

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE PONTA GROSSA  
SETOR DE CIÊNCIA SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO

NICOLY PALANCHUK

A INTEGRAÇÃO DA GASTRONOMIA E ARQUITETURA NA ATIVIDADE  
TURÍSTICA: ESTUDO DE CASO BOTEQUIM ORIGINAL

PONTA GROSSA

2025

NICOLY PALANCHUK

A INTEGRAÇÃO DA GASTRONOMIA E ARQUITETURA NA ATIVIDADE  
TURÍSTICA: ESTUDO DE CASO BOTEQUIM ORIGINAL

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado para  
obtenção do título de Bacharel em Turismo, na  
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Área de  
Ciências Sociais Aplicadas.

Orientador: Luiz Fernando de Souza.

PONTA GROSSA

2025

Ao meu pai, Nilson Palanchuk

*In memoriam*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, à minha mãe, pelo apoio incondicional, as minhas irmãs por estarem ao meu lado desde o início da minha trajetória universitária. Suas forças e dedicação foram fundamentais para que eu chegasse até aqui.

Ao professor Luiz Fernando de Souza, meu orientador, expresso minha sincera gratidão pela orientação, paciência e pelo conhecimento compartilhado ao longo do desenvolvimento desse trabalho. Sua contribuição foi essencial para a concretização desse projeto.

Agradeço também ao Felipe Balandiuk, pelo companheirismo constante e por me dar forças nos momentos em que mais precisei. Sua presença fez toda diferença nesse caminho.

Ao Jovercindo Pereira Filho, proprietário do Botequim Original, agradeço por disponibilizar seu tempo e permitir que esta pesquisa fosse realizada com base na história e na essência do seu estabelecimento.

Aos meus amigos, que estiveram comigo na faculdade, minha eterna gratidão pela amizade, pelas risadas, pelos aprendizados e por nunca me deixarem desistir.

Por fim, agradeço a Universidade Estadual de Ponta Grossa, pela oportunidade de cursar o ensino superior e por todo o suporte durante essa jornada.

Muito obrigada a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização desse trabalho.

## RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso investiga como a integração entre gastronomia, arquitetura e hospitalidade pode fortalecer a atratividade turística, tendo como objeto de estudo o Botequim Original. A pesquisa nasce de um projeto de iniciação científica que analisou o funcionamento de estabelecimentos de alimentos e bebidas instalados em edifícios históricos, buscando compreender por que esses imóveis são escolhidos por empreendedores do setor. A partir desse estudo inicial, identificaram-se fatores como autenticidade arquitetônica, memória coletiva e potencial de criação de experiências singulares elementos que, mais tarde, serviram de base para aprofundar a análise no contexto específico do Botequim. No desenvolvimento do TCC, a investigação se amplia ao explorar como o ambiente físico, os elementos de identidade cultural e as práticas de hospitalidade se articulam para transformar um restaurante em um verdadeiro equipamento turístico. Foram utilizadas entrevistas, observação do espaço e referenciais teóricos que abordam gastronomia como expressão cultural, turismo de experiência e a ressignificação de patrimônios para fins de consumo e convivência. O trabalho demonstra que o Botequim Original não apenas serve refeições, mas oferece ao visitante uma vivência sensorial e afetiva que conecta passado e presente. Ao revelar como a ambientação, a arquitetura preservada e a oferta gastronômica dialogam com a identidade local, o estudo mostra que restaurantes podem desempenhar um papel decisivo na consolidação de destinos turísticos. Assim, o leitor é convidado a refletir sobre como espaços aparentemente simples podem se tornar potentes promotores de cultura, memória e hospitalidade e por que compreender essa relação é essencial para pensar o turismo contemporâneo.

**Palavras-chave:** Gastronomia. Memória Coletiva. Arquitetura. Identidade Cultural.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Localizador Do Marco 0 Ao Botequim Original.....	20
Figura 2– Fachada do Botequim Original .....	21
Figura 3- Armários Da Antiga Casa Romana.....	23
Figura 4 – Pisos Danificados Botequim Original.....	23
Figura 5- Estrutura comprometida.....	24
Figura 6– Ladrilhos Típicos .....	25
Figura 7- Utilização das Cadeiras do Teatro Ópera .....	26
Figura 8– Feijoada Do Botequim Original .....	30
Figura 9- Botequim Original Sua Junção Entre Passado e Presente .....	31
Figura 10– Botequim Original e Operário Ferroviário.....	34
Figura 11- O Botequim Remete Ao Passado.....	36

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	8
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	10
2.1 GATRONOMIA COMO EXPRESSÃO CULTURAL E ELEMENTO DO TURISMO.....	10
2.2 A IMPORTÂNCIA DA ARQUITETURA E DO AMBIENTE NA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA.....	11
2.3 PATRIMÔNIO HISTÓRICO E IDENTIDADE LOCAL NO TURISMO URBANO .....	14
2.4 A INTEGRAÇÃO ENTRE A GASTRONOMIA, ARQUITETURA E TURISMO .	16
3 METODOLOGIA.....	18
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	20
4.1 O BOTEQUIM ORIGINAL.....	20
4.2 O BOTEQUIM PELOS OLHOS DE QUEM O VIVE.....	22
4.3 A ARQUITETURA E A GASTRONOMIA COMO ATRATIVOS TURÍSTICOS .	27
4.4 A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO INTEGRADOR NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA .....	29
4.5 A DINÂMICA DE EVENTOS COMO COMPONENTE DA IDENTIDADE DO BOTEQUIM .....	33
4.6 O BOTEQUIM ORIGINAL E O TURISMO LOCAL .....	36
4.7 ANÁLISE ARQUITETÔNICA DO BOTEQUIM ORIGINAL .....	39
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	41
REFERÊNCIAS .....	44

# 1 INTRODUÇÃO

O projeto do TCC teve origem em uma pesquisa de iniciação científica voltada ao estudo de estabelecimentos de alimentos e bebidas instalados em edifícios históricos. Naquele primeiro momento, o objetivo era compreender como esses espaços, quando ocupados por restaurantes, bares e botequins, promovem a preservação da memória urbana ao mesmo tempo em que dinamizam o fluxo turístico. A investigação permitiu observar que esses empreendimentos não apenas ocupam estruturas antigas, mas ressignificam esses locais, integrando passado e presente por meio da gastronomia e da convivência.

Durante o desenvolvimento da pesquisa, buscou-se identificar os motivos que levam empresários do setor a escolherem imóveis históricos para instalar seus negócios. Os resultados apontaram fatores como a autenticidade da arquitetura, o apelo estético, a valorização cultural associada ao patrimônio e a capacidade de atrair visitantes interessados em experiências únicas. Esses elementos contribuem para diferenciar o empreendimento no mercado, criando um ambiente que se destaca pela atmosfera e pela narrativa que carrega. Assim, percebeu-se que o edifício histórico não é apenas um cenário, mas um componente ativo da experiência turística.

A partir dessas descobertas, o TCC foi estruturado conectando os achados da iniciação científica ao estudo específico do Botequim Original. A escolha do local como objeto de análise permitiu aprofundar a relação entre gastronomia, arquitetura e hospitalidade, mostrando de que maneira o ambiente físico dialoga com a identidade cultural do espaço e influencia a atratividade turística. Dessa forma, o trabalho evoluiu de uma pesquisa mais ampla sobre o uso de patrimônios históricos por estabelecimentos gastronômicos para uma análise aplicada, que demonstra como um restaurante pode se consolidar como um equipamento turístico relevante, capaz de promover cultura, memória e experiência ao visitante.

A atividade turística desenvolve um importante papel na economia mundial sendo uma das atividades da atualidade mais promissora. Entretanto, o sucesso dessa atividade depende de diversos setores e serviços, como transporte sendo eles ferroviário, rodoviário e aéreo, dentre outros meios, hospedagem e, em especial, alimentos e bebidas, nos quais geralmente podem ser fornecidos em restaurantes, bares, cafés e dentre outros tipos de estabelecimentos. Com a globalização, a participação da gastronomia no ramo turístico e a sua importância como componente da atratividade de destinos, vem sendo discutida em todo o mundo, conforme atesta Schluter (2003).

A gastronomia é um modelo de manifestação cultural, o conceito de alimentação envolve uma série de motivações, além da satisfação das necessidades biológicas, também está intrínseco: prazer, cultura, estética, tradição, lazer e todo o cerimonial que cerca o preparo dos alimentos.

Em termos arquitetônicos é possível destacar a valorização da gastronomia, na pesquisa procurou-se observar especificamente um espaço, investigando como ele é afetado por essa tendência. Portanto essa pesquisa justifica-se pela análise de como a integração entre a gastronomia e a arquitetura contribui para a atratividade turística do Botequim Original. Desse modo o trabalho pretende resolver o seguinte problema: Como a integração entre a gastronomia e a arquitetura contribui para a atratividade turística do Botequim Original.

Por isso, tem como objetivo examinar como o uso e a valorização de elementos arquitetônicos aliados à proposta gastronômica do Botequim Original influenciam sua atratividade turística, incluindo a) analisar como os elementos arquitetônicos do Botequim Original contribuem para a ambientação e experiência gastronômica do cliente; b) investigar como a identidade visual e o projeto arquitetônico do Botequim Original dialogam com o patrimônio cultural e histórico de Ponta Grossa; c) expor os elementos estruturais e estéticos que tornam o Botequim Original um atrativo turístico, além de um local de consumo.

Espera-se que esse estudo possa auxiliar o turismo, pois propõe uma reflexão sobre a maneira como os espaços gastronômicos podem estar diretamente ligados à experiência turística de um destino. Ao investigar como a arquitetura é usada por empreendimentos de alimentos e bebidas, o trabalho mostra que a ambientação física

não irá influenciar apenas o comportamento do cliente, mas também, irá potencializar o valor simbólico e cultural da experiência vivida pelo turista.

Para realizar essa pesquisa, o trabalho terá como base o estudo do Botequim Original, localizado na região central de Ponta Grossa, Paraná. Um estabelecimento que se destaca tanto pela proposta gastronômica quanto pela ambientação arquitetônica. A escolha do local se justifica pela sua forte identidade visual, pela valorização de elementos históricos em seu projeto e pela forma como se integra ao contexto urbano e cultural da cidade.

