

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
FACULDADE DE TURISMO E HOTELARIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA**

MAYARA SILVA DE AGUIAR

**ANÁLISE SISTEMÁTICA DA HOSPITALIDADE NO CENTRO CULTURAL BANCO
DO BRASIL, RIO DE JANEIRO - RJ**

2014, NITERÓI

RESUMO

AGUIAR, Mayara Silva de. Análise sistemática da hospitalidade no Centro Cultural Banco do Brasil, Rio de Janeiro - RJ. 23p. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2014.

Hospitalidade e espaço cultural estão intimamente ligados, uma vez que a hospitalidade se dá através do “bem-receber” e que o espaço cultural é um local de acolhimento. Com o aumento do número de espaços culturais no país, se faz necessária uma pesquisa mais aprofundada com relação aos seus processos de acolhimento, nos mais diferentes tempos da hospitalidade, do recepcionar ao entreter. Cabe, portanto, definir o que faz de um espaço um lugar hospitaleiro e, coube a presente pesquisa buscar essa resposta tendo por cenário o Centro Cultural Banco do Brasil – Rio de Janeiro. Foram utilizados como instrumentos de pesquisa roteiros de observação com base nos indicadores estabelecidos por Grinover (2006) a respeito de um local hospitaleiro, sendo realizadas visitas de observação em contraposição aos conceitos que o próprio CCBB alega seguir, do ponto de vista da hospitalidade. Pode-se observar que o CCBB apresenta estrutura condizente com um local hospitaleiro, podendo, no entanto, ser melhorado ainda quanto a sua acessibilidade e legibilidade.

PALAVRAS CHAVE: Hospitalidade; Centro Cultural Banco do Brasil; Espaço Cultural; Acolhimento.

AGUIAR, Mayara Silva de. Systematic analysis of the Centro Cultural Banco do Brasil, Rio de Janeiro - RJ. 23p. Monography (Graduation) – Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2014.

Hospitality and cultural spaces are closely linked, since hospitality is through the "well-received" and that space is a local host. With the increasing number of cultural venues in the country, it is necessary further research with respect to the processes of care in the most different times of hospitality, the welcome to entertain. It must therefore define what makes a space a hospitable place, and fell to pursue this research with this response by the Centro Cultural Banco do Brasil - Rio de Janeiro. It were used as instruments of observation screenplays based on the indicators established by Grinover (2006) about a place of hospitality research, observation visits being made as opposed to concepts that CCBBs own claims to follow, in terms of hospitality. It can be seen that the structure CCBB features consistent with a hospitable place it can, however, be further improved as its accessibility and readability.

KEYWORD: Hospitality; Centro Cultural Banco do Brasil; Cultural Space, Host.

INTRODUÇÃO

Hospitalidade e espaço cultural estão intimamente ligados, uma vez que esses espaços oferecem a possibilidade de interação com a arte e a cultura do ambiente recebendo o público, entretendo-o, alimentando-o, ou seja, este espaço pode ser estudado como atrativo turístico, dentro do viés público ou comercial de hospitalidade. Com o aumento e a modernização dos espaços culturais que, segundo o Instituto Brasileiro de Museus, IBRAM (2010), têm recebido incentivos para incrementar a atividade no país, cabe perguntar: de que maneira esses espaços vêm se preparando para melhor acolher seu visitante?

Diante da importância histórica e cultural do Centro Cultural Banco do Brasil - CCBB e da vitrine cultural que ele representa para a cidade do Rio de Janeiro e para a história nacional, optou-se por fazer um estudo qualitativo utilizando-o como cenário. São objetivos desse trabalho: descrever quais dimensões e ações deveriam estar presentes neste espaço para que ele pudesse ser ou não considerado hospitaleiro, identificar no espaço do CCBB indicadores de hospitalidade, observar possíveis contradições entre o discurso de hospitalidade do CCBB e os resultados da observação sistemática.

Para realizar este estudo, primeiramente, fez-se necessária uma revisão dos teóricos da Hospitalidade que pudessem trazer à tona categorias de análise e indicadores de hospitalidade a serem observados no espaço cultural. Entre os autores pesquisados destacam-se Camargo (2004) e Grinover (2006), que conceituam e estabelecem categorias de Hospitalidade, apresentadas na primeira seção deste artigo.

