



ARQUITETURA E EXPERIÊNCIA SENSORIAL NO TURISMO DE ALTO PADRÃO: A INFLUÊNCIA DO NOVO LUXO

Larissa Oliveira Salazar

Fernanda Cota Trindade

Curso: Arquitetura e Urbanismo Período: 9º

Área de Pesquisa: Arquitetura e Turismo

Resumo: A arquitetura do novo luxo vai além do requinte e da ostentação. Ela valoriza a sensorialidade, o respeito ao território, a sustentabilidade e o bem-estar como pilares fundamentais na criação de experiências únicas. Este trabalho tem como objetivo analisar como a arquitetura pode influenciar as experiências no turismo de alto padrão, especialmente dentro desse conceito. A pesquisa é de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e caráter exploratório, utilizando o estudo de caso como método para examinar três empreendimentos brasileiros: Rosewood São Paulo (SP), Cristalino Lodge (MT) e Kenoa Resort (AL). A partir da análise desses hotéis, observou-se que a arquitetura atua de forma estratégica na maneira como os espaços são vivenciados, indo além da estética e contribuindo para vínculos afetivos, valorização cultural e responsabilidade ambiental. Elementos como iluminação natural, ventilação cruzada, uso de materiais locais, integração com a paisagem, fragrâncias e texturas foram aplicados para criar ambientes alinhados aos sentidos. Práticas sustentáveis e ações sociais também fazem parte das expectativas atuais do turista de alto padrão. A arquitetura, nesse contexto, passa a ser um diferencial competitivo que fortalece a identidade dos destinos e contribui para a construção de uma experiência significativa e memorável. O estudo conclui que, quando aliada à sensorialidade, à cultura local e à sustentabilidade, a arquitetura amplia o potencial do turismo de alto padrão, tornando-se uma ferramenta para um desenvolvimento mais consciente, autêntico e conectado com o território.

Palavras-chave: Personalização, Sustentabilidade, Exclusividade, Vivência, Cultura.

1. INTRODUÇÃO

A arquitetura há muito tempo desempenha um papel fundamental na construção de experiências e na valorização dos destinos turísticos. No turismo, essa influência se intensifica, pois a experiência do viajante é formada não apenas pelos destinos em si, mas pela maneira como esses espaços são projetados e concretizados. No contexto do turismo de luxo, essa relação se torna ainda mais importante, uma vez que a exclusividade e a sofisticação estão intimamente ligadas à atmosfera e às sensações proporcionadas pelo ambiente construído. O “novo luxo” surge como um conceito que transcende a ostentação, poder e o consumo excessivo, valorizando experiências autênticas, personalização e a conexão sensorial dos visitantes com o espaço. Diante disso, questiona-se: qual o poder de influência da arquitetura do novo luxo para fomentar o turismo?

O mercado de turismo de luxo representa uma parcela significativa da economia global. O mercado de turismo de luxo representa uma parcela significativa da economia global. De acordo com um relatório da *Grand View Research* (2023), o mercado global de viagens de luxo foi estimado em US\$ 1,38 trilhão e deve crescer a uma taxa anual composta de 7,9% entre 2024 e 2030, evidenciando sua importância estratégica para o desenvolvimento do setor turístico mundial. No Brasil, a hotelaria de alto padrão tem apresentado um crescimento expressivo, impulsionada pela busca de experiências que aliam conforto, cultura e exclusividade. De acordo com dados divulgados pelo Banco Central do Brasil, em janeiro de 2025, o país recebeu 1,4 milhão de turistas internacionais, que injetaram US\$ 805 milhões na economia local, evidenciando a demanda por experiências singulares no país.

Gilles Lipovetsky (2004) aponta que o luxo contemporâneo não se restringe mais a bens materiais, mas se desloca para um campo imaterial, onde o tempo, a singularidade e a experiência são os verdadeiros elementos de diferenciação. Esse novo perfil de viajante não busca apenas hospedagem, mas uma vivência memorável, onde a arquitetura exerce papel essencial na construção dessa narrativa.

A arquitetura, ao ser ressignificada pelo turismo, deixa de ser apenas abrigo para se tornar símbolo e referência, o que agrega valor econômico e cultural para o lugar. Nesse sentido, o sucesso nos novos projetos arquitetônicos é agora um ponto de partida, pois as organizações escolhem arquitetos de prestígio para assinarem construções e restaurações, visando valorização e atração de compradores (Dahlgren; Foreman; Eck, 2005). O uso de elementos arquitetônicos regionais evidencia o poder de influência da arquitetura na construção da identidade turística de um lugar.

Diante desse cenário, este estudo tem como objetivo compreender como a arquitetura do novo luxo influencia na experiência turística, explorando conceitos de design sofisticado, os materiais, a ambientação sensorial, e narrativa espacial podem potencializar a atratividade e o valor percebido de empreendimentos hoteleiros de alto padrão. Busca-se compreender de que maneira a concepção arquitetônica pode ir além da estética, criando atmosferas imersivas e sensoriais que elevam a experiência do usuário e, consequentemente, melhoram a atratividade turística de uma região.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Referencial Teórico

2.1.1 A conceituação do Novo Luxo

O conceito de "luxo" é frequentemente definido como um estado de grande conforto e riqueza, caracterizado por bens e serviços que vão além das necessidades básicas. O Dicionário Michaelis define luxo como "estilo de vida que se caracteriza pelo excesso de ostentação e pelo gasto com bens de consumo caros e supérfluos" e como "qualquer coisa dispendiosa ou difícil de se obter, que agrada aos sentidos sem ser uma necessidade" (Michaelis, 2009, p. 1241). Essa definição reflete a concepção tradicional de luxo, que se baseia na ostentação e no consumo de produtos e serviços caros, frequentemente associados a status social e prestígio.