O trabalho foi desenvolvido a base de pesquisas bibliográficas para obter conhecimento sobre o tema escolhido, em conjunto com pesquisas in loco procurando associar a fundamentação teórica com a prática vista no estabelecimento escolhido como base para o trabalho, após as visitas foi realizada uma análise sobre os elementos arquitetônicos que em conjunto com a gastronomia transformam um simples gesto em algo memorável.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 GATRONOMIA COMO EXPRESSÃO CULTURAL E ELEMENTO DO TURISMO

A alimentação é uma necessidade biológica, com isso entende-se que um local que não exista uma oferta de alimentos e bebidas volta-se a diminuir a presença e a permanência das pessoas, sendo assim a importância da integração da alimentação com o turismo é de um serviço indispensável para a permanência de turistas. Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 181) expõem que o turismo gastronômico pode ser compreendido como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos ligados às práticas gastronômicas de uma localidade”. Croce e Perri (2010) consideram também o turismo gastronômico como uma forma integrada de turismo cultural, já que os turistas com motivações culturais, não têm se interessado somente por história, mas se mostram interessados em aprender sobre diferentes tradições, onde a alimentação possui um papel central.

As viagens e a gastronomia sempre estiveram presentes na vida do ser humano, seja por necessidade biológica, como meio de sobrevivência; por pura satisfação dos desejos, para saciar curiosidades de novas experiências; ou por imposição da sociedade, por meio religioso, cultural e econômico em que o indivíduo se encontra no determinado momento da história. (Ferro, 2013)

De acordo com Ministério do Turismo (2024) a diversidade gastronômica é uma das principais características da identidade cultural brasileira. Ela traduz a história, as tradições, os diferentes costumes e sabores de uma comunidade ou território. (Da Matta, 1987), por sua vez, entende que o alimento é tudo aquilo que é comestível e pode ser digerido por nosso organismo; já a comida é o alimento que é aceito pelo nosso grupo social a partir de critérios nutricionais, sociais e culturais.

Ainda existem situações em que serviços e manifestações gastronômicas podem ter características únicas, chegando a despertar o interesse de visitação. Para Hjalager (2004) nessas situações a alimentação se torna um atrativo turístico propriamente dito, com capacidade de atração regional, nacional ou internacional, que é considerado o principal motivo para a viagem acontecer. Segundo Hall e Sharples (2003), quando a alimentação vira o motivo principal de uma viagem, isso significa quando temos ela como protagonista no planejamento de uma viagem, temos o turismo gastronômico.

Fischler (2003), sociólogo francês com especialização em alimentação, explora de que forma a gastronomia pode refletir também questões de identidade cultural, ele entende que a comida é uma forma de comunicação e expressão social, onde escolhas alimentares são influenciadas por diversos fatores como por exemplo: história; geografia; tradições.

Diante do exposto, é possível compreender que a gastronomia vai muito além da função de alimentar: ela é uma expressão de identidade cultural, memória coletiva de uma região, e até mesmo uma vivência social. Os autores citados reforçam que a comida carrega consigo valores, tradições e modos de vida que se entrelaçam com a história e o cotidiano de um povo. Assim, o turismo gastronômico se consolida como uma vertente do turismo cultural que possibilita ao visitante não apenas conhecer os sabores de uma região, mas ter uma imersão nas particularidades sociais, simbólicas e geográficas de um destino. Ao tornar-se um elemento central no planejamento de viagens, a alimentação ganha destaque em experiências autênticas, contribuindo para a valorização da cultura regional e para o fortalecimento da identidade turística de uma localidade.

O turismo gastronômico dá ao turista a oportunidade de experimentar não somente a gastronomia local, mas de conhecer a história da região, e estar imersa na tradição.

## 2.2 A IMPORTÂNCIA DA ARQUITETURA E DO AMBIENTE NA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA

A experiência em um espaço gastronômico vai muito além do paladar. O ambiente, a disposição dos móveis, a iluminação, os sons e até mesmo os aromas fazem parte desse conjunto de elementos que irão influenciar a forma como o cliente se sente naquele local. A arquitetura e o modo que o ambiente é planejado não servem apenas para organizar um espaço, mas para transmitir sensações, comunicar a identidade do local e tornar o momento da refeição algo agradável podendo transformar esse momento em uma lembrança. Ao pensar em um local com o cuidado estético e funcional é, uma maneira de valorizar a experiência do consumidor tornando o local mais atrativo para os clientes.

Segundo Walter, Edvardsson e Ostrom (2010) o ambiente físico é como um dos impulsionadores frequentes de experiências do consumidor em restaurantes,

juntamente com interações sociais e o serviço, sendo o principal a comida e bebida. Com base nessa percepção, estudiosos como Bitner (1992) desenvolveram o conceito de *servicescape*, que se refere às instalações físicas, construídas, bem como suas características intangíveis e dedicada a prestação de serviços. O modelo teórico do *servicescape* compreende que o ambiente físico é composto por três dimensões. São elas: condições ambientais (que são principalmente sensoriais), layout espacial e funcionalidade. Apesar de ser analisada em três dimensões, a percepção dos ambientes ocorre de maneira conjunta.

Em espaços gastronômicos, o ambiente contribui para gerar sensações que complementam o saber da comida, um restaurante com iluminação suave, música ambiente agradável e decorações que remetem a história local podem gerar emoções que transformam uma refeição em algo memorável. Lia e Niemeyer (2019) ao analisarem o ambiente de um restaurante de alto padrão, observam que a estética do espaço é tão importante quanto o cardápio na construção da imagem do estabelecimento e na fidelização do público.

Mehrabian e Russel (1974 apud Kim; moon, 2009) autores da psicologia consideram o ambiente como emissor de estímulos que geram respostas emocionais nos indivíduos, locais que são responsáveis por produzir comportamento de aproximação ou afastamento. Tais respostas são mediadas por fatores como características pessoais e expectativa dos indivíduos em relação ao ambiente (Bitner, 1992). O ambiente físico de um restaurante é composto por vários elementos sensoriais que vão atuar na percepção e bem-estar do cliente, a iluminação, pode criar ambientes mais íntimos e aconchegantes quando usada de maneira suave, ou estimular a rotatividade em casos quando é usada uma luz mais intensa

De acordo com pesquisas realizadas por Valdez e Mehrabian (1994) as psicologias das cores fazem associações entre o comprimento da onda e os sentimentos que as cores e luzes podem causar nas pessoas, tons de amarelos e laranja podem causar fome e conforto. Tons quentes como vermelho e amarelo são frequentemente utilizadas em estabelecimentos alimentícios por estarem associadas ao estímulo de apetite, sendo o McDonald's um dos exemplos mais emblemáticos dessa estratégia, Ledoux (2011) assegura que essas emoções surgem graças à interpretação cognitiva que nosso cérebro faz dos estímulos presente nos ambientes.

Segundo Pine e Gilmore (1999) presença de sons seja uma música ambiente ou um simples ruído do entorno também podem influenciar na permanência e no ritmo de uma refeição, por gerar mais engajamento emocional ao consumidor. A disposição dos móveis ou layout por sua vez irá auxiliar na funcionalidade, e fluxo do espaço podendo proporcionar conforto, privacidade e acessibilidade. A temperatura e os cheiros presentes no local ainda podem causar mais sensações, memória e até mesmo a percepção da qualidade do que está sendo entregue, esses elementos quando estão juntos de forma harmoniosa criam um ambiente envolvente, que vai além do paladar e começa a despertar os sentidos dos clientes.

Além de proporcionar conforto, o ambiente é responsável por comunicar a proposta e a identidade do estabelecimento, locais que investem em uma estética coerente com seu conceito, como rústico, o regional, o moderno ou temático reforçam a autenticidade da experiência oferecida. “De um lado, temos o emissor ou vitrinista; de outro, o receptor ou usuário; entre eles, o referente ou produto, o código predominantemente visual, o contato ou qualquer ingrediente atrativo e, finalmente, a mensagem visual como um todo” (Bigal, 2001, p.20). A estética, não é apenas decorativa, mas um componente estratégico que reforça a arca do lugar, diferencia o local e cria uma memória afetiva no cliente.

No contexto do turismo, a ambientação ganha ainda mais relevância, pois está diretamente ligada à capacidade atrativa do local. Um empreendimento que investe em um ambiente visualmente agradável, fotogênico e sensorialmente marcante tende a se tornar um local mais desejado, visitado e conseqüentemente mais compartilhado, principalmente nas redes sociais. De acordo com Farias, Aguiar, Melo (2010) a economia está caminhando para a era da experiência com o auxílio da tecnologia. Atualmente alguns profissionais do marketing e do design devem empregar uma visão mais experiencial do consumo, complementando uma decisão.

Além disso, turistas com perfil de experiências autênticas buscam locais que traduzam a cultura e os valores da região, por meio da estética e da ambientação do local, assim o ambiente bem planejado contribui para fidelizar mais clientes e, ao mesmo tempo, fortalecer a imagem turística da cidade onde está localizado.

## 2.3 PATRIMÔNIO HISTÓRICO E IDENTIDADE LOCAL NO TURISMO URBANO

A preservação do patrimônio histórico é essencial, não apenas por preservar a memória de uma cidade, mas também para fortalecer sua identidade cultural e o sentimento de pertencimento da população. No contexto do turismo urbano, os edifícios antigos, os centros históricos e as construções que mantem traços arquitetônicos originais, se tornam atrativos despertando o interesse de visitantes em conhecer sobre a história local. A reutilização desses espaços como restaurantes, cafés, museus ou centros culturais, representam uma forma de ressignificação do passado, onde o antigo encontra o moderno, assim a arquitetura histórica associada a práticas culturais e gastronômicas contribui diretamente para tornar o destino mais autêntico e atrativo aos turistas.

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN, 2004) estabelece como patrimônio todo o conjunto de bens moveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público, que por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil. Conceitua patrimônio cultural como os bens “de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira” (IPHAN, 2014).

Conforme a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2003) expõem o patrimônio cultural imaterial as práticas, são representações, expressões, conhecimentos e técnicas, junto com os instrumentos, objetos e até mesmo locais culturais. O patrimônio imaterial geralmente é passado de geração em geração e passa por pequenas alterações pelas comunidades e grupos em função de sua história, que irão gerar um sentimento de identidade, promovendo a diversidade e criatividade cultural. Já “o patrimônio cultural material é composto por monumentos, conjunto de construções e sítios arqueológicos, de fundamental importância para a memória, a identidade e a criatividade dos povos” (IPHAN, 2013).