Num segundo momento, foi importante compreender melhor o que é um centro cultural e se ele é, realmente, passível de análises de hospitalidade. Foram utilizados autores que explicitam as diferenças entre centros culturais, museus, espaços culturais, entre outros termos que muitas vezes se confundem ou se fundem, como no caso do Centro Cultural Banco do Brasil que, embora tenha acervo próprio e possa ser considerado museu, possui muitos outros espaços, com uma multiplicidade de características que poderiam lhe definir como um espaço cultural, apresentados na segunda seção deste artigo.

A terceira seção apresenta um resgate das especificidades e da história do espaço cultural em questão, sendo importante compreendê-la para, posteriormente, definir a metodologia da pesquisa.

Após fundamentados os pressupostos teóricos deste trabalho, foi desenvolvido um roteiro, dividido em 2 partes, uma referente ao acolhimento e outra à acessibilidade, legibilidade e identidade do local, com a finalidade de observar se esse espaço cultural é hospitaleiro ou não. O método utilizado foi o de observação não estruturada (ou naturalista) que, segundo Veal (2011), é uma observação na qual o observador tenta descrever o fenômeno de interesse e desenvolver explicações e entendimentos no processo. As visitas foram feitas utilizando o teste do consumidor incógnito, no qual o pesquisador utiliza o serviço oferecido como um consumidor comum, sem explicitar que está realizando uma pesquisa.

Posteriormente, por e-mail, foi feito um pedido formal ao CCBB para que autorizasse a publicação de seu nome neste trabalho acadêmico e, junto a este e-mail, foi solicitada a resposta da seguinte pergunta: “Quais práticas o CCBB adota com o objetivo de ser hospitaleiro?”.

As visitas foram realizadas durante todo o mês de outubro, com o total de cinco visitas ao espaço. As observações contidas na visita estão na penúltima seção deste artigo e procuram analisar se os programas e espaços oferecidos neste espaço cultural são acessíveis a todos e se ele adota boas práticas de atendimento e receptividade, confrontando as análises com os conceitos observados nas primeira e segunda seção deste.

De posse do texto enviado pelo CCBB, sobre qual seu entendimento de hospitalidade e como ela se traduz para os seus visitantes (na sua visão) e do que a pesquisadora pode analisar no local, com base nos indicadores, foi possível traçar alguns aspectos que se coadunam com a visão do espaço cultural e que estão plenamente atendidos no espaço, bem como outros aspectos nos quais ainda é possível realizar melhorias significativas para torná-lo um local ainda mais acolhedor.

1. HOSPITALIDADE E OS ESPAÇOS CULTURAIS

Hospitalidade e espaço cultural estão intimamente ligados, uma vez que a hospitalidade se dá através do “bem-receber” aquele que nos é estranho, independentemente de qualquer adversidade. O espaço cultural é um exemplo de um local no qual este fenômeno acontece, pois é um ambiente em que a todo tempo pessoas de diversos lugares, países, culturas, classes sociais, etc. chegam para conhecer e compartilhar diversas experiências e formas de cultura com pessoas e realidades desconhecidas. É isto o que diz Vasconcellos (2011) sobre o museu, um dos tipos de ambientes considerados como espaço cultural:

[...] tais instituições vêm sendo procuradas por uma legião cada vez maior de turistas, ávidos por conhecer as distintas manifestações culturais e artísticas de povos com os quais não mantém contato, ou cujos acervos sugerem alguma ‘viagem’ pelo imaginário de seus visitantes. (VASCONCELLOS, 2001, p.9).

Para Camargo (2004), o ritual da hospitalidade se dá por meio de leis de convívio que cultivamos com o tempo e que não estão expostas em livros ou manuais, por exemplo, mas que já estão formadas em nossas mentes. E mesmo de forma implícita regulam a forma como vivemos e agimos. Como ele mesmo conceitua, a hospitalidade é:

Um conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social e cuja observância não se limita aos usos e costumes das sociedades ditas arcaicas ou primitivas. Continuaram a operar e até hoje se exprimem com toda força nas sociedades contemporâneas. (CAMARGO, 2004, p.17)

Para Mauss (1974 *apud* CAMARGO, 2004), a hospitalidade é uma dádiva que se inscreve num processo que compreende três momentos: “dar, receber e retribuir”. Ou seja, quem dá, faz este ato com o intuito de demonstrar carinho, afeição por alguém, e isto é uma dádiva. A pessoa que foi escolhida como receptora desta dádiva

deve recebê-la como forma de reconhecimento deste ato, e por fim, quem recebe esta dádiva deve retribuí-la como forma de agradecimento, e assim o ciclo se instaura.