Historicamente, o luxo era visto como um símbolo de status, reservado para as elites. O consumo de bens luxuosos era uma forma de demonstrar riqueza e poder, e as marcas de luxo eram frequentemente associadas a tradições familiares e heranças culturais. No entanto, essa visão do luxo tem se transformado ao longo do tempo, especialmente com o surgimento de novas demandas e valores sociais. No novo luxo, diferentemente do luxo tradicional, os aspectos que ganham mais importância no momento do consumo são o bem viver, prazer, novas experiências e significados emocionais, em vez do status social, exibição de riqueza, materialismo e ostentação (Almeida, 2006; Castilho; Villaça, 2006; Danziger, 2005; Lipovetsky, 2007). Essa mudança implica que a arquitetura deve ser projetada não apenas para atender a necessidades funcionais, mas também para criar ambientes que proporcionem experiências memoráveis.

A arquitetura do novo luxo deve incorporar elementos que promovam a autenticidade e a personalização, pois o consumidor contemporâneo busca experiências que deixem impressões positivas e duradouras, ao combinar arquitetura de baixo impacto ambiental, integração cultural das regiões, bem como práticas de sustentabilidade e responsabilidade social (Machado & Sousa, 2018). Nesse contexto, o uso de materiais locais e estratégias arquitetônicas que respeitem a identidade dos territórios torna-se essencial. Como afirmam Ritchie e Crouch (2003), a identidade de um destino turístico é construída por uma combinação de elementos físicos e culturais, sendo a arquitetura um dos principais fatores na formação da imagem e da atratividade do local.

Além disso, uma pesquisa da McKinsey & Company (2023) revela que cerca de 70% dos viajantes de luxo estão dispostos a pagar mais por experiências que ofereçam um forte componente cultural e emocional. Isso demonstra que a arquitetura, ao criar ambientes que promovem conexões significativas e reais com a cultura local, pode ser um fator decisivo na atração de turistas de alto padrão.

2.1.2 Psicologia ambiental e experiência sensorial no turismo

A psicologia ambiental é a disciplina que estuda o comportamento humano em suas interações com os ambientes naturais e construídos (Kopeck, 2018). Ela permite compreender como os espaços influenciam as emoções, percepções e atitudes das pessoas, sendo especialmente relevante no contexto da arquitetura e do design voltados para o turismo.

A experiência sensorial diz respeito ao modo como os indivíduos percebem, interpretam e se conectam emocionalmente com os estímulos captados pelos sentidos, como visão, audição, tato, olfato e paladar. No contexto da arquitetura, essa experiência vai além da funcionalidade dos espaços, envolvendo atmosferas que provocam reações subjetivas e afetivas. Damásio (2010) ressalta que as emoções surgem a partir das percepções sensoriais e têm papel central nos processos de

tomada de decisão, memória e bem-estar. Howes (2005), por sua vez, reforça que o ambiente pode ser compreendido como uma construção sensorial, na qual os sentidos atuam de forma integrada para gerar significado e presença. Assim, considerar a experiência sensorial na arquitetura aplicada ao turismo é compreender que os espaços não são neutros, mas sim agentes que afetam profundamente o comportamento e as memórias dos visitantes

A experiência sensorial, nesse cenário, torna-se um aspecto crucial a ser explorado para enriquecer a experiência do turista. Pine e Gilmore (1999) destacam que a experiência do cliente é composta por dimensões sensoriais, emocionais, cognitivas e comportamentais, sendo a dimensão sensorial particularmente significativa no turismo de luxo, onde se busca provocar sensações únicas e memoráveis por meio do ambiente construído.

Ambientes projetados para estimular os sentidos podem criar memórias duradouras e impactar a percepção do viajante sobre o destino. A arquitetura, ao integrar elementos como iluminação, texturas, sons e aromas, transforma um espaço comum em um ambiente imersivo que cativa e envolve o visitante. Por exemplo, a utilização de materiais que proporcionam conforto tátil e acústico, juntamente com uma iluminação que valoriza a estética do espaço, pode criar uma atmosfera que favorece a relaxação e o bem-estar. Essa abordagem é corroborada por Tuan (1977), que argumenta que a experiência do espaço é profundamente influenciada pela relação entre o indivíduo e o ambiente.

Diante desse panorama, a ambientação sensorial não apenas enriquece a experiência do viajante, mas também estabelece uma conexão emocional com o local. A criação de atmosferas que evocam emoções e sensações é essencial para a construção de uma experiência turística memorável. Segundo Bitner (1992), o ambiente físico de um serviço pode influenciar a satisfação do cliente e sua intenção de retorno, o que reforça a importância de projetar espaços que não apenas atendam às necessidades funcionais, mas que também criem experiências sensoriais significativas.

Compreender esses aspectos da psicologia ambiental é fundamental para arquitetos que atuam no turismo de luxo, pois o desafio reside em projetar ambientes que proporcionem experiências exclusivas e diferenciadas, alinhadas ao conceito do novo luxo. Nesse contexto, os aspectos sensoriais dos destinos emergem como uma dimensão crucial para facilitar experiências turísticas positivas (Agapito, Valle & Mendes, 2014, p. 224).

2.1.3 Arquitetura de alto padrão como catalisador do turismo de luxo

A arquitetura de alto padrão exerce um papel essencial na valorização do turismo de luxo, funcionando como um verdadeiro catalisador que atrai visitantes em busca de experiências diferenciadas. O conceito de novo luxo, que valoriza autenticidade, personalização e responsabilidade ambiental, está diretamente ligado à forma como os espaços são projetados e vivenciados. Segundo a International Luxury Travel Market (ILTM, 2023), o turismo de luxo representa cerca de 30% da receita total do setor, o que mostra a importância de ambientes arquitetônicos que proporcionem experiências exclusivas.