Candau (2016) pontua que a identidade não pode existir sem a memória, assim como não pode haver memória sem identidade, memória e identidade, portanto, caracterizam a definição de patrimônio. Com isso compreendemos que a preservação desse patrimônio se torna fundamental a respeito do desenvolvimento de um povo, que irá refletir em sua formação sociocultural, preservar pode ser uma medida para garantir que a sociedade conheça sua própria história e de outros povos também,

Oliveira; Loures Oliveira (2008) expõe que através da materialidade, o indivíduo consegue realizar e afirmar sua identidade cultural, podendo reconstruir seu passado histórico. De acordo com Pelegrini (2007) estamos admitindo que o patrimônio é historicamente construído e causa sentimento de pertencimento dos indivíduos ou de um grupo, sentimento esse que irá acabar de assegurar uma identidade cultural.

Segundo Riegl (1999), para que seja possível estabelecer os limites da intervenção em um patrimônio cultural edificado precisamos identificar que os valores são determinantes daquele monumento, que pode ser denominado histórico, ou tudo que existiu em algum momento. A preservação do patrimônio é uma forma de garantir que uma comunidade se reconheça em suas raízes. O filósofo Edmund Burke já afirmava “Um povo que não se orgulha de seu passado não terá futuro”, o patrimônio é um dos pilares que a cidade constrói sua identidade, e seu valor vai além do tangível, ele é a alma de um povo.

A preservação do patrimônio, tem impacto direto no desenvolvimento de uma sociedade, quando o patrimônio histórico é preservado ele não vai contribuir somente para a identidade da cidade, mas por consequência se torna um fator importante para o turismo, gerando empregos e promovendo a economia local. Além disso a preservação contribui para a sustentabilidade urbana, uma vez que impede a destruição dos edifícios históricos, gerando uma maior qualidade de vida para os moradores, que tem o privilégio de viver em cidades que preservam a conexão com suas histórias.

Dessa forma entende-se que o patrimônio histórico, tanto material quanto imaterial, é essencial para a formação da identidade de uma cidade e para a valorização de sua cultura diante dos próprios moradores e dos visitantes. A preservação desses espaços vai além da conservação física dos edifícios, ela vai representar um elo entre o passado e o presente, permitindo que as memórias coletivas sejam mantidas vivas e transmitidas para futuras gerações. No contexto turístico construções como Botequim Original demonstram como a arquitetura histórica, quando respeitada e usada de forma consciente, pode se transformar em um potente atrativo cultural e gastronômico. Assim o patrimônio não apenas embeleza e diferencia a paisagem urbana, mas também contribui diretamente para o fortalecimento do turismo e para a construção de uma sociedade mais conectada às suas raízes.

## 2.4 A INTEGRAÇÃO ENTRE A GASTRONOMIA, ARQUITETURA E TURISMO

A integração entre gastronomia, arquitetura e turismo representa uma das formas mais completas de vivência turística, na medida em que conecta o visitante ao destino por meio dos sentidos, da memória e da estética. No cenário atual, onde o turista busca cada vez mais experiências autênticas e significativas, a união entre o sabor local, os traços arquitetônicos e o contexto histórico-cultural do espaço se tornam um diferencial competitivo para os destinos, mais do que consumir alimentos, o visitante busca se sentir parte do lugar, e isso é possível quando o ambiente comunica a identidade, a comida expressa tradição e o espaço convida à permanência e ao encantamento.

A Wanderlust (2024) reforça que a conexão com a vida local é essencial para viagens mais autênticas, gerações mais atuais andam preferindo roteiros que integram entretenimento, esportes, cultura e gastronomia. De acordo com uma pesquisa da Embratur (2025) o turismo gastronômico segue em alta, com viajantes interessados em destinos já conhecidos por sua culinária, mas além disso, tem se voltado para o resgate de receitas tradicionais, pratos que trazem memórias e a busca por uma conexão emocional com a cultura local.

A arquitetura não se limita a criar espaços funcionais e esteticamente agradáveis. Ela também desempenha um papel essencial na comunicação de valores sociais, os edifícios e espaços urbanos refletem ideologias, e princípios de uma sociedade. De acordo com Colin (2010) a arquitetura é como um meio de comunicação, que transmite um conjunto de mensagens, pois a arquitetura está estruturada dentro de códigos culturais da sociedade. “O tempo todo, através das formas, materiais, decoração, mobiliário e iluminação, a arquitetura compõe uma narrativa da experiência” (Sebastiany, 2008).

“Para cada perfil de público, a pertinência da mensagem muda, e não é possível agradar a todos ao mesmo tempo” (Sebastiany, 2008), pois segundo Kant (2002) cada homem representa a sua percepção estética, por meio de uma relação entre a natureza e a sua liberdade, em julgar algo a partir do que lhe é apresentado. Não se deve negar que a arquitetura transforma a ponto de modelar o mundo, às vezes proporcionando um padrão de identificação.

Os edifícios abrigam uma atividade que tem função específica e dão significado para a sociedade e constroem a paisagem da cidade. Uma igreja simboliza religiosidade; uma escola, educação; a casa, abrigo e proteção; em outras palavras, a arquitetura transmite valores, conceitos, emoções (Rocha, 2010, p.2).

A arquitetura tem efeito sobre nós, mental e fisicamente, sobre o que fazemos e como interagimos no espaço, incluindo nossas relações. Também nos faz pertencente a um grupo, partilhando com ele comportamentos, maneiras de pensar e atitudes. O pertencer é a reflexão sobre a própria identidade, os próprios valores e valores compartilhados.

Como qualquer meio de comunicação estética, também a arquitetura pode transmitir um amplo espectro de emoções que faz parte de nossa vida: a apreensão diante de mudanças estruturais, a confiança no futuro, o desejo de poder, as fantasias e fixações mais diversas. (Rocha, 2010, p.2)

A comunicação deveria sobretudo, tocar a nossa sensibilidade, nos emocionar e instigar à contemplação. O convite a observação é sobre suas formas, à textura das paredes, ao arranjo das janelas e até mesmo ao jogo de luz e sombras, com cores trazendo sua leveza ou solidez, assim se começa uma apreciação da arquitetura. (Rocha,2010)

O Botequim Original é um exemplo concreto de como a arquitetura pode enriquecer uma experiência turística, instalado em um edifício anterior a década de 1920, o local já abrigou residenciais e diversos comércios, sendo tombado como patrimônio histórico em 2001. Sua fachada preservada, com janelas altas, portas de madeiras e detalhes arquitetônicos originais, resgata elementos da arquitetura do século XX. O Botequim transforma uma simples refeição em uma viagem pela história local.

Diante do embasamento teórico apresentado, que abordou os principais conceitos relacionados à memória coletiva, hospitalidade, gastronomia e sua relação com o turismo, torna-se possível estruturar uma investigação de forma coerente com os objetivos proposto neste trabalho. Assim, o próximo capítulo descreve os procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa, detalhando o tipo de abordagem utilizada, os instrumentos de coleta de dados e os critérios de análise que possibilitaram compreender, a partir da realidade do Botequim Original, como esses elementos se manifestam no contexto prático.

### 3 METODOLOGIA

Este trabalho se caracteriza como uma pesquisa de abordagem qualitativa, que, para Minayo (2009) é adequada quando o propósito é compreender significados e interpretações por indivíduos às suas experiências, com natureza exploratória e descritiva. Gil (2008), a pesquisa exploratória visa proporcionar maior proximidade com um problema, enquanto a descritiva busca detalhar as características de determinado acontecimento. O foco está na compreensão de como a arquitetura pode ser utilizada por empreendimento gastronômicos como estratégia para fortalecer a identidade local e enriquecer a experiência turística, a escolha por uma abordagem qualitativa se justifica pela natureza do objeto de estudo, que envolve percepção, sensações e simbolismo atribuídos ao espaço físico, não sendo possível de mensuração numérica, mas sim de interpretação e análise subjetiva.

A estratégia metodológica adotada é o estudo de caso, que de acordo Yin (2001) é uma estratégia de pesquisa que busca investigar um acontecimento dentro de seu real contexto. Foi aplicado ao Botequim Original, um restaurante localizado na região central de Ponta Grossa-PR, instalado em um edifício tombado como patrimônio histórico. O local foi selecionado por apresentar características arquitetônicas preservadas, além de manter uma proposta gastronômica. O estudo investiga de que maneira os elementos estruturais e estéticos presentes no espaço contribuem para a ambientação e como essa integração entre a arquitetura e gastronomia pode se configurar como atrativo turístico.

Para a coleta de dados, foram realizadas três visitas técnicas presenciais ao local, “A pesquisa de campo caracteriza-se pelo contato direto do pesquisador com o fenômeno estudado, tal como ocorre na realidade”(Gil, 2008, p.54), com objetivo de observar diretamente o ambiente físico, registrar visualmente os elementos arquitetônicos e decorativos, e anotar aspectos relacionados à organização do espaço, iluminação, mobiliários, cores, materiais utilizados e outros elementos sensoriais que possam influenciar na experiência do cliente. Foram utilizados registros fotográficos e um diário de campo para descrever as impressões e identificar aspectos simbólicos do ambiente. A observação participante é uma ferramenta central nesse

processo, permitindo que a pesquisadora vivencie o espaço também como cliente, fortalecendo a compreensão da experiência oferecida.

Além da observação direta, foi aplicada uma entrevista semiestruturada com o proprietário ou gestor do estabelecimento, com o objetivo de compreender as intenções do projeto arquitetônico e decorativo, as escolhas estéticas e o posicionamento do restaurante em frente ao turismo. As questões buscaram explorar a relação entre o espaço físico e a experiência do consumidor, bem como a percepção do empresário sobre o valor cultural. Essa etapa é fundamental para articular os dados empíricos à visão interna do empreendimento.

Os dados coletados foram analisados com base na fundamentação teórica construída ao longo do trabalho, principalmente com base nos conceitos de *servicescape* (Bitner, 1992), patrimônio cultural (IPHAN, 2013; 2014), identidade local (Candau, 2016; Pelegrini, 2007), turismo urbano e turismo gastronômico (Gastal, 2002). A análise é feita por meio de interpretação textual, considerando aspectos simbólicos, sensoriais e culturais relacionados ao espaço. Espera-se, com isso, compreender como a arquitetura pode ampliar o valor da experiência gastronômica e contribuir para a construção de um espaço de memória, identidade e atratividade turística.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Restaurantes desempenham um papel estratégico na promoção do turismo porque funcionam como pontos de encontro entre cultura, identidade e experiência sensorial. Mais do que espaços de alimentação, eles se consolidam como equipamentos turísticos capazes de influenciar a escolha de destinos, fortalecer a imagem local e criar memórias afetivas no visitante. Segundo autores da área, a gastronomia é entendida como uma expressão cultural que revela modos de viver, valores e tradições de uma comunidade e, por isso, integra o conjunto de atrativos que compõem a oferta turística. Dentro desse contexto, restaurantes são definidos como estabelecimentos destinados à produção e ao serviço de alimentos e bebidas, mas sua função vai além do operacional: eles traduzem o território por meio de sabores, hospitalidade e ambientação, fortalecendo a identidade do destino e ampliando sua atratividade.