Allain Caillé, seguindo a linha de Mauss, diz que a dádiva é uma ação que tem como fim o convívio social, ele define dádiva como “toda prestação de serviços ou de bens efetuada sem garantia de retribuição, com o intuito de criar, manter ou reconstruir o vínculo social” (CAILLÉ, 2002 *apud* CAMARGO, 2004, p.19).

Para Murray (1990), a hospitalidade difere de acordo com a cultura em que o sujeito está inserido, se dá de forma natural, sem interesses financeiros. Quem recebe, o faz porque tem prazer em fazê-lo e não cobra ao outro por bem acolhê-lo:

Embora sua forma se diferencie muito entre as diversas culturas, a hospitalidade pode ser definida como um relacionamento entre dois papéis sociais: o anfitrião e o hóspede. Além disso, é um relacionamento que é tanto voluntário como não comercial (MURRAY, 1990, p.17).

Em seu livro Camargo (2004) ainda demonstra que há duas principais escolas de estudo da hospitalidade e explica que elas se contrapõem. Uma se baseia na hospitalidade doméstica e pública e ignora o instrumento do contrato, e outra se baseia no instrumento contratual e recompensas financeiras, ou seja, foca a hospitalidade comercial. A primeira é a escola francesa e a segunda a americana.

A francesa, que se interessa apenas pela hospitalidade doméstica e pela hospitalidade pública e que têm na matriz maussiana do dar-receber-retribuir a sua base, ignorando a hospitalidade comercial; E a americana, que passa ao largo dessa matriz e para a qual tudo acontece como se da antiga hospitalidade restasse apenas a sua atual versão comercial, baseada no contrato e na troca estabelecidos por agências de viagens, operadoras, transportadoras e por hotéis e restaurantes. (CAMARGO, 2004, p. 40)

Para melhor entender as práticas sociais inseridas no processo da hospitalidade, Camargo (2004) definiu os quatro tempos e espaços inseridos no ritual da hospitalidade o receber, hospedar, alimentar e entreter: doméstico, público, comercial (profissional) ou virtual.

O “receber” trata-se de “acolher pessoas que batem à porta”; “hospedar” de ofertar “um teto”, ao visitante; “alimentar” trata-se de nutrir o hóspede, oferecendo-o alimento necessário para sua restauração; e por fim, o “entretar” que significa proporcionar lazer ao visitante, de forma que ele tenha acesso a realidades que possam diverti-lo e, de certa forma, agregar conhecimento. Foi neste último espaço da hospitalidade que este artigo foi focado, uma vez que é onde se encaixam espaços culturais (CAMARGO, 2004).

Logo, os quatro espaços sociais da hospitalidade são: o doméstico, público, comercial (ou profissional), ou virtual. O doméstico é “o ato de receber em casa”, sendo este o mais comum; o público se dá nos espaços públicos, aqueles aos quais todos os cidadãos têm acesso, “acontece em decorrência do ir e vir”; o comercial, onde a hospitalidade ocorre através de “estruturas comerciais”, trocas monetárias; e o espaço virtual, onde as relações acontecem de forma *online*, sem um contato físico, direto, porém onde regras de convívio e etiqueta devem ser aplicadas, sendo definido como “anfitrião” o emissor da mensagem, e “hóspede” o receptor desta mensagem. (CAMARGO, 2004).

Grinover (2006), ao falar sobre hospitalidade, apresenta três categorias para que uma cidade seja hospitaleira. Embora essas categorias tenham sido desenvolvidas num contexto mais amplo, o da cidade, é possível também aplicá-las a equipamentos urbanos, como o espaço cultural aqui estudado. São elas: a acessibilidade, legibilidade e identidade. Ao falar sobre acessibilidade, Grinover (2006) a separa em duas formas, a tangível e a intangível, isto é, a primeira se relaciona aos meios físicos, a infraestrutura de determinado espaço, ele deve oferecer meios necessários para que uma pessoa se locomova sozinha e de maneira fácil; a segunda, trata-se de características que não podem ser tocadas ou percebidas a “olho nu”, estão ligadas ao contexto social, a cidadania, ao direito de ir-e-vir de um indivíduo, esta é também chamada acessibilidade intangível ou socioeconômica. O conceito de acessibilidade definida por Grinover é:

[...] a disponibilidade de instalações (levando em conta os limites de capacidade dos equipamentos), ou de meios físicos, que permitem esse

acesso (considerados, ao mesmo tempo, os meios de transporte e uso do solo), ou ainda, de acessibilidade socioeconômica (levando em conta a distribuição de renda). (GRINOVER, 2006, p.37)

Sobre legibilidade, entende-se a capacidade de um local produzir informações suficientes para que uma pessoa faça uma “imagem mental” dele e consiga reconhecê-lo sem grandes dificuldades. Através da legibilidade, busca-se “indicar a facilidade com que as partes de uma cidade podem ser reconhecidas e organizadas num modelo coerente”. (GRINOVER, 2006, p.42)

Por fim o autor ainda trata da identidade, que entende-se como “algo formado ao longo do tempo”, são características únicas, próprias de um determinado local e que o difere dos demais, “constituem referências para a memória e as culturas locais”(GRINOVER, 2006, p.42).