No Brasil, a arquitetura de alto padrão tem ganhado destaque como um dos principais elementos na construção da identidade de destinos turísticos. Projetos arquitetônicos inovadores e sustentáveis não apenas qualificam o espaço urbano, mas também criam ambientes que dialogam com a cultura local e com as expectativas dos

turistas. De acordo com o Banco Central do Brasil (2024), o país recebeu aproximadamente 1,8 milhão de turistas internacionais, gerando uma receita de cerca de US\$ 1,5 bilhão, o que evidencia a relevância da arquitetura na atração de visitantes.

A hotelaria de luxo é um exemplo claro de como a arquitetura influencia profundamente a experiência do turista. Empreendimentos que aliam design contemporâneo à funcionalidade, sem abrir mão de uma estética enraizada na cultura local, conseguem não apenas oferecer conforto, mas também estabelecer vínculos emocionais com quem se hospeda. Nesse contexto, a ambientação se torna um recurso estratégico. Como aponta Castelli (1991), a arquitetura e o design dos meios de hospedagem atuam como diferenciais competitivos, capazes de criar atmosferas únicas que despertam sensações memoráveis. Com isso, Dahlgren, Foreman e Eck (2005) destacam que a reputação do arquiteto e a qualidade do projeto impactam a percepção do empreendimento ainda antes de sua inauguração, funcionando como elemento de valorização simbólica e comercial.

Além disso, a arquitetura de alto padrão tem um papel central na criação de experiências sensoriais que envolvem os turistas. McIntosh e Siggs (2005) apontam que a qualidade do ambiente construído influencia diretamente a satisfação dos visitantes, sendo decisiva para fidelizar o público e fortalecer o destino turístico. Elementos como iluminação, texturas e espaços abertos não só contribuem para a estética, mas também promovem uma experiência que estimula os sentidos e gera memórias duradouras. Essa abordagem sensorial traduz o novo luxo, que valoriza o bem-estar e a experiência completa do usuário.

A crescente preocupação com práticas sustentáveis também se reflete na arquitetura de luxo. Segundo a pesquisa da Virtuoso (2022), 75% dos viajantes de luxo estão dispostos a pagar mais por experiências que demonstrem compromisso ambiental e social, desde que saibam exatamente para onde o dinheiro está sendo direcionado. Isso mostra que a arquitetura precisa ir além do impacto visual, da cultura local. A sustentabilidade é, portanto, um dos pilares do novo luxo, que procura conciliar exclusividade com consciência ambiental.

Dessa forma, a arquitetura de alto padrão se apresenta não só como um elemento visual, mas como um motor essencial do turismo de luxo. Ao criar espaços que oferecem experiências únicas e que representam a identidade dos destinos, ela se torna peça-chave para impulsionar o turismo e manter a competitividade no mercado global. A junção entre funcionalidade, sustentabilidade e exclusividade é o que define o novo luxo e reforça o papel estratégico da arquitetura em encantar e atrair turistas.

2.2 METODOLOGIA

A metodologia adotada neste trabalho é de natureza aplicada, com abordagem qualitativa e caráter exploratório, pois busca compreender um fenômeno atual que envolve comportamento, experiência e estética. A escolha pelo estudo de caso justifica-se pela possibilidade de uma análise aprofundada de três hotéis que traduzem o conceito de novo luxo por meio da arquitetura. Esses empreendimentos oferecem muito mais do que acomodações; proporcionam experiências sensoriais que conectam o hóspede ao espaço de maneira significativa.

Os estudos de caso focam em hotéis que, como discutido anteriormente, utilizam a arquitetura para criar experiências sensoriais e vínculos afetivos, alinhando-se aos princípios do novo luxo. Foram selecionados estabelecimentos que demonstram um cuidado especial no uso de materiais, na integração com o entorno e na valorização cultural do lugar, aspectos que favorecem uma vivência autêntica e

personalizada.

A partir disso, foram realizadas pesquisas bibliográficas em livros, artigos acadêmicos e publicações especializadas, com o objetivo de embasar a análise e aprofundar as discussões sobre psicologia ambiental, turismo de luxo, experiências sensoriais e arquitetura contemporânea. Sendo assim, priorizam-se fontes atualizadas e com relevância científica, para fundamentar a análise de dados e considerações finais.

2.3 Análise e discussões

2.3.1 Hotel Rosewood São Paulo: Patrimônio, identidade e emoção no contexto urbano

O Rosewood São Paulo (Figura 1 e Figura 2) representa uma nova forma de compreender o luxo dentro do cenário urbano. Localizado no coração do complexo Cidade Matarazzo, o hotel ocupa o antigo prédio do Hospital Matarazzo que abrigava a Maternidade Matarazzo (Hotel Rosewood, 2025), datado de 1920, cuja restauração foi conduzida com extremo cuidado. A intervenção arquitetônica, assinada por Jean Nouvel, vencedor do Prêmio Pritzker em 2008, exemplifica o que afirmam Dahlgren, Foreman e Eck (2005), ao destacarem que projetos de alto padrão costuma ser assinados por arquitetos de prestígio como forma de agregar valor simbólico e atrair um público qualificado. A obra mantém a volumetria original e os detalhes construtivos, enquanto acrescenta uma torre contemporânea revestida por um mosaico vegetal nativo da Mata Atlântica. Essa sobreposição de camadas históricas e novas expressões formais revela uma ambição: comunicar que o luxo contemporâneo, em seu sentido mais profundo, está na articulação entre memória, cultura e sensorialidade.