Este capítulo apresenta os resultados obtidos a partir da pesquisa de campo no Botequim Original, com objetivo de compreender como a arquitetura contribui para a construção de experiências turísticas autênticas em estabelecimentos gastronômicos. Por meio de observações in loco, registros fotográficos e entrevistas com o responsável pelo local, foi possível identificar elementos estruturais e estéticos que reforçam a identidade do espaço e ampliam a percepção do visitante em relação ao ambiente. A seguir o trabalho vai apresentar os elementos usados para analisar os aspectos arquitetônicos e simbólicos observados, e discutido com base no nosso referencial teórico apresentado anteriormente, evidenciando a integração entre a gastronomia, arquitetura e turismo no contexto da cidade.

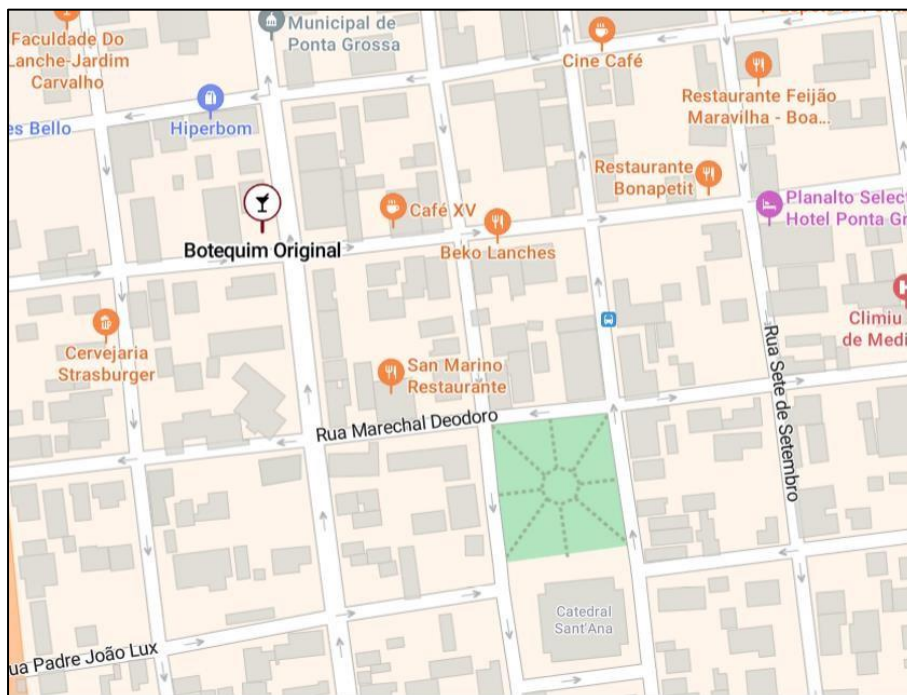
### 4.1 O BOTEQUIM ORIGINAL

A escolha do empreendimento Botequim Original tem como objeto de estudo por reunir as características que representam, de forma integrada os três eixos centrais da pesquisa: gastronomia, arquitetura e turismo. Instalado em um imóvel tombado como patrimônio histórico, o estabelecimento preserva elementos arquitetônicos do início do século XX, enquanto oferece uma proposta gastronômica. Sua localização estratégica na região central de Ponta Grossa e sua ambientação planejada o tornam um exemplo de como os espaços gastronômicos podem incorporar história, estética e identidade cultural, fortalecendo a experiência do

visitante.

Como exemplo da preservação desse patrimônio temos o Botequim Original, localizado na R. XV de Novembro nº492, (Figura 1) que de acordo com Waldmann (s/d) era sede da antiga residência de Theóphilo Alves Cunha, construção realizada anterior aos anos de 1920, foi instalada a alfaiataria Biella em 1923 fundada pelo Paschoalino Provissiro, natural da Itália e residente de Ponta Grossa desde 1908, segundo o álbum de Ponta Grossa de 1963, no imóvel também foi a fábrica de Malhas, atualmente o edifício funciona como Botequim Original, imóvel foi tombado em 2001.

Figura 1- Localizador Do Marco 0 Ao Botequim Original



Fonte: Elaborado com auxílio da ferramenta Google Maps (2025)

O estabelecimento está localizado na R. XV de Novembro, nº 492, Ponta Grossa, Paraná, de acordo com Waldmann (s/d) a edificação já teve uso como residência de Theóphilo Alves Cunha, e sua construção foi realizada anterior aos anos de 1920, já foi sede da alfaiataria Biella em 1923, e de uma fábrica de Malhas Salinas. Atualmente o edifício funciona como Bar Botequim Original, (Figura 3) edifício que foi tombado em 2001, remete a um ambiente do início do século XX, o local combina uma proposta gastronômica regional com uma ambientação cuidadosamente planejada, que valoriza elementos da arquitetura original de época.

Figura 2– Fachada do Botequim Original



Fonte: A autora

O Botequim Original é comandado por dois sócios, Fabio Leandro Cecato e Jovercindo Pereira Filho. O estabelecimento está em funcionamento a mais de 20 anos, foi inaugurado em 24 de fevereiro de 2005, possui a razão social de Choperia Botequim Original, e seu nome fantasia como já exposto é Botequim Original. Em conjunto os dois atuam de forma ativa na manutenção da ambientação original do empreendimento, procurando valorizar os elementos que remetem a memória e a autenticidade local, para compreender melhor essa ideia, e obter informações mais sensíveis sobre a relação entre o espaço a gastronomia e a atividade turística foi realizada uma conversa aberta com os sócios, essa conversa teve caráter qualitativo, de natureza ampla e informal, permitindo que compartilhem suas percepções de forma livre, sem roteiro rígido, a fim de identificar quais aspectos, são considerados essenciais para o empreendimento e como os elementos contribuem para a experiência de quem frequenta.

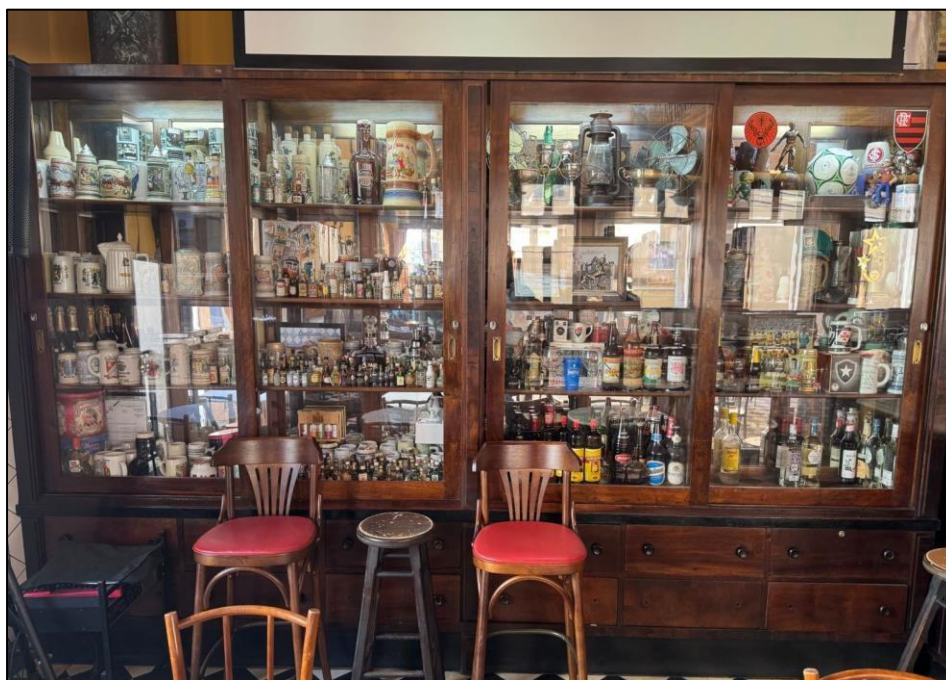
#### 4.2 O BOTEQUIM PELOS OLHOS DE QUEM O VIVE

A fala do proprietário do Botequim Original revela um forte compromisso com a preservação da memória local, tanto do imóvel em si quanto da história da Rua XV de Novembro e da própria marca Original. O imóvel passou por uma reforma completa, porém mantendo o respeito com suas principais características arquitetônicas e histórica. Essa reforma teve como companheiro o COMPAC (Conselho Municipal de Patrimônio Cultural), o que garantiu a conformidade com os padrões que são exigidos para os bens de valor histórico. Elementos como o piso que remete ao original, que foi trazido de São Paulo, e as vigas de imbuia reaproveitadas para a confecção de portas e janelas. Esses itens demonstram um processo de restauro que vai além de uma estética: trata-se de um verdadeiro resgate da identidade do espaço.

Além do imóvel, o proprietário destaca o resgate de outros três elementos simbólicos: a memória da Rua XV, que foi marcada por uma boemia tradicional que havia sido esquecida; a valorização da marca de cerveja Original, que nasceu em Ponta Grossa e compõe a identidade do bar; e objetos históricos que foram incorporados ao ambiente, como armários da antiga Casa Romana (Figura 4). Uma antiga loja de relógios e artigos de decoração e uma registradora das Casas Reunidas do Ponto Azul, antigo “shopping Antártica”. Esses relatos reforçam a proposta do

Botequim Original de ser mais do que um estabelecimento comercial: trata-se de um espaço que abriga memórias, reconecta o presente com o passado e contribui para a valorização do comércio e da cultura local.

Figura 3- Armários Da Antiga Casa Romana



Fonte: A autora

A recuperação do imóvel não envolveu apenas questões estéticas, mas uma verdadeira reconstrução do espaço. O proprietário do bar relata que ao alugar o espaço, encontrou em péssimas condições, com assoalhos de madeiras danificados (Figura 5), estrutura comprometida (Figura 6) e diversas mudanças malfeitas ao longo do tempo. A área comercial do imóvel precisou ser adaptada e aumentada para que o bar pudesse se instalar e ter um espaço mais amplo, essa caminhada de reforma mostra o processo de ressignificação de um espaço urbano abandonado, agora convertido em um ponto de referência cultural e gastronômica na cidade.