Tendo com base o conceito de hospitalidade e sabendo-se dos meios necessários para o bem-receber, na próxima seção serão abordados os conceitos de espaço cultural e museu, além das transformações ocorridas na história destes locais que sempre foram espaços do convívio humano, de inter-relações entre povos desconhecidos e de disseminação de cultura e lazer.

2 ESPAÇO CULTURAL E MUSEU

A sociedade passou por diversas mudanças ao longo dos séculos e com ela mudaram-se também as formas de conviver e socializar. Assim aconteceu com os espaços dedicados à promoção da cultura. De acordo com Coelho (2012) o termo “espaço” começou a ser utilizado na área de ciências humanas recentemente. A partir do século XX, o termo “espaço” deixou de designar apenas algo “invisível”, para dar lugar ao significado de um “constructo”, um espaço físico. Ele explica ainda que, inicialmente, o termo que designava um local de produção e consumo de diferentes tipos de cultura era o de “casa de cultura”. O termo teve origem na França, em 1950, num período em que se buscava a democratização da cultura, criando espaços para que o pensamento crítico fosse desenvolvido, e se disseminou na Europa e no restante do mundo. (COELHO, 2012 p. 186)

O autor também nos fala sobre a “ressemantização do espaço” isto é, a criação artificial de um espaço de cultura em um edifício que, em sua origem, operava de forma completamente diferente da exercida atualmente. Em outras palavras, é a adaptação de espaços que, de certa forma, perderam sua função seja por desuso, seja por qualquer outro motivo e a partir da observação de oportunidade e aproveitamento desse espaço, torna-se então, um local direcionado as práticas de disseminação da cultura.

Coelho (2012) também apresentada outras nomenclaturas utilizadas para designar um espaço cultural. São elas: “casa de cultura” e “centro cultural”, porém, este último é motivo de discussão e desaprovação por parte de alguns teóricos, uma vez que alguns deles enxergam no “centro cultural” um núcleo de práticas que preserva, em sua maior parte, a cultura erudita, deixando a cultura popular como pano de fundo, coadjuvante nestes espaços.

Ao dialogar sobre as diversas formas com que os espaços culturais podem ser configurados e denominados, Coelho (2012) explica a atual realidade brasileira, na qual se tende a diferenciar informalmente estes locais de cultura de acordo com características similares de administração e atividades desenvolvidas nestes espaços. O primeiro está relacionado à “iniciativa privada”, o “espaço cultural”. O segundo está associado a espaços administrados pelo poder público, o “centro cultural”. E o último, está relacionado a espaços menores e que possuem foco no desenvolvimento e forma de viver da comunidade em que se insere, a “casa de cultura”. De forma bastante clara, Coelho (2012) descreve:

Há uma tendência para reservar-se a expressão espaço cultural para aqueles locais mantidos pela iniciativa privada, que se dedicam a promover uma ou outra atividade cultural [...] não apresentam nem um acervo de obras, nem uma frequência constante em suas atividades. Assim, são os espaços culturais de bancos e grandes empresas que veem na cultura uma prestação de serviços [...]. Ao lado do espaço cultural, o centro cultural é geralmente uma instituição mantida pelos poderes públicos, de porte maior, com acervo e equipamentos permanentes [...] e oferecem alternativas variadas para seus frequentadores, de modo perene e organizado [...] a casa de cultura pretende-se um local de convivência sócio-cultural e de produção de modos culturais mais visceralmente ligados às comunidades em que se situam. (COELHO, 2012, p.188)

Dado que espaço cultural é “qualquer lugar destinado à promoção da cultura” (COELHO, 2012, p.188), o museu é, portanto, considerado um espaço cultural. De acordo com o Comitê Internacional de Museus ICOM, órgão internacional vinculado a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) responsável pela normatização e representação de museus e dos profissionais que nele se inserem, define museu como:

uma instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, estuda, expõe e transmite o patrimônio material e imaterial da humanidade e do seu meio, com fins de estudo, educação e deleite. (ICOM, 2007 *apud* DESVALLÉES e MAIRESSE, 2004, p.64)