Figura 1 - Vista lateral do Rosewood Figura 2 - Antiga maternidade Matarazzo e nova torre do Hotel



Fonte: Eduardo Castelo (2024).

Fonte: Rosewood São Paulo (2022)

Classificado como hotel seis estrelas, o Rosewood reúne atributos de sofisticação, exclusividade e autenticidade em sua proposta. São mais de 160 acomodações com design autoral, seis restaurantes, sendo um deles o Le Jardin, onde é possível almoçar cercado por natureza e vegetação tropical, bar com *pocket*

shows, spa com conceito *wellness*, academia completa, piscinas, terraços e jardins internos que proporcionam uma atmosfera de refúgio em meio à cidade (Figura 3). Este programa de necessidades reflete o que Machado e Souza (2018) afirmam, que a autenticidade e personalização são importantes para atrair o consumidor contemporâneo.

O paisagismo, elaborado com rigor, valoriza espécies nativas e transforma os ambientes externos e internos em verdadeiros oásis sensoriais. A torre nova do hotel expressa esse conceito ao trazer a vegetação como protagonista, integrando arquitetura e natureza de maneira fluida e impactante.

A cultura brasileira se manifesta em cada detalhe do projeto, seja por meio da gastronomia, do design ou da arte. O hotel abriga uma coleção com mais de 450 obras de arte, que abrange desde produções indígenas e arte popular até expressões de *street art* e arte contemporânea — de artistas reconhecidos e emergentes. Essa curadoria extensa está presente nos corredores, acomodações e espaços comuns (Figura 4), criando uma ambientação que transforma o hotel em um verdadeiro centro de cultura viva. A valorização da identidade brasileira também se estende à escolha dos materiais: os acabamentos utilizam pedras, madeiras e mármore regionais, quartzos e cristais decorativos que remetem à riqueza do território nacional. Toda essa preocupação repercute o que Ritchie e Crouch (2003) afirmam, que um destino turístico atrativo é resultado da soma dos elementos físicos e culturais.

Figura 3 - Piscina externa

Figura 4 - Pinturas de Ananda Nahú



Fonte: Rosewood São Paulo, Divulgações.(2025) Fonte: Rosewood São Paulo, Divulgações (2025)

A atmosfera sensorial do Rosewood é construída com base nos princípios da psicologia ambiental, promovendo bem-estar, acolhimento e conexão emocional com o espaço. Aromas exclusivos inspirados nas florestas nativas do Brasil foram desenvolvidos especialmente para o hotel e estão presentes no lobby e nas suítes, ativando a memória olfativa dos hóspedes. A música ambiente, a iluminação difusa e o uso de materiais naturais como madeira e pedra complementam essa proposta, estimulando os sentidos de forma harmoniosa e sutil. Essa estratégia reforça a abordagem defendida por Damásio (2010) e Howes (2005), que associam os estímulos sensoriais à construção de memórias afetivas e vínculos duradouros com o ambiente.

As suítes mantêm essa continuidade sensorial e simbólica. A luz natural é controlada por cortinas em linho, a acústica é tratada para garantir silêncio e os acabamentos priorizam o toque e a textura. Fragrâncias personalizadas, lençóis de algodão egípcio, materiais sustentáveis e mobiliário assinado por designers brasileiros conferem exclusividade e autenticidade (Figura 5). Tudo é pensado para proporcionar

uma vivência onde a funcionalidade dialoga com a sensorialidade, e a estética encontra o afeto.

Figura 5 – *Premier Suíte*



Figura 6 – Banheiro *Panthouse Suíte*



Fonte: Rosewood São Paulo (2025).

Fonte: Rosewood São Paulo (2025)

Além do conforto, o hotel revela um forte compromisso com a sustentabilidade. A cobertura vegetal, o aproveitamento de iluminação e ventilação naturais (Figura 6), o uso de materiais de origem responsável e os sistemas de eficiência energética reforçam essa preocupação. O spa utiliza ingredientes naturais e sustentáveis da biodiversidade brasileira, integrando saberes tradicionais aos rituais de bem-estar. O envolvimento com comunidades locais, o uso de ingredientes regionais na gastronomia e a valorização cultural posicionam o Rosewood como um empreendimento alinhado ao conceito de novo luxo, em que exclusividade, autenticidade e consciência caminham juntas e confirmam o que a Pesquisa da Virtuoso (2022) relata, que os clientes estão dispostos a gastar com locais que demonstrem compromisso socioambiental.

A arquitetura, nesse contexto, deixa de ser apenas visual e passa a estruturar a experiência como um todo. Ela valoriza a identidade do lugar e promove formas mais conscientes, conecta passado e futuro e desperta formas mais conscientes de viver e viajar. O resultado dessa proposta consistente se reflete em reconhecimento internacional: o hotel foi premiado por dois anos consecutivos pelo The World's 50 Best Hotels como o melhor hotel da América do Sul, consolidando seu lugar como referência global em hospitalidade.

2.3.2 Cristalino Lodge: Imersão na floresta e arquitetura de mínima interferência

Localizado em uma reserva particular com mais de 11.000 hectares no coração da floresta amazônica, às margens do rio Cristalino (Figura 7), no estado do Mato Grosso, o Cristalino Lodge oferece uma experiência singular de conexão com a natureza. O projeto arquitetônico adota uma abordagem de mínima interferência ambiental, elevando os bangalôs sobre pilotis de madeira certificada e distribuindo os volumes por entre as árvores nativas. Essa implantação respeitosa à topografia e à vegetação local reforça o compromisso do hotel com a conservação ambiental o projeto contribui para construir uma identidade própria à hospedagem, que se distancia de soluções genéricas e padronizadas. Dessa forma, a arquitetura passa a atuar como mediadora entre o lugar e o visitante e transforma a floresta em protagonista da experiência. Essas características, segundo Castelli (1991) agregam valores que trazem para a hospedagem um diferencial de design competitivo.

