenciado que o *L'and Vineyards* não se enquadra em qualquer estereótipo de hotel. Pelo contrário integra uma aposta bem determinada de promover estrategicamente um projeto de cariz imobiliário diferenciador.

Há uma lógica conceptual e programática que tem sido trabalhada de formas diversas por complexos hoteleiros, geralmente com modelos de resposta múltipla de difícil enquadramento. O L'and também vai beber a esses modelos. Assume a tipologia principal de hotel *resort*, mas assimila também as características de spa, *design,* convenções e eco, e boutique – uma forma objetiva de conquistar mais públicos. Contudo, alcança uma nova forma de pensar e praticar hotelaria em Portugal. A incorporação do hotel a um conjunto de unidades habitacionais e aposta na arquitetura de qualidade bem integrada com a envolvente, obriga a repensar o conceito de hotelaria. Fica relançada a discussão no setor.

Considerações finais

A hotelaria tem um papel fulcral no setor turístico no mundo e, em particular em Portugal.

No presente estudo procurámos confirmar (em tese) a importância e o valor diferenciador da arquitetura no âmbito de um programa/projeto hoteleiro. Para tanto, empenhámo-nos em compreender o papel do hotel em termos diacrónicos e a sua intrínseca relação com as dinâmicas sociais, económicas e culturais e auscultar o lugar e o pulsar da arquitetura nessa confluência. Ao logo dos tempos os conceitos, os programas, os serviços e as correspondentes formalizações sofreram mutações evolutivas e a arquitetura sempre as acompanhou e correspondeu com respostas rigorosas e tantas vezes surpreendentes. O programa de hotel sempre colocou desafios aliciantes à arquitetura. A arquitetura continua hoje a desfrutar desse privilégio. Os programas hoteleiros e os respetivos públicos-alvo são cada vez mais diversos, exigentes, complexos e a arquitetura contemporânea tem demonstrado rigor e qualidade na formalização.

Não obstante conhecermos enquadramentos plenamente dissimulados e articulados na paisagem mais serena ou no tecido urbano consolidado, certo é que os hotéis quase sempre mereceram lugar de destaque nos contextos onde se inserem. Por um lado, porque a escala geralmente se destaca dos demais edifícios e, por outro, porque as configurações sublinham imagens arquitetónicas facilmente percetíveis. As grandes referências de hotéis que historicamente mais se evidenciaram, bem como os que na nossa contemporaneidade são dignos de relevo e sublimação, estão invariavelmente associados a aprimorados exercícios de arquitetura. A arquitetura de hotel absorve e formaliza a multidisciplinaridade técnica de diversas engenharias e saberes e, desde sempre, lhe conhecemos os condimentos de outras artes, nomeadamente decorativas. São raras as exceções em que o arquiteto toma lugar no todo e em que a arquitetura do hotel se torna desprovida de decoração. Geralmente à arquitetura de hotel encontramos associadas soluções exemplares de complementaridade disciplinar, entre os arquitetos, os designers e artistas plásticos, criando-se espacialidades e ambientes francamente qualificados e aprazíveis. Com isto a arquitetura não perde o seu lugar fundamental na estruturação e espacialização do hotel, apenas se reforça, através de outros valores que convergem para o mesmo fim.

O setor hoteleiro, não sendo exclusivo, é também referencialmente importante para a valorização do património natural e construído. Por vezes permite-se explorar operações exemplares de revitalização de estruturas urbanas debilitadas, promovendo operações de dignificação do edificado, reabilitando-o e requalificando-o, promovendo novos usos, conferindo vitalidade aos sítios e dinâmicas importantes nos âmbitos socioculturais, económicos. Mas a arquitetura de hotel impõe-se também pela sua ímpar capacidade de fazer cidade, formalizando objetos de forte pendor centrípeto e polarizador e, geralmente, de qualificação dos espaços onde se integram.

Se antigamente se construía para uma vida, com vista à perenidade da obra, hoje o conceito é substituído pelo seu caracter mais efémero. A arquitetura de hotel traduz-se hoje em formalizações programadas para tempos de uso relativamente curtos, para ciclos de cerca de duas a três décadas. São processos regenerativos de programas hoteleiros de ponderação económica a que a arquitetura contemporânea responde eficazmente.

Arquitetura e hotelaria suportam propósitos comuns, condições que valorizam o património arquitetónico contemporâneo e que servem os interesses hoteleiros. Podemos afirmar sem receio que a arquitetura contemporânea tem um papel inestimável e determinante na afirmação de valores que só a própria disciplina veicula, proporcionando assim asseveração e dignificação do próprio setor hoteleiro, tão relevante para a economia nacional.