É importante salientar que, embora haja diversas tipologias de museus, para ser considerado como tal, é necessário que este espaço disponha de acervo próprio, assim como descrito no artigo primeiro da Lei Nº 11.904, de 2009, do Estatuto de Museus:

Consideram-se museus, para os efeitos desta Lei, as instituições sem fins lucrativos que conservam, investigam, comunicam, interpretam e expõem, para fins de preservação, estudo, pesquisa, educação, contemplação e turismo, conjuntos e coleções de valor histórico, artístico, científico, técnico ou de qualquer outra natureza cultural, abertas ao público, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento.

Vasconcellos (2011) ao abordar a origem dos museus, descreve que estes espaços surgiram na Antiguidade Clássica e estavam intimamente ligados às divindades. O *museion* tinha como finalidade o usufruto das ciências, do saber, além do lazer e principalmente promover satisfação aos deuses:

A origem do termo museu remonta à palavra grega *mouseion*, ou casa das musas, que na Antiguidade clássica era o local dedicado, sobretudo, ao saber e ao deleite da filosofia. As musas, na mitologia grega, eram as nove filhas que Zeus, a maior divindade do panteão religioso grego, gerara com Mnemosine, deusa da memória. As musas possuíam criatividade e grande memória, além de serem dançarinas, poetisas e narradoras que ajudavam os homens a esquecer a ansiedade e a tristeza cotidianas. (VASCONCELLOS, 2011, p.13)

Este mesmo autor destaca que, desde os primórdios, os museus possuíam uma grande ligação com o poder e a memória. Seja no primeiro grande *museion*, o de Alexandria, século II, que colecionava itens relacionados às áreas das ciências e objetos que pertenciam ou que foram conquistados por eles; quer nas coleções da Roma Antiga, que serviam para demonstrar o poderio e dominação dos romanos, com vários objetos de povos que seus territórios foram tomados pelos romanos; quer na Idade Média, momento em que a Igreja exercia total controle da sociedade, de forma política e econômica, suas coleções traziam grandes e valiosas obras de arte como “o famoso ‘tesouro de São Pedro’”. (VASCONCELLOS, 2011, p.16).

Godoy (2010) em seu artigo “Turistificação dos Museus no Brasil: para além da construção de um produto cultural”, dialoga sobre a “turistificação dos museus”. A autora diz que para compreender este processo mais recente é necessário entender, primeiramente, o conceito de turistificação. Segundo Meringue (s.d. *apud* GODOY, 2010, p.6) turistificação é entendida como “o processo de implantação, implementação e/ou suplementação da atividade turística em espaços turísticos”. Portanto turistificar o museu pode ser entendido como o ato de tornar o museu “apropriado e atraente para o turismo”(GODOY, 2010, p.10).

A autora ainda destaca alguns fatores importantes para o desdobramento deste processo. O primeiro relaciona-se ao respeito entre os saberes da museologia e do turismo, pois, em parceria, estas duas áreas podem explorar o que há de melhor no museu e torná-lo um espaço mais bem preparado para receber seus visitantes. O segundo é a sustentabilidade, ou seja, desenvolver políticas e práticas que façam com que o museu seja capaz de se sustentar a pequeno e longo prazo. O terceiro é ter cuidado em relação às especificidades de cada museu, isto é, cada museu tem suas características e elas devem ser preservadas, o que corrobora com a ideia de Identidade do autor Grinover (2006).

O quarto diz que, assim como há diferentes tipos de museu, há também diferentes tipos de acervo, portanto, cada museu deve ser estudado e analisado, de forma que suas principais características sejam potencializadas, e isso faça dele um produto diferenciado. O quinto relata que dentre os diversos tipos de museu, há

também diferentes tipos de público, isto é, cada museu deve estar preparado para receber da melhor maneira a todo tipo de público, sabendo que cada turista pode ter preferência por um ou outro determinado tipo de museu (aqui podemos também lembrar dos conceitos de acessibilidade de que fala Grinover). “Sempre existirão os visitantes que estarão mais ou menos sensibilizados com o lugar destinado ao seu lazer” (GODOY, 2010, p.11).

O sexto fator é o de que há de se ter preocupação com a conservação do museu, isto é, devem-se preservar os seus bens culturais. E o sétimo e último cuidado, diz respeito à comunicação entre os profissionais de turismo e museologia, para que gerenciem de forma proveitosa e sustentável o museu e todos os demais fatores que o englobam, isto é, a comunidade, aos turistas e o seu patrimônio (GODOY, 2010).