Figura 4 – Pisos Danificados Botequim Original



Fonte: Jovercindo Pereira Filho

Figura 5-Estrutura comprometida



Fonte: Jovercindo Pereira Filho

O processo de restauração foi pensado de maneira que mantem a autenticidade do local, reforçando o que o turismo de experiência pode estar em um ambiente que transmita a história local como abordado por Bigal (2001) que expõe que a estética, não é apenas decorativa, mas um componente estratégico que reforça a lembrança do lugar, diferencia o local e cria uma memória afetiva no cliente. O uso de materiais de época, como os ladrilhos típicos de bares dos anos 1930 (Figura 7) e

o mobiliário que remete a esse mesmo período, não apenas embeleza o ambiente, mas acaba transmitindo bem a proposta de resgate histórico e afetivo do Botequim, além disso o projeto de expansão do bar revela a intenção de aprofundar ainda mais a experiência e a cultura local.

Figura 6– Ladrilhos Típicos



Fonte: A autora

Segundo Candau (2016) que pontua que a identidade não pode existir sem a memória, assim como não pode haver memória sem identidade, memória e identidade, portanto, caracterizam a definição de patrimônio. Ao recuperar elementos históricos e inserir objetos simbólicos, como é o caso das cadeiras do antigo Cine Teatro Ópera (Figura 8) e os armários de comércios tradicionais, o Botequim Original passa a funcionar como um guardião da história local, integrando o passado ao presente, e oferecendo ao visitante uma experiência que provoca afetos e memórias.

Figura 7- Utilização das Cadeiras do Teatro Ópera



Fonte: A autora

O envolvimento emocional do proprietário no processo de restauração e na curadoria dos detalhes que compõe o ambiente indica um tipo de empreendedorismo que vai além do interesse comercial, revela orgulho, e pertencimento. A maneira em que a gastronomia é aliada com todo o ambiente apresenta uma identidade e como Fischler (2003), explora de que forma a gastronomia pode refletir também questões de identidade cultural, ele entende que a comida é uma forma de comunicação e expressão social.

Diante do exposto, é possível compreender que o Botequim Original representa mais do que um simples estabelecimento comercial. Trata-se de um espaço onde se encontra resistência cultural e valorização da história da cidade. A percepção do proprietário marcada por cuidado, afeto, e compromisso com a memória da cidade, reforça que empreendimento como este, podem auxiliar na revitalização urbana, através da preservação arquitetônica, do resgate de elementos simbólicos e da proposta de oferecer uma experiência única, o Botequim se insere como um agente na construção de um turismo que reconhece as identidades locais.

O proprietário fala sobre a proposta de transformar o subsolo, que já foi cede de um salão de beleza, em uma confraria com poucas mesas e acesso reservado,

junto com a criação de um pequeno museu da cerveja, esse projeto é algo que conseguiria unir a cultura, lazer e a identidade regional, ao propor contar a história da cervejaria Adriática, cuja origem está ligada a cidade de Ponta Grossa, o bar não fortalece somente seus vínculos com a comunidade local, como também contribui para a valorização da história da cidade.

#### 4.3 A ARQUITETURA E A GASTRONOMIA COMO ATRATIVOS TURÍSTICOS

A partir do relato compartilhado pelo proprietário, é possível perceber que o Botequim Original ultrapassa a função de um bar tradicional, tornando-se um elemento ativo na motivação de deslocamento turístico. Ao oferecer uma ambientação histórica, cuidadosamente preservada, aliada a uma culinária afetiva e regional, o espaço passa a integrar o conjunto de atrativos que influenciam diretamente, na escolha de um destino por parte dos visitantes. Esse tipo de experiência está diretamente ligado com motivações culturais como expõe Croce e Perri (2010) consideram também o turismo gastronômico como uma forma integrada de turismo cultural.

Um exemplo marcante para o proprietário foi o caso de um casal de motociclista que, logo após a pandemia de doença COVID-19, e já tendo viajado por diversos destinos históricos e culturais do Brasil e da América do Sul, escolheu vim para Ponta Grossa motivados pela vivência que tiveram no Botequim Original antes da pandemia do COVID-19. Segundo o proprietário, esse casal relatou que, a principal motivação foi a oportunidade de retornar ao bar, entretanto como já estavam na cidade o proprietário deu dicas para o casal visitar as áreas naturais da cidade, assim reforçando o papel simbólico que o Botequim Original tem na criação de memórias afetivas assim mostrando o valor da identidade urbana.

Além disso, o relato evidencia como um ambiente autêntico que respeita e valoriza elementos históricos e culturais, locais que se tornam um atrativo por si só. O vínculo estabelecido pelos clientes demonstra que a hospitalidade, o ambiente cuidadosamente preservado e o sabor da comida caseira, são elementos que constrói uma narrativa própria, capaz de gerar pertencimento até mesmo entre os turistas. Como destaca Trigo (2011), a hospitalidade, quando genuína transforma o espaço em um território de encontro e troca, marcando a experiência do visitante.

Outro ponto relevante é a função de porta de entrada para o turismo local que o Botequim acaba exercendo. De acordo com o proprietário, após sua conversa com os turistas ele acabou indicando diversos atrativos de região, como os parques naturais, a Colônia Holandesa de Carambeí e o distrito de Itaiacoca, isso mostra que o Botequim atua também como canal de difusão do turismo na cidade, funcionando como um ponto de referência para visitantes que chegam com poucos roteiros definidos, mas que buscam experiências verdadeiras.

Por fim, cabe destacar a importância da autenticidade e da memória como diferenciais competitivos no turismo atual. O encantamento de turistas, que se impressionam com a idade do local e com sua atmosfera preservada, revela uma demanda crescente por vivências que conectam passado e presente, assim o Botequim Original não é apenas um espaço de consumo: ele se constitui como um símbolo afetivo, histórico e turístico, que contribui diretamente para o fortalecimento da imagem de Ponta Grossa como destino turístico.

O relato do proprietário também evidencia a ausência de uma política pública mais efetiva voltada a preservação do patrimônio histórico em Ponta Grossa, apesar do valor arquitetônico e cultural do imóvel, ele afirma que assumiu a responsabilidade total pela restauração, mesmo sendo apenas inquilino do espaço. A iniciativa de reformar completamente o prédio, com recursos próprios e pagando um aluguel elevado, revela uma postura de resistência cultural e cuidado com a memória urbana. Segundo ele, o proprietário anterior admitiu que, sem essa proposta de restauração, a intenção era demolir o prédio, o que seria mais um exemplo do apagamento histórico promovido pela especulação imobiliária e pela falta de incentivos à conservação.

O desabafo sobre como os imóveis históricos da cidade muitas vezes são destruídos ou descaracterizados para dar lugar a construções genéricas, como pequenos comércios ou estacionamentos, reforça o cenário de negligência institucional. O proprietário do Botequim Original se coloca como um dos poucos que “empunham essa bandeira” da preservação, mantendo viva a memória arquitetônica e social de um centro urbano que poderia ser uma referência cultural. Essa atitude vai ao encontro de Bahl (2005), ao afirmar que a memória e a identidade dos lugares são frequentemente substituídas por estruturas funcionais, mas desprovidas de significado simbólico. Nesse contexto, o Botequim se torna um ato de resistência.

Ao longo desse capítulo, foi possível perceber como o Botequim Original se destaca não apenas como um ponto de encontro gastronômico, mas um espaço que incorpora elementos de identidade, memória e valorização do patrimônio local. A partir da entrevista com o proprietário, evidenciou-se um compromisso genuíno com a preservação da arquitetura histórica, e das relações humanas que se constroem em torno do ambiente. A escolha consciente por manter o imóvel em seu estilo original, o reaproveitamento de materiais antigos e a ambientação fiel, vai além do aspecto comercial, contribuindo para o fortalecimento do turismo cultural em Ponta Grossa.

O relato do casal de motociclistas que retornou à cidade motivados pela experiência vivida no Botequim, ilustra como espaços autênticos podem se tornar destinos afetivos, inserindo-se na lógica do turismo de experiência e do consumo simbólico. Ao mesmo tempo, as dificuldades enfrentadas para manter o imóvel preservado e as críticas à falta de políticas públicas de proteção ao patrimônio mostram a fragilidade do cenário local em relação à memória urbana. Assim o Botequim Original se consolida como um exemplo de como a hospitalidade, o cuidado estético e a autenticidade podem transformar um simples bar em um importante símbolo de resistência e atrativo turístico cultural.

#### 4.4 A GASTRONOMIA COMO ELEMENTO INTEGRADOR NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA.

A gastronomia desempenha um papel fundamental na proposta do Botequim Original, funcionando como uma extensão natural da sua identidade histórica e afetiva. Mais do que oferecer alimentos, o estabelecimento promove uma experiência sensorial completa, na qual os sabores dialogam com a ambientação, os objetos antigos e a atmosfera acolhedora do local. Pratos tradicionais, como a feijoada de sábado, não apenas satisfazem o paladar, mas reforçam vínculos emocionais com a cultura brasileira e com a memória afetiva dos frequentadores, desse modo, a culinária torna-se um componente central da experiência turística oferecida, alinhando-se aos conceitos de turismo de experiência e hospitalidade, ao transformar o ato de comer em um momento de conexão com o espaço, com a história e com as pessoas que o visitam.

O Botequim Original não se resume a um ambiente histórico: ele oferece uma programação gastronômicas que cativa diferentes públicos, famílias, casais e grupos

maduros, com petiscos durante a semana, sopa as quartas e uma feijoada servida aos sábados (Figura 8). Essa dinâmica regular diversificada permitiu que, ao final de dois anos, o estabelecimento se firmasse como referência cultural, refletindo no fato de hoje ser um bar bom bastante movimento na cidade, encontrando-se lotado em diversas tardes durante a semana, a proposta culinária, portanto, é central na construção da identidade local e no estabelecimento de vínculos emocionais com o público.

Figura 8– Feijoada Do Botequim Original



Fonte: A autora

A escolha da feijoada como prato principal nos sábados destaca-se por sua relevância sociocultural, considerada a “refeição nacional” brasileira e associada a momentos de convivência prolongada, a feijoada não é apenas uma comida: é um evento. O ritual gastronômico que envolve esse prato, sendo acompanhado frequentemente de samba de época, reforça sua dimensão coletiva e afetiva, o Botequim escolhe a feijoada com a junção do samba para também estimular a permanência dos clientes e o compartilhamento da experiência, nesse sentido o bar oferece mais que comida, proporciona também um momento de conexão cultural.