Como bem ficou demonstrado neste ensaio, nomeadamente no caso de estudo, os interesses hoteleiros, nomeadamente os novos programas e desafios e os emergentes conceitos mais ousados, gozam de uma plena relação de convivialidade e simbiose com as respostas sábias da arquitetura contemporânea. Essa abertura de novos conceitos e desafios são também uma possibilidade para a arquitetura se mostrar na sua plenitude. A resposta da arquitetura aos novos desafios do projeto de hotel, segue hoje o caminho da experimentação concetual, funcional e formal, desenvolvendo novas tipologias e espacialidades. Verifica-se um claro afastamento e uma tentativa de rutura com modelos estereotipados. A hotelaria abre assim uma montra única para a arquitetura se poder afirmar como disciplina inovadora. Em todos os exemplos estudados confirmámos que, quando é dado à arquitetura a sua verdadeira dimensão (sempre diferenciadora e imaginativa) de qualificação de espaços, de formalização de ambientes, então resulta dignificado o programa, o projeto e a obra. Cada vez mais os promotores acreditam nesta evidência de que a arquitetura é determinante para resolução dos

velhos e dos novos conceitos emergentes no setor hoteleiro, trazendo mais-valia qualitativa aos programas, mais ou menos ambiciosos e inovadores.

A tentativa de mudança de paradigma deve-se também ao facto do cidadão/utente ser cada vez mais esclarecido, exigente e especializado. O mercado hoteleiro está cada vez mais atento, recetivo e vocacionado para cativar novos nichos de mercado. Encontrámos hotéis com programas funcionais básicos (mas especializados e bem ponderados) e outros com programas extremamente complexos, abrangendo um extenso conjunto de atividades (nomeadamente de ordem cultural) complementares ao serviço mínimo de simples alojamento.

O caso de estudo L'and Vineyards serve ao nosso trabalho como exemplo da resposta cabal e imprescindível da arquitetura às novas dinâmicas, vicissitudes, desafios e imaginários atuais da hotelaria. A capacidade de produzir territórios de excelência mostra a aptidão da arquitetura enfrentar outros desafios. No L'and Vineyards conseguimos perceber que é possível urbanizar o rural com qualidade porque (nomeadamente) se associou um programa hoteleiro a um projeto de arquitetura. A arquitetura revela-se aqui não só sob o ponto de vista formal da disciplina (de qualificação dos espaços), mas também com a missão objetiva de suporte aos promotores do projeto com vista à maior capacidade competitiva no mercado. Tal fim serve também a arquitetura.

Terminamos dizendo que, não obstante as vicissitudes e os constrangimentos diversos que ultrapassámos, é gratificante sentirmo-nos (humildemente) reforçados no nosso conhecimento sobre a matéria em apreço. Trata-se de um trabalho de ordem académica de forte pendor formativo o qual, permitam-nos, sentimos como muito profícuo.

Bibliografia

(s.d.).

Andrade, N., de Brito, P. L., & Jorge, W. E. (1999). *Hotel:Planejamento e Projeto.* São Paulo: Editora Senac.

Barata, P. M. (2008). Em Casa de Nestor. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel* (p. 155). Porto: Fundação Serralves.

Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism* (1ª ed.).

Barata, P. M. (Outubro de 2011). Elogio à Autenticidade. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37*, pp. 12-15.

Bauman, Z. (2005). *Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi.* Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.

Booking.com. (06 de Março de 2012). *Martinhal Beach Resort & Hotel*. Obtido de www.booking.com: http://www.booking.com/hotel/pt/martinhal-resort.pt.html?aid=311098;label=martinhal-resort-Jlwf1wYzAN3k60oqla1HdAS3323179817;ws=&gclid=CP-rpqHd0q4CFcENfAodWzNb_A

Botelho, G. (2009, Novembro 21). Espaços&Casas, 33. *Sic Noticias*. Recuperado em 2012, Março 2, de <http://www.go-to.pt/v_view120.html>.

Cambridge University Press. (2011). *Cambridge Dictionaries Online.* Recuperado em 2012, Abril 27, de <http://dictionary.cambridge.org/dictionary/british/hospitable?q=hospitably>.

Castelli, G. (2000). *Administração Hoteleira.* Caxias do Sul: EDUCS.