Podemos afirmar, portanto, que, segundo Godoy (2010), tudo isso faz da turistificação dos museus um processo que demanda tempo, porém quando alcançado e mantido é de grande proveito e importância para a conservação, promoção e aproveitamento do potencial dos museus.

Ao dialogar sobre a educação em museus, Desvallés e Mairesse (2014) primeiramente apresentam o conceito “cru” sobre a educação, isto é, sua definição de base, que está ligada à “instrução”, ao ato de “suscitar a curiosidade”, induzir um indivíduo à busca do conhecimento e ao “desenvolvimento da reflexão” (DESVALLÉS E MAIRESSE, 2014, p.38).

Num segundo momento, os autores aproximam esta concepção à realidade da museologia, isto é, definindo-a como a “mobilização de saberes relacionados com o museu”, e possui a finalidade de proporcionar o “desenvolvimento de novas sensibilidades” e “realização de novas experiências”. Eles demonstram que a educação museológica deve ser didática, e pode ser atrelada a outras técnicas de transmissão do conhecimento, como a animação ou a mediação, por exemplo. Além disso, esses espaços devem estar aptos a receber as diversas tipologias e segmentos de público. (DESVALLÉS e MAIRESSE, 2012, p. 39).

3 ESPECIFICIDADE E HISTÓRIA DO CENTRO CULTURAL BANCO DO BRASIL

O objeto de estudo escolhido para a elaboração deste projeto foi o Centro Cultural Banco do Brasil, localizado no centro da cidade do Rio de Janeiro. Dentre outros fatores, a escolha deste centro cultural baseou-se em quatro principais fatores: sua localização, seu valor histórico e patrimonial, o número de visitantes que recebe, e por servir de fomento para o conhecimento e a pesquisa.

O Centro Cultural Banco do Brasil - Rio de Janeiro (CCBB RJ) localiza-se na Rua Primeiro de Março, 66; uma das maiores e principais vias da cidade do Rio de Janeiro. Possui relevante valor histórico e patrimonial, pois foi o primeiro banco a existir no país, quando o Rio de Janeiro ainda era a capital do Brasil (PORTAL BANCO DO BRASIL). Ele também abriga grandes mostras e exposições nacionais e internacionais. Só em sua última grande exposição internacional, o CCBB RJ recebeu mais de 970 mil pessoas (FACEBOOK OFICIAL CCBB RJ), além de ser o 17º museu (ou centro cultural) mais visitado no mundo, pela revista *"The Art Newspaper"*, no ano de 2013 (Portal CCBB RJ). E por fim, é um local de fomento do conhecimento e da pesquisa, uma vez que abriga um acervo não só contendo parte da história do país, mas de conhecimentos gerais, principalmente nas áreas das Artes, Ciências Sociais, Filosofia e Literatura, totalizando mais de 125 mil exemplares (PORTAL CCBB RJ).

O prédio que hoje abriga o CCBB foi inicialmente construído no ano de 1880, quando o Rio de Janeiro ainda era a capital do Brasil, possui estilo neoclássico, imponente e grandioso, porém sofreu algumas alterações de acordo com a época e a função que exerceu. As cariátides e grande parte de sua ornamentação, foram retiradas devido a manifestações artísticas na década de 1920. A inauguração do prédio aconteceu em 1906, quando ainda era a sede da Associação Comercial do Rio de Janeiro e abrigava a Bolsa de Fundos Públicos.

A partir de 1920, o edifício passou a pertencer ao Banco do Brasil e tornou-se sua sede, sendo o edifício emblemático do mundo financeiro nacional daquela época. Até que em 1960, a sede foi transferida para Brasília, a atual capital inaugurada do Brasil, e a partir daquele momento, o banco que, antigamente, funcionava como sede, tornou-se uma agência do Banco do Brasil. Em 1980, o Banco do Brasil decidiu

preservar o edifício devido ao seu grande valor simbólico e arquitetônico e transformá-lo em um centro cultural. Em 1989 o CCBB configurava entre os mais importantes e visitados espaços culturais do Brasil, e na atualidade, do mundo (PORTAL CCBB RJ).

Atualmente, e o CCBB estrutura-se em seis andares, sendo um deles administrativo. Há duas salas de cinemas, três teatros, e diversas salas de exposições e galerias distribuídas entre o primeiro e segundo andares. Há também biblioteca, videoteca, museu e arquivo histórico.