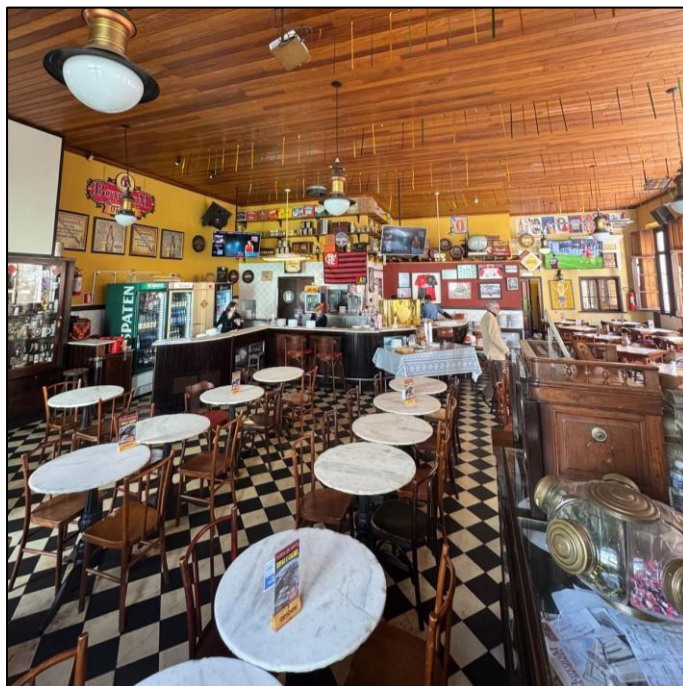
Essas estratégias gastronômicas se enquadram no conceito de turismo gastronômico, que destaca a comida como elemento proprietário na seleção de

destinos, como já exposto por Gândara, Gimenes e Mascarenhas (2009, p. 181) expões que o turismo gastronômico pode ser compreendido como “uma vertente do turismo cultural no qual o deslocamento de visitantes se dá por motivos ligados às práticas gastronômicas de uma localidade”. Ao explorar um prato emblemático e inserir programação musical temática, o Botequim estimula experiências imersivas e memoráveis, estimulando não apenas a satisfação instantânea, mas também o reconhecimento do bar como um destino afetivo e cultural.

Além do aspecto sensorial, o bar funciona como um espaço de sociabilidade, ao oferecer eventos regulares e manter o bom movimento independente do dia da semana, acaba criando uma plataforma de consumo compartilhado. O fato de ser um dos bares mais lotados da cidade consolida seu papel como ambiente de encontro, difusão cultural e identificação coletiva, assim a gastronomia passa de ser mero coadjuvante e se torna instrumento de construção de valor simbólico, de acordo com Sharples (2003), quando a alimentação vira o motivo principal de uma viagem, isso significa quando temos ela como protagonista no planejamento de uma viagem, temos o turismo gastronômico.

Diante da entrevista e observações apresentados, fica evidente que a gastronomia exerce papel central na proposta do Botequim Original, funcionando como uma ponte entre o passado e o presente, entre a cultura local e o visitante, mais do que oferecer refeições, o estabelecimento cria experiências afetivas que fortalecem a conexão com o local. A combinação de pratos tradicionais, ambientação e atendimento, eles transformam o simples ato de comer em uma vivência repleta de significado.

Figura 9- Botequim Original Sua Junção Entre Passado e Presente



Fonte: A autora

Ao integrar elementos gastronômicos à identidade histórica do espaço, o Botequim consolida-se como um equipamento turístico completo, que não apenas atrai, mas envolve o visitante, sua proposta não depende de grandes estruturas ou roteiros complexos, mas sim da valorização do que é simples, autêntico e culturalmente enraizado. Assim percebe-se que a culinária no Botequim Original não é apenas um serviço complementar, mas um eixo estruturante que sustenta e enriquece a experiência turística local.

O estabelecimento se destaca na cidade por sua autêntica comida de bar, que reflete e valoriza a cultura gastronômica regional. Entre os pratos mais apreciados estão a feijoada, a carne de onça e o bolinho de linguiça, iguarias que remetem à tradição e ao sabor da cozinha paranaense. De acordo com Melchior (2024), preparações como essas são expressões simbólicas de identidade e pertencimento, pois os bares funcionam como espaços de sociabilidade, memória e afirmação cultural. Dessa forma, o Botequim Original reafirma sua função como lugar de encontro e de valorização das tradições locais, onde o ato de comer transcende o consumo e se torna uma experiência de conexão com a história e a cultura da cidade.

Além de preservar e difundir receitas típicas, o Botequim Original contribui para o fortalecimento do turismo gastronômico em Ponta Grossa, transformando sabores regionais em experiências memoráveis para moradores e visitantes. O cuidado na

apresentação dos pratos, o ambiente temático e o atendimento acolhedor criam uma atmosfera que estimula o visitante a vivenciar o espaço de forma sensorial e afetiva. Assim, a gastronomia assume papel central na construção da hospitalidade e da memória coletiva, tornando o Botequim não apenas um local de alimentação, mas um ponto de referência cultural e turístico, onde tradição, identidade e experiência se unem de maneira harmoniosa.

A integração entre gastronomia e hospitalidade no Botequim Original revela como os espaços de alimentação podem atuar como mediadores culturais no turismo. O acolhimento, a valorização do cliente e o ambiente que remete à história da cidade reforçam a sensação de pertencimento e autenticidade. Esse conjunto de elementos desperta emoções, memórias e vínculos afetivos, fortalecendo a imagem do Botequim como um espaço onde o visitante se sente parte da comunidade local. Assim, o estabelecimento ultrapassa a função comercial e consolida-se como um símbolo de hospitalidade cultural, capaz de traduzir em sabores e experiências o espírito da cidade de Ponta Grossa.

#### 4.5 A DINÂMICA DE EVENTOS COMO COMPONENTE DA IDENTIDADE DO BOTEQUIM

A realização de eventos no Botequim Original desempenha um papel essencial na consolidação do espaço como um ponto de encontro cultural em Ponta Grossa, mais do que um bar de ambientação histórica, o estabelecimento se transforma em palco, para encontros temáticos, eventos da cidade e até mesmo jogos. Esses eventos não apenas enriquecem a experiência dos frequentadores, mas também funcionam como importantes mecanismos de atração de novos públicos, contribuindo para o dinamismo do turismo e para a ocupação criativa do espaço.

Entre os eventos realizados no Botequim, destacam-se aqueles ligados ao universo do motociclismo e à paixão por veículos antigos. O proprietário, também colecionador de motos clássicas, já organizou exposições no próprio bar, reunindo modelos históricos que despertam o interesse de visitantes e moradores. Em uma dessas ocasiões o Botequim, recebeu o Moto Clube de Ponta Grossa, fundado em 1915, promovendo um encontro que reuniu cultura, história e turismo de forma autêntica, a presença desses veículos raros atraiu a atenção de motociclistas de

outras cidades, como Curitiba, que ficaram impressionados com a atmosfera e a proposta do local.

A forte ligação entre o Botequim Original e o Operário Ferroviário Esporte Clube, time de futebol de Ponta Grossa, revela mais uma camada de vínculo do estabelecimento com a cultura local, o bar se consolida como um ponto de encontro de torcedores durante as partidas, especialmente nos jogos decisivos e campeonatos relevantes. A transmissão das partidas do Operário, bem como de jogos da Copa do Mundo e outras competições, transforma o espaço em um local de celebração coletiva, onde a paixão pelo esporte se entrelaça com a vivência urbana e a identidade regional.

Figura 10– Botequim Original e Operário Ferroviário



Fonte: A autora

Essa relação direta com o futebol local reforça a dimensão simbólica do Botequim, como ambiente de pertencimento. De acordo com o proprietário para muitos frequentadores, assistir uma partida do Operário no Botequim não é apenas acompanhar um jogo, mas vivenciar um momento comunitário, de memória e emoção. O ambiente histórico, com suas referências ao passado e à cultura da cidade, somando ao sentimento de torcer junto, cria uma atmosfera única. Segundo Halbwachs (1990), a memória coletiva se fortalece em espaços sociais nos quais os grupos se reúnem para compartilhar experiências, exatamente como acontece no bar durante os jogos.

Além de atrair o público local, essas transmissões contribuem para o interesse de turistas que visitam a cidade durante os jogos, visitantes acabam conhecendo o Operário por meio do ambiente do bar, onde se compartilham histórias do time. O bar atua, portanto, como um difusor informal da cultura esportiva local, funcionando como uma “embaixada afetiva” do clube da cidade, em momentos como a Copa do Mundo, o Botequim amplia esse papel, reunindo torcedores de diferentes origens em um ambiente acolhedor, onde a comida, a decoração e o futebol formam uma experiência única.

O futebol, sendo uma das manifestações culturais mais populares no Brasil, adquire uma dimensão ainda mais significativa quando vivenciado em um espaço como o Botequim Original, que valoriza a memória local. A presença de jogos em sua programação contribui para a construção de laços entre frequentadores habituais, torcedores apaixonados e turistas curiosos, dessa forma o bar reafirma sua função social e cultural, não apenas como estabelecimento comercial, mas como espaço de encontro, expressão popular e construção de narrativas que integram tradição, lazer e turismo.

A realização de eventos no Botequim Original reforça seu papel como agente ativo na preservação e promoção da cultura da cidade de Ponta Grossa. Ao aliar encontros musicais, manifestações esportivas e temáticas ligadas à memória urbana, o bar vai além de sua função comercial e se estabelece como um espaço de sociabilidade e expressão de identidade, esses eventos, carregados de significado e pertencimento, contribuem para manter vivas as tradições locais, ao mesmo tempo que atraem visitantes interessados em novas experiências. Assim o Botequim Original consolida-se como um equipamento cultural dinâmico, que participa ativamente da construção simbólica da cidade e do fortalecimento do turismo.