Catalán, A. (2008). Hospitalidade: Video Entrevistas a Arquitectos, Designers e Hoteleiros. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel* (pp. 156-159). Porto: Fundação Serralves.

Citterio, A. (2008). Hospitalidade: Video Entrevistas a Arquitectos, Designers e Hoteleiros. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel* (pp. 156-159). Porto: Fundação Serralves.

Coles, J., & House, N. (2008). *Fundamentos de Arquitectura de Interiores.* Promopress.

Dias, R., & Aguiar, M. R. (2002). *Fundamentos do Turismo: Conceitos, normas e definições.* São Paulo: Editora Alinea.

Duarte, R. B. (Setembro de 2006). O desenho Essencial e as Dimensões do Habitar. *Arquitectura Ibérica: Habitar/Housing, 9*, pp. 4-13.

Enciclopédia Luso-Brasileira de Cultura, 10. (s.d.). Lisboa: Verbo.

Hannah, S. (2008). Hotéis Como Casas. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel* (p. 177). Porto: Fundação Serralves.

Herwig, O. (2008). Mundo de Sonho: Arquitectura e Entretenimento. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel* (pp. 272-273). Porto: Fundação Serralves.

Júdice, J. M. (2008). Hospitalidade: Video Entrevistas a Arquitectos, Designers e Hoteleiros. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel* (pp. 156-159). Porto: Fundação Serralves.

L'and Vineyards. (s.d.). *L'and Vineyards: Outstanding, Nature, Resort*. Obtido em 28 de Abril de 2012, de Web site de L'and Vineyards: http://www.l-andvineyards.com/pt/

Lawson, F. (2003). *Hotéis e Resorts: Planejamento, Projeto e Reforma.* (A. Salvaterra, Trad.) Porto Alegre: Bookman.

Lentz, L. C. (2011). Building Types Study: Hotels. *Architectural Record: Design Vanguard 2011, 2011/12*, pp. 85-99.

Lobo, S. (2007). A Colonização da Linha de Costa: Da Marginal ao «Resort». *Jornal Arquitectos, 227*, 18-25.

Maciel, M. J. (2010). *Vitrúvio: Tratado de Arquitectura.* Lisboa: IST PRESS.

Martins, L. S. (2011). *Turismo, Investigação e Formação - Tendências e Desafios em Tempos de Mudança.* Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

McDonough, B. (2001). *Building type basics for hospitality facilities.* New York: John Wiley & Sons, Inc.

Melendo, J. M. (2007). *De La Ventana Horizontal Al Brise-Soleil De Le Corbusier.* Estudo Final para Obtenção do Grau de Bacharel em Turismo, Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Sevilla, Sevilha, Espanha.

Menezes, J. F. (Outubro de 2011). Hotel e Spa de Porto Santo. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37*, pp. 94-101.

Moholy-Nagy, L. (2005). *Pintura, fotografía, cine y otros escritos sobre fotografía.* Barcelona: Gustavo Gili.

Moura, S. B. (2006). *Turismo e Hotelaria: Os Resorts como um destino turístico.* Estudo Final para Obtenção do Grau de Bacharel em Turismo, Instituto de Ciências Sociais e Aplicadas, Nova Hamburgo, Brasil.

Neufert, E. (1965). *A Arte de Projetar em Arquitetura.* São Paulo: Gustavo Gili do Brasil.

Pereira, F. F., & Coutinho, H. R. (2007). Hotelaria: Da Era Antiga aos Dias Atuais. *Revista Aboré, 03/2007*. Versão electrónica. Recuperado em 2012, Janeiro 29, de http://www.revistas.uea.edu.br/old/abore/artigos/artigos_3/Francisca%20Felix%20Pereira.pdf.

Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves.

Schenini, P. C., Lemos, R. N., & Silva, F. A. (s.d.). *Gestão Ambiental no Segmento Hoteleiro.*

Sendim, J. C. (Outubro de 2011). Entrevista a José Cunhal Sendim. (M. Toussaint, Entrevistador)

Sennot, R. S. (2004). *Encyclopedia of 20th Century Architecture* (Vols. 1 A-F). New York: Taylor & Francis Books, Inc.

Siza, Á. (2008). Hospitalidade: Video Entrevistas a Arquitectos, Designers e Hoteleiros. In L. T. Pereira, *Reacção em Cadeia: Trasnformações na Arquitectura do Hotel* (pp. 156-159). Porto: Fundação Serralves.

Sturgis, R. (1989). *Sturgis' Illustrated Dictionary of Architecture and Building: an unabridged reprint of the 1901-2 edition.* Dover Publications, Inc.