No térreo abrigam-se duas salas de cinema, a videoteca e o teatro, além de uma livraria, uma cafeteria e um restaurante. No primeiro andar encontram-se a maior das suas salas de exposição, e também o programa CCBB educativo local onde ficam os monitores. No segundo andar encontra-se a segunda sala de exposição, e os teatros II e III, um com capacidade de 155 e outro de 120 lugares, respectivamente. O terceiro andar é administrativo, onde ficam os setores responsáveis pelo gerenciamento e administração do CCBB. No quarto andar localiza-se o museu e as exposições permanentes “O Banco do Brasil e a sua História” e a “Galeria de valores”. No quinto andar encontra-se a biblioteca. E no sexto andar encontra-se o arquivo histórico do CCBB.

Diante do acervo encontrado no CCBB e das diversas expressões de arte ali existentes, entre elas, cinema, teatro, videoteca e biblioteca, utilizar-se-á, neste trabalho, o CCBB como um espaço cultural, termo mais adequado para descrevê-lo.

4. METODOLOGIA DA PESQUISA

Baseado nos conceitos de hospitalidade trazidos por Camargo (2004) e nas concepções de acessibilidade, legibilidade e identidade definidos por Grinover (2006), foi desenvolvido um roteiro, dividido em 2 partes, uma referente ao acolhimento e outra à acessibilidade, legibilidade e identidade do local com a finalidade de observar se esse espaço cultural é hospitaleiro ou não.

O método utilizado foi o de observação não estruturada (ou naturalista) que, segundo Veal, é um processo de observação no qual “nenhuma regra formal é estabelecida e nenhum procedimento de registro ou análise formal é realizado. O

observador tenta descrever o fenômeno de interesse e desenvolver explicações e entendimentos no processo” (2011, p.239).

As visitas foram feitas utilizando o que Veal (2011) chama de teste do consumidor incógnito, na qual o pesquisador “deve usar as instalações e o serviço oferecido [...] para avaliar a qualidade dos serviços e para registrar detalhes” (VEAL, 2011. p. 247). Houve um pedido formal, através de e-mail, para que a pesquisa fosse realizada no CCBB, e junto a este e-mail foi solicitada a resposta da seguinte pergunta: “Quais práticas o CCBB adota com o objetivo de ser hospitaleiro?”.

As visitas foram realizadas durante todo o mês de outubro. No total, foram feitas cinco visitas ao CCBB, uma vez por semana e em dias diferentes com o intuito de observar os diversos públicos e fluxos deste espaço cultural. A penúltima visita foi realizada por meio de um programa oferecido pelo CCBB de reconhecimento de alguns seus espaços, através de visita mediada por um monitor. De forma geral, buscou-se analisar se os programas e ambientes oferecidos neste espaço cultural são acessíveis a todos e dotam-se de boas práticas de atendimento e receptividade.

Como dito anteriormente, o roteiro adotado se divide em duas seções, uma sobre o aspecto do acolhimento e outro sobre os da acessibilidade, legibilidade e identidade.

Na primeira, buscou-se analisar como acontece o relacionamento entre o visitante e o anfitrião, o Centro Cultural Banco do Brasil – Rio de Janeiro, neste ato representado pelos profissionais que nele trabalham. Nesta seção foram observados a cordialidade, o atendimento, a receptividade. Ainda nesta mesma seção, analisou-se a preocupação em proporcionar um ambiente agradável aos visitantes, levando em consideração a limpeza e organização dos espaços que integram o CCBB.

Na segunda seção, a observação foi subdividida em três partes: acessibilidade, legibilidade e identidade. No que diz respeito à acessibilidade, foram analisadas a acessibilidade tangível e intangível, observou-se, portanto, a disponibilidade de rampas para deficientes físicos e se havia também suporte e ambientes voltados ao atendimento de mais de um tipo de deficiência, a facilidade de chegar ao CCBB através de transporte público, o acesso fácil acesso às informações.

Da acessibilidade intangível observou-se a existência de programação diversificada que atendesse a diferentes públicos e faixas etárias; se os ingressos cobrados nos espaços pagos possuíam um valor acessível e que pessoas de classes menos favorecidas possam frequentar estes locais; ainda sobre o preço, analisou-se também este item nos locais de restauração ofertados neste espaço cultural. E, por fim, no que diz respeito aos visitantes estrangeiros, se havia a disponibilidade de materiais de divulgação e apoio, como *flyers*, *folderes*, guias, em outro idioma.