O Botequim Original também se destaca por sua participação ativa no cenário cultural e turístico de Ponta Grossa. O proprietário faz questão de marcar presença e apoiar eventos que movimentam a cidade e fortalecem a identidade local. O bar atua como parceiro em iniciativas como o Festival Universitário de Canção (FUC) e em atividades promovidas no Cine Teatro Ópera, reforçando seu compromisso com a valorização das manifestações artísticas e culturais. Além disso, o estabelecimento oferece espaço e visibilidade a músicos locais, incentivando talentos regionais e

promovendo apresentações que enriquecem o repertório cultural da cidade, transformando o bar em um ponto de encontro entre arte, gastronomia e hospitalidade. Os eventos realizados no Botequim Original vão além do entretenimento: eles funcionam como experiências culturais que fortalecem o sentimento de pertencimento e ampliam a atratividade turística de Ponta Grossa. Temas musicais, encontros gastronômicos, apresentações de artistas locais e transmissões esportivas criam uma programação diversificada que atrai tanto o público local quanto visitantes em busca de vivências autênticas. Essas iniciativas reforçam o papel do Botequim como equipamento cultural e turístico, contribuindo para a circulação econômica, para o fortalecimento da cena artística e para a promoção da cidade como destino de turismo cultural e de experiências.

#### 4.6 O BOTEQUIM ORIGINAL E O TURISMO LOCAL

O Botequim Original se destaca como um exemplo de como o turismo pode se conectar com a vida cotidiana da cidade, diferente de atrações turísticas tradicionais, como monumentos, museus ou parques temáticos, o Botequim é um espaço que integra a rotina dos moradores de Ponta Grossa, mas que também desperta interesse em visitantes em busca de novas experiências.

Nesse sentido, o Botequim atua como um ponto de resistência à massificação turística, oferecendo ao turista um contato mais íntimo com os costumes, sabores e modos de sociabilidade local. A ambientação que remete ao passado (Figura 12), a gastronomia típica e os eventos realizados no espaço contribuem para que o visitante vivencie algo diferente daquilo que se é encontrado em redes padronizadas de bares e restaurantes. É um turismo que não apenas observa, mas participa e interage com a cidade real.

Figura 11- O Botequim Remete Ao Passado



Fonte: A autora

Essa valorização dos espaços do cotidiano também se relaciona à construção da hospitalidade territorial, em que o território, nesse caso, o bairro, a rua, a cidade, ganha protagonismo ao ser narrado e vivido por meio dos seus próprios moradores e empreendedores. O Botequim, nesse cenário, não é apenas um bar, mas uma representação afetiva da cidade que se abre para quem quiser conhecê-la.

Além de sua função comercial, o Botequim Original exerce um papel importante também como um espaço de convivência e construção de laços sociais. Segundo o conceito de “terceiro lugar” proposto por Oldenburg (1999), os bares, cafés, padarias e praças cumprem a função de serem locais intermediários entre a casa, que seria o primeiro lugar, e o trabalho, que é exposto como o segundo lugar. São espaços onde as pessoas se reúnem para relaxar, conversar e sobretudo, criar vínculos.

A atmosfera acolhedora do Botequim, somada à presença do proprietário e sua proximidade com os clientes, cria um ambiente onde as relações humanas se tornam uma nova experiência. Mais do que consumir alimentos e bebidas, os frequentadores

procuram ali um espaço de encontros, reencontros e celebrações, essa função é fundamental para a vida urbana e para memória da comunidade.

O local se torna, assim, um ponto de referência afetiva, muitos clientes retornam não apenas pela comida boa, ou pela programação de jogos que ali ocorre, mas porque encontram ali uma rede de pertencimento e reconhecimento. Em uma sociedade marcada pela pressa e pela impessoalidade, o Botequim Original oferece uma forma de hospitalidade que vai além da técnica, é a hospitalidade da escuta, da presença e da lembrança compartilhada.

Com base na análise desenvolvida ao longo desse capítulo, observa-se que o Botequim Original vai além da função de um simples estabelecimento gastronômico. Ele se configura como um espaço de memória, de afeto e de identidade cultural para a cidade de Ponta Grossa. Através de sua ambientação inspiradas em botequins antigos, da música, da comida e da hospitalidade praticada tanto pela equipe quanto pelo proprietário, o Botequim resgata elementos da cultura local e os transforma em uma experiência sensorial e emocional para os frequentadores.

A análise mostrou também que o Botequim é um exemplo de como os pequenos negócios podem atuar no fortalecimento do turismo local, oferecendo experiências autênticas e envolventes que conectam moradores e visitantes. Além disso, ao cumprir a função de “terceiro lugar”, ele se torna um ponto de encontro essencial para a construção de vínculos, de pertencimento e de afetividade entre os clientes.

O papel dos eventos realizados no espaço, a ambientação cuidadosamente pensada, o uso das cores, o relato do proprietário e a maneira como o local foi afetado e superou o período da pandemia do COVID-19, contribuíram para reforçar a ideia de que o Botequim Original é um agente ativo na cena cultural e social da cidade. Com isso, conclui-se que lugares como o Botequim não apenas movimentam a economia e o setor de alimentos e bebidas, mas também colaboram para a valorização da memória coletiva, da hospitalidade e da construção de experiências significativas no campo do turismo.

No próximo capítulo desse trabalho, serão retomados os principais pontos abordados ao longo da pesquisa, destacando-se as contribuições do estudo para a compreensão da relação entre a gastronomia, memória e turismo. As considerações finais também apresentarão reflexões sobre os resultados obtidos, as limitações

encontradas durante o desenvolvimento do trabalho, bem como sugestões para pesquisas futuras que possam aprofundar a temática ou aplicá-la a outros contextos culturais e turísticos.

#### 4.7 ANÁLISE ARQUITETÔNICA DO BOTEQUIM ORIGINAL

O Botequim Original apresenta uma composição arquitetônica que remete fortemente aos antigos cafés e bares urbanos brasileiros da primeira metade do século XX. Um dos elementos mais marcantes é o piso de ladrilho hidráulico em padrão xadrez preto e bege, que reforça a estética retrô e a sensação de autenticidade do ambiente. Esse tipo de revestimento, além de durável, é tradicional em estabelecimentos históricos e remete à elegância simples dos botequins clássicos. A escolha do piso, inclusive com sinais de desgaste visíveis, comunica uma sensação de "tempo vivido", um fator que muitas vezes encanta turistas em busca de experiências autênticas e não padronizadas.

Outro ponto estrutural relevante é o uso de mobiliário em madeira escura, com mesas redondas de tampo de mármore branco e cadeiras no estilo Thonet. Esse conjunto confere ao espaço um ar de sofisticação vintage, enquanto mantém a informalidade típica de um botequim. O mármore, além de esteticamente atrativo, é funcional, pois oferece resistência e facilita a limpeza, características essenciais para o uso em bares e restaurantes. A disposição das mesas respeita um layout tradicional, que favorece a socialização e lembra os cafés europeus, criando um ambiente que é, ao mesmo tempo, familiar e convidativo.

A estrutura do teto é outro elemento de destaque. O forro em madeira ripada transmite calor visual e remete a técnicas construtivas tradicionais brasileiras. A presença de luminárias pendentes com design antigo reforça essa identidade histórica, complementando a proposta de um espaço que respeita suas origens. Além disso, os detalhes em bronze e os objetos decorativos antigos (como quadros, placas esmaltadas e garrafas vintage) presentes nas paredes e no balcão funcionam como elementos de ambientação que contam uma história visual.

O layout geral do Botequim Original demonstra uma preocupação com a preservação da memória afetiva e coletiva da cultura dos bares brasileiros. A organização do balcão, os refrigeradores antigos e a disposição dos elementos funcionais criam uma atmosfera de nostalgia. Essa ambientação é um atrativo direto

para turistas que desejam vivenciar uma experiência tipicamente brasileira, fugindo de padrões internacionalizados. A autenticidade, nesse contexto, torna-se um ativo cultural e turístico valioso. O botequim se posiciona não apenas como um local de alimentação, mas como um espaço de vivência cultural.

Por fim, o Botequim Original se destaca como um exemplo de resistência estética frente à padronização dos estabelecimentos modernos. Sua arquitetura e estrutura dialogam com o imaginário coletivo brasileiro, atraindo turistas interessados em experiências singulares, história, e cultura local. A ambientação contribui não apenas para a estética, mas também para o sentimento de pertencimento e acolhimento, que são fatores decisivos na fidelização do visitante. Essa junção de elementos arquitetônicos tradicionais com um serviço contemporâneo faz do Botequim Original um espaço de relevância no turismo cultural e gastronômico.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, percebe-se que a integração da gastronomia, arquitetura e turismo vai além da simples composição de serviços, ela constitui uma estratégia de valorização cultural, de geração de identidade e de construções de novas experiências. Ao unir sabor, estética e história em um único espaço, cria-se uma vivência completa e memorável, capaz de despertar emoções, promover pertencimento e conectar o visitante ao território visitado. Espaços como o Botequim Original demonstram como essa união pode fortalecer a atratividade turística e contribuir para o desenvolvimento sustentável e cultural das cidades, tornando-se exemplo inspirador de como o turismo pode ser vivido com autenticidade

Este trabalho teve como propósito compreender de que maneira a gastronomia, a arquitetura e a hospitalidade contribuem para a construção da memória coletiva e da experiência turística em espaços gastronômicos, tendo como objeto de estudo o Botequim Original, localizado na cidade de Ponta Grossa, Paraná. A escolha por esse estabelecimento se deu pelo seu caráter singular, que foge dos padrões das redes de bares contemporâneas e resgata elementos tradicionais da cultura boêmia brasileira, o que o torna um espaço de memória, afeto e sociabilidade.

A partir da observação direta do local e da entrevista semiestruturada com o proprietário, aliadas à fundamentação teórica construída com autores que discutem a hospitalidade, memória coletiva, turismo gastronômico bem como a identidade do e espaço, foi possível analisar como o Botequim Original integra diferentes dimensões culturais e sensoriais em sua proposta.

A gastronomia nesse contexto, surge não apenas como um serviço, mas como uma expressão cultural que carrega significados e afetos. Os pratos, os petiscos e as bebidas servidos remetem a referências familiares e populares, despertando lembranças e emoções nos frequentadores. A culinária do Botequim dialoga com a memória, seja através dos sabores, da apresentação ou da forma como é servida, revelando o papel da comida como elemento central na construção da identidade e da hospitalidade.

Ao mesmo tempo, a arquitetura e a ambientação do espaço contribuem significativamente para a experiência dos clientes, a decoração inspirada em bares antigos, os objetos retrô, os tons quentes utilizados no ambiente, tons como vermelho e amarelo, que, conforme estudos sobre a psicologia das cores estimulam o apetite,

compõe um cenário que convida a permanência no local. Esses elementos, quando aliados a ambientação, e a comida, constroem uma atmosfera nostálgica que reforça a sensação de pertencimento e autenticidade. Ainda que tenha sido desafiador integrar a gastronomia e arquitetura como campo de análise interligados, a experiência do Botequim demonstrou como essas duas dimensões se complementam na criação de experiências completas e memoráveis.