Veiga, J. E. (2005). *Desenvolvimento Sustentável.* Rio de Janeiro: Garamond.

Vickers, G. (2005). *21st century hotel.* London: Laurence King Publishing Ltd.

Zumthor, P. (s.d.). *Pensar a Arquitectura.* Gustavo Gili.

Fontes de Imagens

Figura 1 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. Capa

Figura 2 | Disponível em: http://partilhandohistoria.webnode.com/news/o-mundo-romano-no-apogeu-do-imperio/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 3 | Disponível em: http://www.tnation.com/free_online_article/sex_news_sports_funny_grok/youll_shoot_your_eye_out (Consult. em 25-07-12)

Figura 4 | Martins, L. S. (2011). *Turismo, Investigação e: Formação: Tendências e Desafios em Tempos de Mudança.* Porto: Faculdade de Letras e Autores. P.11

Figura 5 | Martins, L. S. (2011). *Turismo, Investigação e: Formação: Tendências e Desafios em Tempos de Mudança.*Porto: Faculdade de Letras e Autores. P.12

Figura 6 | Daniel, Ana Cristina Marques (2010). *Caracterização do Sector Turístico em Portugal*. Guarda: Revista de Estudos Politécnicos. P. 261

Figura 7 | Daniel, Ana Cristina Marques (2010). *Caracterização do Sector Turístico em Portugal*. Guarda: Revista de Estudos Politécnicos. P. 262

Figura 8 | Fotografia recolhida pelo sujeito de investigação. Maio de 2012

Figura 9 | Fotografia recolhida pelo sujeito de investigação. Maio de 2012

Figura 10 | Sennot, R. S. (2004). *Encyclopedia of 20th Century Architecture* (Vols. 1 A-F). New York: Taylor & Francis Books, Inc.

Figura 11 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.20

Figura 12 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.36

Figura 13 | Disponível em: http://www.forbes.com/2006/01/25/cx_sb_0126featslide_8.html (Consult. em 26-07-12)

Figura 14 | Disponível em: http://www.historiadeportugal.info/o-palacio-hotel-do-bussaco/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 15 | Disponível em: http://www.portugalvirtual.pt/hoteis/lisboa.php#.UBUXVWH2ZO0 (Consult. em 26-07-12)

Figura 16 | Disponível em: http://www.betar.pt/pt/item/11-clientes/182-manuel-tainha (Consult. em 26-07-12)

Figura 17 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.36

Figura 18 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.36

Figura 19 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.36

Figura 20 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.38

Figura 21 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.36

Figura 22 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.38

Figura 23 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.36

Figura 24 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.38

Figura 25 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.36

Figura 26 | Neri, Lyndon; Hu, Rossana (2010). Hotel Water House. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.38

Figura 27 | Disponível em: http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/madrid/hotel_puerta_america_richardgluckman_1.jpg (Consult. em 24-07-12)

Figura 28 | Disponível em: http://www.e-architet.co.uk/images/jpgs/madrid/hotel_puerta_america_kathrynfindlay_1.jpg (Consult. em 24-07-12)

Figura 29 | Disponível em: http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/madrid/hotel_puerta_america_mariscal_salas.jpg (Consult. em 24-07-12)

Figura 30 | Disponível em: http://5thgoup.wordpress.com/2009/10/29/hotel-puerta-de-america-madrid-2/ (Consult. em 24-07-12)

Figura 31 | Disponível em: http://1.bp.blogspot.com/_2QcN0OV8SyY/TJlOV3r2Y4I/AAAAAAAABhQ/Bl3SyVTzOPA/s1600/the-waterhouse-hotel_shanghai_ch-3.jpg (Consult. 24-07-12)

Figura 32 | Disponível em: http://lightformblog.wordpress.com/2010/09/10/inspiration-waterhouse-hotel-in-shanghai/ (Consult. 24-07-12)

Figura 33 | Disponível em: http://phorm-design-life.blogspot.pt/2010/09/waterhouse-hotel-shanghai.html (Consult. 24-07-12)

Figura 34 | Disponível em: http://www.dezeen.com/2010/09/06/the-waterhouse-at-south-bund-by-nhdro/ (Consult. 24-07-12)

Figura 35 | Drucker, Monica; Otero, Ruben (2004-2010). Hotel Makenna Resort. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P. 86

Figura 36 | Drucker, Monica; Otero, Ruben (2004-2010). Hotel Makenna Resort. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.84