Figura 7 - Vista aérea mostra localização do hotel Cristalino Lodge, em meio a floresta Amazônica, ao lado do rio Cristalino em Alta Floresta (MT)



Fonte: KNAPP, Eduardo. Folhapress (2023).

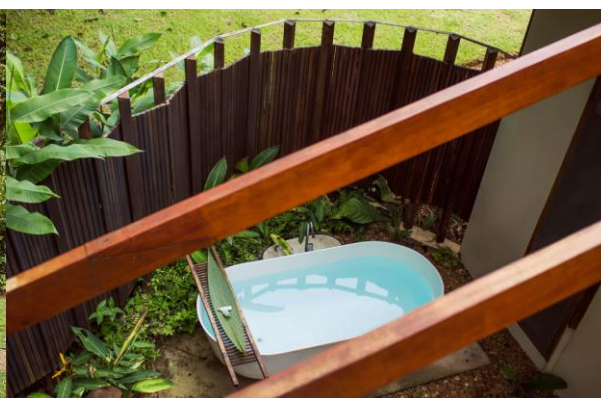
A estrutura do *lodge* é composta por acomodações em madeira (Figura 8), restaurante ao ar livre, bar, spa, academia, torre de observação e trilhas ecológicas. Toda a composição espacial convida à contemplação e ao silêncio: não há distrações tecnológicas ou interferência urbana. O paisagismo é guiado pelo próprio bioma amazônico, proporcionando uma estética sensível e envolvente. Em todos os espaços, a natureza dita o ritmo da experiência, promovendo bem-estar, introspecção e presença.

A cultura regional está presente tanto nas técnicas construtivas quanto nos materiais utilizados: madeira de manejo responsável, palha e fibras locais compõem os acabamentos, e elementos decorativos artesanais (Figura 9) evocam a estética das comunidades ribeirinhas. A gastronomia privilegia ingredientes da floresta como peixes de rio, castanhas e frutas nativas, sempre apresentados com cuidado e simplicidade. O projeto valoriza saberes tradicionais e aproxima o hóspede da identidade do território. Assim, ao se destacar para o campo imaterial, conforme Gilles Lipovetsky (2004) relata, a inserção da cultura local e as experiências vivenciadas proporcionam ao cliente o “novo luxo”.

Figura 8 - Acomodação Bangalô Júnior



Figura 9 - Jardim externo do Bangalô Especial



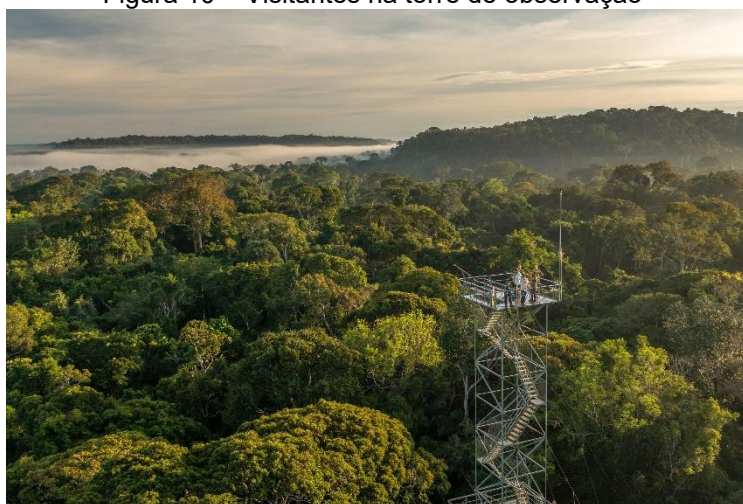
Fonte: MELIM, Samuel; Cristalino Lodge (2023). Fonte: MELIM, Samuel; Cristalino Lodge (2023).

A experiência sensorial é sutil, porém marcante, os espaços internos dialogam com o exterior por meio de grandes aberturas permitindo que luz entre; o ar carrega aromas vegetais puros; os sons da floresta substituem o ruído urbano; O spa oferece

tratamentos com argila vermelha, óleos essenciais extraídos da floresta e rituais inspirados em práticas tradicionais. As atividades propostas, como passeios de canoa, torres de observação de aves (Figura 10) e trilhas interpretativas, complementam a experiência com um caráter educativo e regenerativo. Essa construção da experiência está em sintonia com Pine e Gilmore (1999), que destacam a importância de envolver os sentidos e gerar vivências memoráveis como fator estratégico no setor de serviços, especialmente no turismo de alto padrão.

A sustentabilidade é o eixo central da proposta do Cristalino Lodge. O hotel adota práticas como energia solar, compostagem, captação de água da chuva e tratamento ecológico de esgoto. Além disso, mantém a Fundação Cristalino, que atua com projetos educacionais, conservação ambiental e apoio a pesquisas científicas na região. Essa atuação consistente comprova que a hospitalidade pode ser uma ferramenta de transformação ambiental e social, alinhando-se ao que defendem Machado e Sousa (2018), ao afirmarem que a arquitetura voltada ao novo luxo deve integrar valores ambientais e culturais de forma equilibrada e responsável.

Figura 10 – Visitantes na torre de observação



Fonte: Cristalino Lodge (2022).