Outro aspecto essencial analisado foi o papel dos eventos realizados no espaço, que vão além do entretenimento e reforçam o Botequim como um ponto de encontro cultural. A programação de jogos e as celebrações sazonais criam uma dinâmica que aproxima o local da comunidade, transformando o local em um palco de manifestações sociais, isso consolida o Botequim como um “terceiro lugar”, conceito onde as relações interpessoais se fortalecem e a vida cotidiana ganha espaço para ser compartilhada fora do ambiente doméstico ou profissional.

Adicionalmente, observou-se que o Botequim Original atua como um agente do turismo local, pois valoriza saberes, sabores e práticas culturais do cotidiano pontagrossense. Ele oferece ao visitante uma oportunidade de vivenciar a cidade a partir de experiências autênticas, que envolvem não apenas o consumo, mas a convivência e o contato com a cultura local, é um turismo que se faz com pessoas, feito para pessoas, revelando que pequenos negócios podem ter grande impacto na valorização da identidade e da memória de um lugar.

Durante a elaboração deste trabalho, algumas limitações foram enfrentadas, especialmente no esforço de articular de forma equilibrada a relação entre a gastronomia e a arquitetura dentro da proposta analítica. Entender como esses dois elementos dialogam na construção da experiência exigiu sensibilidade para captar aspectos subjetivos, sensoriais e emocionais, o que representou tanto um desafio metodológico quanto uma oportunidade de aprendizado.

Por fim, este trabalho reforça que lugares como o Botequim Original não apenas alimentam o corpo, mas também a memória, o afeto e o pertencimento. Eles são fundamentais para a sociabilidade urbana e representam locais de encontro, de escuta e de troca, são espaços onde a gastronomia e a arquitetura se fundem para contar histórias, preservar tradições e acolher pessoas. Como sugestão para pesquisas futuras, propõe-se a ampliação da análise para outros estabelecimentos com características similares, bem como a escuta direta dos clientes e

frequentadores, para aprofundar ainda mais a compreensão da relação entre a experiência, memória e hospitalidade.

Assim, conclui-se que o Botequim Original é muito mais que um bar: é um espaço simbólico, uma extensão da cidade e de suas histórias, onde se constrói e se compartilha cultura, no prato, na música, no ambiente e, sobretudo, nas relações.

## REFERÊNCIAS

- A importância do patrimônio material e imaterial para o desenvolvimento e identidade de uma cidade e de um povo.** Seguinte, site Seguinte.inf.br. Disponível em: <https://seguinte.inf.br/a-importancia-do-patrimonio-material-e-imaterial-para-o-desenvolvimento-e-identidade-de-uma-cidade-e-de-um-povo/>. Acesso em: 20 jun. 2025.
- ALVES, M. **Turismo de base comunitária: construção de um conceito a partir da experiência brasileira.** *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 7, n. 2, p. 234–257, 2013
- BAHL, M. **Conteúdos culturais e naturais em roteiros turísticos versus artificialismo induzido.** São Paulo: Roca, 2003 p. 141-148
- BIGAL, S. **Vitrina, do outro lado visível.** São Paulo: Nobel, 2001.
- BITNER, M. J. **Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees.** *Journal of Marketing*, v. 56, n. 2, p. 57, 1992.
- CANDAU, J. **Memória e identidade.** São Paulo: Contexto, 2016.
- COLIN, Silvio. **Arquitetura e psicologia.** Em Arquitetura e psicologia | Coisas da Arquitetura. Acesso em 22 jun. 2025
- COSTA, Humberto; SANTOS, **Aguinaldo dos.** **Design para serviços e a estética sonora no servicescape: influência na experiência estética dos usuários.** *Projetica*, Londrina, v. 10, n. 1, p. 77–94, 2019. DOI: 10.5433/2236-2207.2019v10n1p77. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/projetica/article/view/34339>. Acesso em: 24 jun. 2025.
- Croce, E. & Perri, G. (2010). **Food and wine tourism.** CABI.
- FERRO, Rafael. (2013). **Gastronomia e Turismo Cultural: reflexões sobre a cultura no processo do desenvolvimento local.** 2. 38-56.
- FISCHLER, C. **O (não) onívoro: o gosto, a culinária e o corpo.** *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, v. 18, n. 52, p. 69-90, 2003.
- GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; GIMENES, M. H. S. G.; MASCARENHAS, R. G. **Reflexões sobre o Turismo Gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos.** Segmentação do mercado turístico—estudos, produtos e perspectivas. Barueri: Manole, p. 179-191, 2009.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GIMENES-MINASSE, M. H. S. G. **Turismo gastronômico: conceitos & características.** *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, v. 17, art. 2791, 2023. DOI: 10.7784/rbtur.v17.2791. Acesso em: 20 jun. 2025.
- GOOGLE. **Google Maps.** Disponível em: <https://www.google.com/maps>. Acesso em 09 jul. 2025
- HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva.** São Paulo: Vértice, 1990.

- HALL, C Michael; SHARPLES, Liz. **Food tourism around the world: development, management and markets**. Oxford: 2003
- HJALAGER, Anne-Mette. **A typology of gastronomy tourism**. International journal of Tourism Research, v. 6, n. 3, p. 21-25, 2024.
- KANT, Immanuel. **Fundamentação da Metafísica dos Costumes**. São Paulo: Ed. Martin Claret, 2002.
- KIM, W. G.; MOON, Y. J. **Customers' cognitive, emotional, and actionable response to the servicescape: A test of the moderating effect of the restaurant type**. International Journal of Hospitality Management, v. 28, n. 1, p. 144–156, 2009.
- LEDOUX, J. **O cérebro emocional: os misteriosos alicerces da vida emocional**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2011.
- LIA, Nathália Vieira da Silva; NIEMEYER, Lucy. **O Papel Do Ambiente Físico Na Experiência De Comer Em Restaurantes**. In: Anais do Simpósio de Pós-graduação em Design da Esdi. Anais...Rio de Janeiro (RJ) ESDI / UERJ, 2019. Disponível em: [https://www.even3.com.br/anais/spgd\\_2019/223923-O-PAPEL-DO-AMBIENTE-FISICO-NA-EXPERIENCIA-DE-COMER-EM-RESTAURANTES](https://www.even3.com.br/anais/spgd_2019/223923-O-PAPEL-DO-AMBIENTE-FISICO-NA-EXPERIENCIA-DE-COMER-EM-RESTAURANTES). Acesso em: 24/06/2025
- LIA, Nathália; NIEMEYER, Lucy; CARVALHO, André. A semiótica de Peirce aplicada à representação gráfica de arquitetura. **Estudos Semióticos**, São Paulo, Brasil, v. 21, n. 1, p. 201–214, 2025. DOI: 10.11606/issn.1980-4016.esse.2025.230085. Disponível em: <https://revistas.usp.br/esse/article/view/230085>. Acesso em: 24 jun. 2025
- Lin, Y. (2006). C.M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis and B. Cambourne, Editors, **Food Tourism Around the World: Development, Management and Markets**, Butterworth Heinemann, Oxford (2003)
- MELCHIOR, M.& **Procedômio da Silva**, Botecos cariocas: espaço gastrossociais de hospitalidade. Revista Hospitalidade, 21, 26-47.
- MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 12. Ed. São Paulo: Hucitec, 2009.
- OLDENBURG, Ray. **The Great Good Place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons and other hangouts at the heart of a Community**. 2. ed. New York: Marlowe & Company, 1999.
- OLIVEIRA, Luciane Monteiro; LOURES OLIVEIRA, Ana Paula de Paula. **Problemáticas da Gestão do Patrimônio e Políticas Públicas: A educação na perspectiva de mudança paradigmática**. Juiz de Fora, 2008
- PATRIMÔNIO CULTURAL BRASILEIRO** – iPatrimônio. Ponta Grossa – Botequim. iPatrimônio. Disponível em: <https://www.ipatrimonio.org/ponta-grossa-botequim/>. Acesso em: 10 jun. 2025.
- PELEGRINI, Sandra C. A. **Cultura e natureza: os desafios das práticas preservacionistas na esfera do patrimônio cultural e ambiental**. Revista Brasileira de História. São Paulo 2006, v. 26, nº 51, p. 115-140.
- RIEGL, Alois. **El culto moderno a los monumentos: caracteres y origen**. 2.ed. Madrid, España: Visor, 1999.

ROCHA, Luiz Octavio. **Arquitetura e Educação**, 2010.

SANTOS, Juliana Nunes dos. **Arquitetura da hospitalidade: acolhimento do habitante na fronteira entre edifício e cidade**. 2021. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Departamento de Arquitetura e Urbanismo, PUC-Rio, Rio de Janeiro, 27 abr. 2021.

SCHLÜTER, R. G. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SEBASTIANY, Guilherme. **A arquitetura como parte da estratégia de branding**. Disponível em [www.sebastiany.blog.br](http://www.sebastiany.blog.br). Acesso em 25 jun. 2025

SHARPLES, Liz Chapter 1 - **The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste**, Editor(s): C. Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell, Niki Macionis, Brock Cambourne, Food Tourism Around the World, Butterworth-Heinemann, 2003, Pages 1-24,

THE WANDERLUST. The Wanderlust plans responsible and sustainable trips by supporting and promoting local projects. Simbiotico.eco. Disponível em: <https://www.simbiotico.eco/ecospot/the-wanderlust>. Acesso em: 14 jun. 2025

TRIGO, Luiz G. Godou. **Turismo Contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

UNESCO. Textos base da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial. Paris: UNESCO, 2014. Disponível em: [https://ich.unesco.org/doc/src/2003\\_Convention\\_Basic\\_Texts-\\_2014\\_version-PT.pdf](https://ich.unesco.org/doc/src/2003_Convention_Basic_Texts-_2014_version-PT.pdf). Acesso em: 14 jun. 2025

VALDEZ, P. MEHRABIAN, A. **Effects of color on emotion**, *Journal of experimental psychology: general*, v.123, No.4, p. 394 – 409, 1994.

WALTER, U.; EDVARDSSON, B.; ÖSTRÖM, Å. **Drivers of customers' service experiences: a study in the restaurant industry**. *Managing Service Quality: An International Journal*, v. 20, n. 3, p. 236–258

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2001.