Figura 37 | Disponível em: http://www.timetogo.com/index.php?option=com_pti&view=pti&id=2015&Itemid=9&lang=pt (Consult. em 02-04-12)

Figura 38 | Disponível em: http://www.secretplaces.com/hotels/portugal/algarve/sagres/martinhal-beach-resort--hotel/pt/ (Consult. em 02-04-12)

Figura 39 | Disponível em: http://www.martinhal.com/Property%20Sales/Ocean%20Houses (Consult. em 02-04-12)

Figura 40 | Disponível em: http://www.foursteel.eu/pt/projectos.2/mercado-nacional.25.html (Consult. em 02-04-12)

Figura 41 | Disponível em: http://edifick.com/hotel-puerta-america-projeto-em-destaque/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 42 | Disponível em: http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/madrid/hotel_puerta_america_richardgluckman_1.jpg (Consult. em 24-07-12)

Figura 43 | Disponível em: http://www.hometrend.org/32605/natural-the-makenna-resort-by-drucker-architects-in-itacare-brazil/luxurious-the-makenna-resort-by-drucker-architects-in-itacar-brazil-3/ (Consult. em 27-07-12)

Figura 44 | Drucker, Monica; Otero, Ruben (2004-2010). Hotel Makenna Resort. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P. 93

Figura 45 | Drucker, Monica; Otero, Ruben (2004-2010). Hotel Makenna Resort. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P. 87

Figura 46 | Disponível em: http://www10.aeccafe.com/blogs/arch-showcase/2012/01/10/makenna-resort-in-itacare-brazil-by-drucker-architecture/ (Consult. em 27-07-12)

Figura 47 | Drucker, Monica; Otero, Ruben (2004-2010). Hotel Makenna Resort. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P. 88

Figura 48 | Drucker, Monica; Otero, Ruben (2004-2010). Hotel Makenna Resort. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P. 90

Figura 49 | Disponível em: http://clippings.com/projects/casa-do-conto-43070 (Consult. em 27-07-12)

Figura 50 | Disponível em: http://mickeysgirl.com/blog/?paged=13 (Consult. em 27-07-12)

Figura 51 | Disponível em: http://portugalconfidential.com/2011/11/casa-do-conto-design-boutique-hotel-porto-oporto/ (Consult. em 27-07-12)

Figura 52| Disponível em: http://portugalconfidential.com/2011/11/casa-do-conto-design-boutique-hotel-porto-oporto/ (Consult. em 27-07-12)

Figura 53 | Disponível em: http://www.destinosdeviagem.com/areias-do-seixo-charm-hotel-torres-vedras/ (Consult. em 26-07-2012)

Figura 54 | Disponível em: http://www.youtube.com/user/StyleHotels (Consult. em 26-07-12)

Figura 55 | Disponível em: http://www.archdaily.com/43294/la-mola-conference-centre-b720/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 56 | Disponível em: http://www.archdaily.com/43294/la-mola-conference-centre-b720/south-elevation-15/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 57 | Disponível em: http://www.archdaily.com/43294/la-mola-conference-centre-b720/level-05-plan/

Figura 58 | Disponível em: http://www.archdaily.com/43294/la-mola-conference-centre-b720/ (Consult. em 27-07-12)

Figura 59 | Disponível em: http://paginas.fe.up.pt/~binporto2012/index.php?option=com_k2&view=item&id=186:hotels&Itemid=108 (Consult. em 25-07-12)

Figura 60 | Disponível em: http://historiasdecoelhos.blogspot.pt/2010_11_01_archive.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 61 | Menezes, J. F. (2002-2008). Hotel e Spa de Porto Santo. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.96

Figura 62 | Menezes, J. F. (2002-2008). Hotel e Spa de Porto Santo. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.96

Figura 63 | Disponível em: http://vidagopalacehotelchaves.onestophoteldeals.com/vidagopalacehotelchaves+pt.htm (Consult. em 25-07-12)

Figura 64 | Disponível em: http://belezaserrana.blogs.sapo.pt/51681.htm (Consult. em 25-07-12)

Figura 65 | Disponível em: http://ultimasreportagens.com/638.php (Consult. em 25-07-12)

Figura 66 | Disponível em: http://ultimasreportagens.com/638.php (Consult. em 25-07-12)

Figura 67 | Disponível em: http://margamariz.blogs.sapo.pt/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 68 | Disponível em: http://ultimasreportagens.com/638.php (Consult. em 25-07-12)