Esse compromisso já foi reconhecido internacionalmente: o hotel integra iniciativas como Pure Life Experiences, GreenLeaders Platinum e BLTA, recebeu o selo da National Geographic como um dos melhores ecolodges do mundo, e foi premiado com o Travellers' Choice do TripAdvisor, o Global Vision Award (Travel+Leisure), entre outros. Tais reconhecimentos validam seu papel como referência global em turismo responsável.

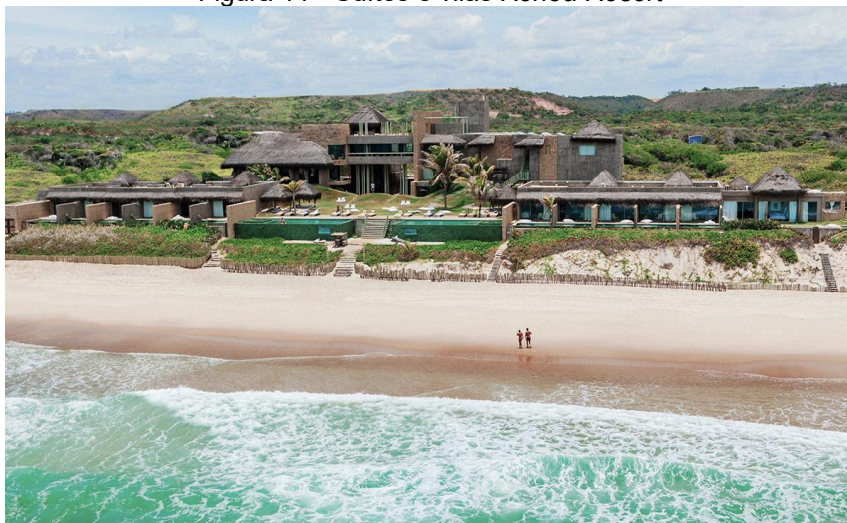
Ao unir sofisticação essencial, identidade regional e responsabilidade ambiental, o Cristalino Lodge redefine o luxo como experiência imersiva, educativa e afetiva. A arquitetura não se impõe. O novo luxo aqui se manifesta pela profundidade do contato com a floresta, pela simplicidade e pela valorização da cultura local. Trata-se de um refúgio sensível, que convida o hóspede a desacelerar, refletir e se reconectar com a essência do lugar.

2.3.3 Kenoa Resort: O sensorial como essência e a natureza como protagonista

O *Kenoa Resort* está localizado na Barra de São Miguel, no litoral sul de Alagoas, e se destaca pela forma como integra arquitetura, sustentabilidade e bem-estar em um cenário natural preservado. O projeto, assinado pelo arquiteto Osvaldo Tenório, respeita a topografia e a vegetação local, com construções posicionadas de maneira recuada em relação à praia, preservando corredores naturais e garantindo

privacidade visual para os hóspedes (Figura 11).

Figura 11 - Suítes e vilas *Kenoa Resort*



Fonte: *Kenoa Resort/Divulgação* (2017)

As vilas e suítes apresentam materiais em sua forma mais natural. A estrutura utiliza pedras naturais, madeira de demolição, palha trançada e concreto aparente (Figura 12). As texturas são preservadas, o que valoriza o acabamento artesanal e estimula a conexão tátil com os elementos. Os banheiros são revestidos em pedra e madeira reaproveitada, com bancadas esculpidas à mão (Figura 13). A paleta de cores neutras, areia, marrom e verde, reforça a integração com o entorno. A utilização de uma arquitetura vernacular agrega valor ao projeto, pois segundo Machado e Souza (2018) a utilização de sistemas de baixo impacto ambiental e a integração com a cultura local são fatores que atraem turistas.

Figura 12 - Suítes e vilas *Kenoa Resort*



Fonte: *Kenoa Resorts* (2023).

A arquitetura favorece a ventilação cruzada e o aproveitamento da luz natural, minimizando o uso de recursos artificiais. As aberturas são amplas e voltadas para o mar, permitindo a entrada da brisa e do som das ondas (Figura 14). Os ambientes internos são silenciosos e oferecem controle térmico natural. O projeto privilegia a funcionalidade e a experiência sensorial, sem excessos.

Figura 13 – Banheiro Suíte Kenos Villa



Fonte: *Kenoa Resort* (2023).

Figura 14 – Suíte Kenoa Villa



Fonte: *Kenoa Resort* (2023).

No spa, os tratamentos utilizam ingredientes locais como óleos de coco, extratos vegetais e ervas tropicais. O espaço foi projetado para estimular os cinco sentidos: sons da natureza, aromas suaves, texturas táteis e iluminação difusa criam um ambiente de relaxamento profundo. As plataformas de pedra próximas à areia funcionam como extensão natural da paisagem. Assim geram ambientes que trabalham os sentidos de forma integrada gerando significado para o usuário conforme expressa Howes (2005).

A gastronomia segue os mesmos princípios: os pratos valorizam produtos frescos, sazonais e de origem regional, como: peixes, frutos do mar, raízes e frutas tropicais. O restaurante combina técnicas contemporâneas com ingredientes locais, promovendo uma experiência coerente com o conceito do hotel.

Além do conforto, o *Kenoa Resort* aposta em experiências que integram natureza, cultura e lazer. Os hóspedes podem participar de trilhas, passeios de cavalo pela praia, visitas a comunidades locais, passeios de canoa por manguezais, *snorkeling*, *scuba diving* e atividades ligadas à pesca e à produção de ostras. Essas vivências são conduzidas por profissionais locais e promovem o contato direto com o território.