Figura 69 | Disponível em: http://www.wayfaring.info/2010/10/03/porto-santo-hotel-and-spa/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 70 | Disponível em: http://www.hotelportosanto.com/pt/fotografias/spa.htm (Consult. em 25-07-12)

Figura 71 | Disponível em: http://www.archdaily.com.br/55344/apart-hotel-clara-elenberg-fraser-architecture/clara-display-suite_elenberg-fraser-architecture_1078630202_081102-5694cmyk/ (Consult. 26-07-12)

Figura 72 | Disponível em: http://www.archdaily.com.br/55344/apart-hotel-clara-elenberg-fraser-architecture/clara-display-suite_elenberg-fraser-architecture_529325658_081102-5560cmyk/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 73 | Disponível em: http://www.archdaily.com.br/55344/apart-hotel-clara-elenberg-fraser-architecture/clara-display-suite_elenberg-fraser-architecture_43318438_081102-5794cmyk/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 74 | Disponível em: http://www.archdaily.com.br/55344/apart-hotel-clara-elenberg-fraser-architecture/clara-display-suite_elenberg-fraser-architecture_1677780341_081102-5641cmyk/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 75 | Disponível em: http://www.archdaily.com.br/55344/apart-hotel-clara-elenberg-fraser-architecture/a_pl_int_exploded-dgn/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 76 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.62

Figura 77 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.62

Figura 78 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.63

Figura 79 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.63

Figura 80 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.63

Figura 81 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves.P.63

Figura 82 | Disponível em: http://been-seen.com/travel-spots/raising-from-the-ruins (Consult. em 26-07-12)

Figura 83 | Disponível em: http://karmatrendz.wordpress.com/2009/09/26/paco-de-pombeiro-rural-hotel-by-ezzo/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 84 | Disponível em: http://inhabitat.com/retrofitted-hotel-revives-past-for-eco-friendly-future/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 85 | Disponível em: http://inhabitat.com/retrofitted-hotel-revives-past-for-eco-friendly-future/paco-de-pombeiro-ezzo_ed25-2/ (Consult. em 26-07-12)

Figura 86 | Disponível em: http://www.geocaching.com/seek/log.aspx?LUID=454246c8-4f6c-47b4-910d-45c2b189b2ac&IID=eec87133-7479-4f6d-8039-2ecbf8f5ed33 (Consult. em 26-07-12)

Figura 87 | Disponível em: http://www.tagus-ri.pt/aquapaper-08.html (Consult. em 26-07-12)

Figura 88 | Disponível em: http://www.sebodomessias.com.br/sebo/(S(fcxy0e453htqtr45d031bki1))/detalheproduto.aspx?idItem=376299 (Consult. em 25-07-12)

Figura 89 | Disponível em: http://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-401590250-teorias-e-historia-de-la-arquitectura-manfredo-tafuri-_JM (Consult. em 25-07-12)

Figura 90 | Maciel, M. J. (2010). *Vitrúvio: Tratado de Arquitectura.* Lisboa: IST PRESS. Capa

Figura 91 | Disponível em: http://radaris.com/p/N/Sturgis/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 92 | Neufert, E. (1965). *A Arte de Projectar em Arquitectura.* São Paulo: Gustavo Gili. P.331

Figura 93 | Disponível em: http://www.lifecooler-travel.com/entidade.aspx?idhotel=1626 (Consult. em 25-07-12)

Figura 94 | Disponível em: http://destinia.com/hotels/egatur-maia/maia/porto/portugal/europa/157973/pt (Consult. em 25-07-12)

Figura 95 | Disponível em: http://www.malapronta.com.br/hotel/hotel-premium-porto (Consult. em 25-07-12)

Figura 96 | Disponível em: http://turismo.maiadigital.pt/ocm5/motor/display_texto.asp?pagina=hotelegatur4200407065933028&bd=turismo (Consult. em 25-07-12)

Figura 97 | Neufert, E. (1965). *A Arte de Projectar em Arquitectura.* São Paulo: Gustavo Gili. P.451

Figura 98 | Material fornecido pelo Hotel Premium Porto

Figura 99 | Material fornecido pelo Hotel Premium Maia

Figura 100 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 101 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 102 | Disponível em: http://booked.com.pt/hotel/premium-porto-386300 (Consult. em 25-07-12)

Figura 103 | Disponível em: q.bstatic.com/images/hotel/max300/983/9834865.jpg (Consult. em 25-07-12)

Figura 104 | Disponível em: http://booked.com.pt/hotel/premium-porto-386300 (Consult. em 25-07-12)

Figura 105 | Disponível em: http://porto.costasur.com/portugal/norte/oporto/hotel-premium-porto-centro/es/2519942/index.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 106 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 107 | Disponível em: hoteis.costasur.com/portugal/norte/maia/hotel-premium-porto-maia/pt/imagem-1-4.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 108 | Disponível em: hoteis.costasur.com/portugal/norte/maia/hotel-premium-porto-maia/pt/imagem-1-6.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 109 | Disponível em: hoteis.costasur.com/portugal/norte/maia/hotel-premium-porto-maia/pt/imagem-1-3.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 110 | Disponível em: http://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g1066093-d1208248-Reviews-Hotel_Premium_Maia-Maia_Porto_District_Northern_Portugal.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 111 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 112 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 113 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 114 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 115 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 116 | Material alterado pelo sujeito de investigação

Figura 117 | Disponível em: http://casa.sapo.pt/Noticias/?ID=13670 (Consult em 24-07-12)

Figura 118 | Disponível em: http://madeiratravelnews.com/?p=1716 (Consult em 24-07-12)

Figura 119 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.31

Figura 120 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.30

Figura 121 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.30

Figura 122 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.30

Figura 123 | Disponível em: http://www.paris-map.net/pf/mini/hotel_Hotel_Fouquet_s_Barriere_Paris_231_712_1.htm (Consult em 23-07-12)

Figura 124 | Disponível em: www.besttravelhotel.com/Paris-best-hotel-holiday-and-travel/Hotel-Fouquests-Barriere-Paris.html (Consult em 23-07-12)

Figura 125 | Disponível em: http://olhares.sapo.pt/hotel-fouquets-barriere-foto4060823.html (Consult em 23-07-12)

Figura 126 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.80

Figura 127 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.80

Figura 128 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.80

Figura 129 | Disponível em:

Figura 130 | Disponível em:

Figura 131 | Disponível em: http://www.portaldarte.com.br/noticias/tadao-ando-claude-monet.html (Consult. em 23-07-12)

Figura 132 | Disponível em: http://www.anothermag.com/current/gallery.aspx?id=415&image=16099 (Consult. em 23-07-12)

Figura 133 | Disponível em: http://snyderstudio.wordpress.com/page/4/ (Consult. em 23-07-12)

Figura 134 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.45

Figura 135 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.45

Figura 136 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.45

Figura 137 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.31

Figura 138 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.32

Figura 139 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.32

Figura 140 | Promontório Arquitectos (2007-2010). Hotel Inspira Lisboa. *Arquitectura Ibérica: Hotéis/Hotels, 37.* P.33

Figura 141 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.81

Figura 142 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.81

Figura 143 | Disponível em: http://joelleproject.wordpress.com/2009/03/03/the-hotel-lucerne-by-jean-nouvel1998-2000/ (Consult. em 23-07-12)

Figura 144 | Disponível em: http://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g187147-d188742-Reviews-Hotel_Fouquet_s_Barriere-Paris_Ile_de_France.html (Consult. em 23-07-12)

Figura 145 | Disponível em: http://gdr.typepad.com/weblog/2007/01/fouquets_barrir.html (Consult. em 23-07-12)

Figura 146 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.92

Figura 147 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.92

Figura 148 | Disponível em: http://www.house42.com/2009/08/31/hotel-fouquets-barriere-paris/ (Consult. em 23-07-12)

Figura 149 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.44

Figura 150 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.45

Figura 151 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.45

Figura 152 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.144

Figura 153 | Pereira, L. T. (2008). *Reacção em Cadeia: Transformações na Arquitectura do Hotel.* Porto: Fundação de Serralves. P.144

Figura 154 | Disponível em: http://www.relax.com.sg/relax/media/255720.html (Consult. em 23-07-12)

Figura 155 | Disponível em: http://www.pelican-travel.net/en/hotelinfo.php?frCd=japan&htlCd=BENESSE Consult. em 23-07-12)

Figura 156 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.38

Figura 157 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.41

Figura 158 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.70

Figura 159 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.73

Figura 160 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.86

Figura 161 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.98

Figura 162 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.52

Figura 163 | Oliva, Miguel (2008). *Arquitectura e Turismo: Evolução do Modelo Hoteleiro Moderno Português.* Prova Final de Licenciatura em Arquitectura. P.60