Além das estratégias arquitetônicas passivas, o hotel implementa ações como uso racional de água, reuso de materiais, gestão de resíduos e controle do impacto ambiental. O resort também utiliza energia solar para o aquecimento de água, iluminação em LED e promove ações de reflorestamento com espécies nativas, reforçando seu compromisso ambiental de forma prática e contínua. A escolha de fornecedores locais e o estímulo à economia circular também fazem parte do planejamento sustentável. Essa postura atende às expectativas do novo perfil de hóspede de alto padrão, que valoriza práticas sustentáveis como critério decisivo na escolha de hospedagens, como destaca o relatório da *Green Hotelier* (2023).

Outro destaque é o programa "*Kenoa Social*", realizado em parceria com a ONG Banco de Alimentos, uma organização que atua há mais de duas décadas no combate à fome e ao desperdício no Brasil. A ONG recolhe excedentes de alimentos que seriam descartados por restaurantes, hotéis e mercados parceiros. Esses alimentos são preparados e distribuídos para centenas de entidades sociais cadastradas, contribuindo para a alimentação de crianças, jovens, adultos e idosos em situação de vulnerabilidade. A cada diária vendida, o hotel destina uma refeição a pessoas em situação de vulnerabilidade. Essa iniciativa exemplifica o que Machado e Sousa (2018) destacam sobre a arquitetura do novo luxo que cita a necessidade de integrar não apenas valores ambientais e culturais, mas também compromissos sociais genuínos,

reforçando o papel transformador da hospitalidade de alto padrão na construção de relações mais éticas e sustentáveis com as comunidades locais.

O *Kenoa Resort* exemplifica como a arquitetura pode atuar de forma estratégica, conectando conforto, sustentabilidade e compromisso social. A experiência oferecida está alinhada aos princípios do novo luxo: simplicidade com propósito, estética funcional e valorização do local. Como apontam McIntosh e Siggs (2005), a qualidade do ambiente construído influencia diretamente na satisfação e fidelização do visitante — aspecto essencial na hospitalidade de alto padrão.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo mostrou como a arquitetura tem um papel essencial no turismo de alto padrão, especialmente quando alinhada ao conceito de novo luxo. A análise dos casos revelou que mais do que estética, a arquitetura contribui diretamente para a forma como o hóspede percebe, sente e vivencia o espaço. Ao integrar elementos sensoriais, culturais e ambientais, os hotéis Rosewood São Paulo, Cristalino Lodge e Kenoa Resort demonstram que é possível criar experiências completas, que valorizam a identidade local e respeitam o meio ambiente.

O uso intencional dos sentidos nos projetos se confirma como um diferencial relevante, capaz de atrair um público que busca vivências verdadeiras e marcantes. A arquitetura passa a ser uma ferramenta estratégica, que agrega valor ao destino e colabora para a construção de uma relação mais próxima entre espaço, história e futuro. Além disso, práticas sustentáveis e ações sociais não são mais opcionais: fazem parte das expectativas de um novo perfil de consumidor, mais atento e consciente.

Com isso, entende-se que a arquitetura de alto padrão precisa ir além do impacto visual. Ela deve criar ambientes que toquem emocionalmente, que comuniquem valores e que proporcionem experiências que fazem sentido para quem se hospeda. O desafio está em equilibrar estética, funcionalidade, sustentabilidade e identidade, contribuindo para um turismo mais responsável e conectado com as reais necessidades do presente e do futuro.

4. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAPITO, Dora; VALLE, Patrícia Oom do; MENDES, Jorge. **The sensory dimension of tourist experiences: Capturing meaningful sensory-informed themes in Southwest Portugal**. *Tourism Management*, v. 42, p. 224–237, 2014. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.011>>. Acesso em: 7 maio 2025.

ARCHDAILY BRASIL. **Os 22 projetos mais esperados de 2022**. Disponível em: <<https://www.archdaily.com.br/br/975377/os-22-projetos-mais-esperados-de-2022>>. Acesso em: 6 junho 2025.

BITNER, M. J. **Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees**. *Journal of Marketing*, v. 56, n. 2, p. 57–71, 1992. Disponível em: <<https://www.jstor.org/stable/1252042>>. Acesso em: 7 de maio 2025

BRASIL. **Ministério do Turismo**. Mercado de luxo no Brasil para estrangeiros. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mercado-de-luxo-no-brasil-para-estrangeiros>>. Acesso em: 20

março 2025.

CASTELLI, Geraldo. **Administração hoteleira**. 3. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 1991. <Disponível em: <<https://pt.scribd.com/doc/263154786/Administracao-Hoteleira>>. Acesso em: 20 de maio 2025.

CRISTALINO LODGE. **Página principal**. Disponível em: <<https://cristalinolodge.com.br/pt>>. Acesso em: 7 jun. 2025a.

CRISTALINO LODGE. **Our Purpose**. Disponível em: <<https://cristalinolodge.com.br/pt/our-purpose>>. Acesso em: 7 jun. 2025b.

CRISTALINO LODGE. **Awards**. Disponível em: <<https://cristalinolodge.com.br/pt/our-purpose/awards>>. Acesso em: 7 jun. 2025c.

CRISTALINO LODGE. **Responsible Tourism**. Disponível em: <<https://cristalinolodge.com.br/pt/conservation/responsible-tourism>>. Acesso em: 7 jun. 2025d.

DAHLGREN, P. ; **FOREMAN, S.** ; ECK, J. Diálogos entre turismo cultural e arquitetura: as intenções dos projetos da casa da arquitetura no contexto turístico. João Pessoa: CCTA, 2023. Disponível em: <<https://www.ccta.ufpb.br/editoraccta/contents/titulos/hotelaria/turismo-hotelaria-no-contexto-da-arquitetura-e-urbanismo/ebook-th-arquitetura-urbanismo.pdf>> Acesso em: 08 de maio de 2025.

DAMÁSIO, Antonio R. **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. Disponível em: <<https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/28462/4/Consci%C3%AanciaPerspectivaAnt%C3%B4nio.pdf>>. Acesso em: 22 de maio 2025.

FASHION NETWORK BRASIL. **Lenvie lança linha exclusiva para Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Lenvie-lanca-linha-exclusiva-para-rosewood-sao-paulo,1668696.html#:~:text=A%20Lenvie%2C%20empresa%20brasileira%20de%20perfumaria%20autoral%2C,210g%20e%20kit%20aromatizador%20el%C3%A9trico%20+%20%C3%B3leo>>. Acesso em: 6 jun. 2025.

GRAND VIEW RESEARCH. **Luxury travel market size, share & trends analysis report by service type, by destination, by region, and segment forecasts, 2024–2030**. Disponível em: <<https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/luxury-travel-market>>. Acesso em: 8 de maio de 2025.

ILTM & PANROTAS. **Annual Luxury Travel Report 2022/2023 – Brazil & Latin America**. Disponível em: <https://view.iltm.com/wp-content/uploads/2023/01/ILTM-PANROTAS-Annual-Luxury-Travel-Report-2022_2023.pdf>. Acesso em: 1 julho de 2025.

KENOA - EXCLUSIVE BEACH SPA & RESORT. Kenoa Resort. Disponível em: <<https://www.kenoaresort.com/>>. Acesso em: 6 de junho 2025.

LIPOVETSKY, G. **A Era do Vazio: Ensaios sobre o Individualismo Contemporâneo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2004. Disponível em: <<https://perguntese.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/02/lipovetsky-gilles-a-era-do-vazio.pdf>>. Acesso 10 de maio 2025.

LOBO, Bruna Raquel Alves Maia. **Diálogos entre turismo cultural e arquitetura: as intenções dos projetos da casa da arquitetura no contexto turístico**. João Pessoa: Editora do CCTA, 2023. Disponível em: <<https://repositorio.ulisboa.pt/handle/10451/56713>>. Acesso em: 6 de maio de 2025.

MACHADO, Annaelise Fritz; SOUSA, Bruno. **Luxo sustentável em contextos de hotelaria e turismo: do diferencial competitivo à preocupação com a responsabilidade social**. International Journal of Marketing, Communication and New Media, n. esp. 4, p. 84–106, nov. 2018. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/344258909>>. Acesso em: 7 maio 2025.

McINTOSH, R. ; SIGGS, A. **The Role of the Built Environment in the Experience of Tourism**. Tourism Management, v. 26, n. 5, p. 675-688, 2005. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/249701448_An_Exploration_of_the_Experiential_Nature_of_Boutique_Accommodation>. Acesso em: 14 de maio 2025.

MICHAELIS: **Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**. 2. ed. São Paulo: Melhoramentos, 2009. p. 1241. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/busca?r=&f=&t=&palavra=luxo>>. Acesso em: 7 maio de 2025.

PINE, B. J. ; GILMORE, J. H. **The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage**. Boston: Harvard Business School Press, 1999 . Disponível em: <<https://archive.org/details/experienceeconom00pine>>. Acesso em: 13 de maio 2025

RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. **The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective**. New York: CABI Publishing, 2003. Disponível em:<https://www.academia.edu/613155/The_competitive_destination_A_sustainable_tourism_perspective>. Acesso em 09 de maio 2025.

ROSEWOOD HOTELS & RESORTS. **Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://www.rosewoodhotels.com/pt/sao-paulo>>. Acesso em: 6 jun. 2025a.

ROSEWOOD HOTELS & RESORTS. **Restaurantes e bares no Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://www.rosewoodhotels.com/pt/sao-paulo/dining>>. Acesso em: 6 jun. 2025b.

ROSEWOOD HOTELS & RESORTS. **Acomodações no Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://www.rosewoodhotels.com/pt/sao-paulo/accommodation>>. Acesso em: 6 jun. 2025c.

ROSEWOOD HOTELS & RESORTS. **Bem-estar no Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://www.rosewoodhotels.com/pt/sao-paulo/wellness>>. Acesso

em: 6 jun. 2025d.

ROSEWOOD HOTELS & RESORTS. **Coleção de arte do Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://www.rosewoodhotels.com/pt/sao-paulo/overview/rosewood-art-collection>>. Acesso em: 6 jun. 2025e.

ROSEWOOD HOTELS & RESORTS. **Sobre o Rosewood São Paulo**. Disponível em: <<https://www.rosewoodhotels.com/pt/sao-paulo/overview/about>>. Acesso em: 6 jun. 2025f.

TUAN, Yi-Fu. **Space and place: the perspective of experience**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977. Disponível em: <<https://fundacc.sp.gov.br/wp-content/uploads/2021/04/Espaco-e-lugar-a-perspectiva-da-experiencia-YI-FU-TUAN.pdf>>. Acesso em: 12 maio 2025.

VIRTUOSO. **Overheard at Virtuoso Travel Week: Our trend report**. [S.l.]: Virtuoso, 21 mar. 2022. Disponível em: <<https://www.virtuoso.com/travel/articles/overheard-at-virtuoso-travel-week-our-trend-report>>. Acesso em: 11 jun. 2025.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2005. Disponível em: <http://maratavarespsictics.pbworks.com/w/file/74304716/3-YIN-planejamento_metodologia.pdf>. Acesso em: 10 de junho de 2025