Figura 164 | Disponível em: http://wallpapers.free-review.net/63__Bellagio_Hotel_and_Casino_Las_Vegas_NV.htm (Consult. em 23-07-12)

Figura 165 | Disponível em: http://www.kayak.com/Las_Vegas-Hotels.ARIA_Resort_%26_Casino_at_CityCenter-Photos.208956.p.ksp (Consult. em 23-07-12)

Figura 166 | Disponível em: http://kyahara.blogspot.pt/2010/08/viagens-de-sonho-hotel-emirates-palace.html (Consult. em 23-07-12)

Figura 167 | Disponível em: http://pt.petrophoto.net/foto-palacio-dos-emirados--80-3-htm (Consult. em 23-07-12)

Figura 168 | Disponível em: http://www.propeller-island.de/rooms_neu/room_detail/31/index.php (Consult. em 25.07-12)

Figura 169 | Disponível em: http://cosmonavigator.wordpress.com/tag/capsule-hotel/ (Consult. em 25.07-12)

Figura 170 | Disponível em: http://www.travelandleisure.com/articles/worlds-strangest-prisons (Consult. em 25.07-12)

Figura 171 | Disponível em: http://www.tocadacotia.com/10/10-hoteis-muito-originais (Consult. em 25.07-12)

Figura 172 | Disponível em: http://www.nuffy.net/cool/pics/hotel-made-of-ice-and-snow.html (Consult. em 25.07-12)

Figura 173 | Disponível em: http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=61271077 (Consult. em 25.07-12)

Figura 174 | Disponível em: http://www.hoteis.com/ho273423/tivoli-victoria-the-residences-at-victoria-vilamoura-portugal/ (Consult. em 25.07-12)

Figura 175 | Disponível em: http://www.kiwicollection.com/hotel-detail/tivoli-victoria (Consult. em 25.07-12)

Figura 176 | Disponível em: http://www.mundolowcost.com/hotel-low-cost-no-bairro-alto/ (Consult. em 23.07-12)

Figura 177 | Disponível em: http://www.asiarooms.com/en/portugal/lisboa/209879-evidencia_light_sta_catarina_hotel-hotel-gallery.html (Consult. em 23.07-12)

Figura 178 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.) P.163 e 164

Figura 179 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P. 165 e 166

Figura 180 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.173

Figura 181 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.169

Figura 182 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.170

Figura 183 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.174

Figura 184 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-peter-markli/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 185 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-peter-markli/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 186 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-sergison-bates/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 187 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-sergison-bates/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 188 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jlcg/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 189 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jlcg/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 190 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jose-paulo-dos-santos/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 191 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jose-paulo-dos-santos/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 192 | Disponível em: http://www.andthisisreality.com/2011/05/culturalities-land-vineyards-o-turismo.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 193 | Disponível em: http://travelmodus.com/land-vineyards.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 194 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.168

Figura 195 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.167

Figura 196 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.167

Figura 197 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-peter-markli/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 198 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-peter-markli/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 199 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-sergison-bates/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 200 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-sergison-bates/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 201 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jlcg/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 202 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jlcg/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 203 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jose-paulo-dos-santos/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 204 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/residencias/villas/villas-by-jose-paulo-dos-santos/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 205 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.168

Figura 206 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.168

Figura 207 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.168

Figura 208 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.169

Figura 209 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.169

Figura 210 | Disponível em: http://www.adegga.com/winemarket/2011/land-vineyards/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 211 | Disponível em: http://foradeserie.economico.sapo.pt/185265.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 212 | Disponível em: http://www.casamentoclick.com/casamentos/quintas-para-casamentos/land-vineyards.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 213 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 214 | Disponível em: http://www.l-andvineyards.com/pt/o-resort/sobre-o-resort/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 215 | Disponível em: www.turbilhao.pt/artigos/escape/evasao/land-vineyards/ (Consult. em 25-07-12)

Figura 216 | Disponível em: http://pt.caudalie.com/spas-1/spas-vinotherapie/os-nossos-outros-spas/the-land-vineyard-alentejo.html (Consult. em 25-07-12)

Figura 217 | Disponível em: http://www.tvi.iol.pt/fotos/247373/1 (Consult. em 25-07-12)

Figura 218 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.173

Figura 219 |: Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.174

Figura 220 | Disponível em: http://www.mobiliarioemnoticia.pt/noticias.aspx?id=2424 (Consult. em 25-07-12)

Figura 221 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.174

Figura 222 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.174

Figura 223 | Barata, P. M. (2009). *Architecture for Tourism (*1 ed.). P.174