Sobre a legibilidade analisou-se a disponibilidade e disposição de placas de sinalização, se eram escritas em outro idioma, se estavam em local de fácil visualização, se possuíam fácil entendimento e se eram condizentes aos espaços em que se apresentava.

Na questão da identidade, observou-se se há a conservação do patrimônio histórico do CCBB, da arquitetura, qual o seu grau de importância e relevância no cenário cultural por meio da observação do programa “Reconhecendo o CCBB”.

Também foi realizada a coleta de dados como *folders*, guia de programação, etc. para a análise.

5. DESCRIÇÃO DOS RESULTADOS

Primeiramente, é necessário expor, na íntegra, a resposta do CCBB a pergunta “quais práticas o CCBB adota com o objetivo de ser hospitaleiro?”:

O Centro Cultural Banco do Brasil dispõe de ampla infraestrutura para recepcionar seus visitantes (brasileiros e estrangeiros), desenvolvida ao longo de 25 anos de história e sucessivos recordes de visitação (a instituição figura hoje entre as mais visitadas do mundo). Localizado em prédio de importância histórica e arquitetônica, dispõe de espaços claros, limpos e bem sinalizados, contando ainda com corpo funcional treinado para a prestação de um atendimento de qualidade, condizente com a importância do CCBB na cena cultural nacional e internacional.

O acesso ao prédio é democrático e os eventos realizados são, em sua maioria, gratuitos; os que são cobrados têm preço popular, garantindo o acesso à cultura a representantes de todas as classes sociais. Oferecemos o programa CCBB Educativo, que realiza visitas mediadas às exposições e atividades diversas para famílias, grupos escolares, professores, pessoas com deficiência, ONGs e outras instituições, sempre com acesso gratuito. No espaço virtual

(Homepage, Facebook, Twitter, Instagram), dispomos de canais de comunicação eficazes para a troca de ideias e esclarecimento de dúvidas. Vale ressaltar o pioneirismo do CCBB na acessibilidade a deficientes físicos. O prédio dispõe de rampa na entrada da Av. Presidente Vargas, sanitários para cadeirantes (térreo e 2º andar), elevadores especiais (restaurante e videoteca), boxes para cadeirantes (teatros, cinemas e videoteca) e telefones públicos para pessoas com deficiência auditiva ou visual (térreo e 5º andar). Tudo isso faz do CCBB um lugar diferenciado e acolhedor, destino obrigatório para os que visitam a cidade do Rio de Janeiro e também para os que nela residem, fato facilmente verificado pelo nível de satisfação de nossos usuários e frequentadores.

Essa resposta foi fundamental para poder determinar se ele de fato apresenta o que pretende, bem como se ele tem a compreensão ideal do que é hospitalidade em um espaço cultural.

Após expor a resposta, é necessário segmentar as observações sistemáticas das visitas realizadas ao espaço cultural, que foram feitas com o suporte do roteiro pré-estabelecido.

- a) Do acolhimento: Ao chegar ao CCBB pela entrada da rua Presidente Vargas, há um balcão de informações, com dois funcionários que tiravam dúvidas, de forma clara, sobre a disposição dos espaços, setores, entre outros questionamentos frequentes e primários. Este balcão funciona também como guarda-volumes. Na entrada da Rua Primeiro de Março, fica a recepção onde funciona também a bilheteria, pois, como explicado antes, o CCBB dispõe de teatro e cinema, espaços nos quais são cobrados a entrada.

Na bilheteria o atendimento foi bom, apenas em uma das visitas aconteceu de duas funcionárias conversarem durante o atendimento, mas nas outras visitas, isto não ocorreu. Não há um funcionário circulando na rotunda para tirar dúvidas frequentes, o que é um ponto negativo, pois se tivesse facilitaria o acesso do visitante a informações básicas sem a necessidade de se deslocar até o balcão. Os seguranças tiram dúvidas e estão bem informados sobre a distribuição dos espaços, o que demonstra um bom treinamento dos funcionários. No que diz respeito aos monitores, estes foram receptivos e demonstravam entusiasmo. Além da visita mediada, aconteceram três conversas informais com três monitores diferentes com o

intuito de conhecer o programa educativo e analisar o atendimento. Os três responderam a todas as perguntas de forma clara e apresentaram a programação da semana, dando informações sobre tipos de atividades desenvolvidas com crianças. O monitor, com o qual se realizou a visita guiada, possui formação superior e demonstrou conhecimento sobre a história do CCBB, sua arquitetura, construção, origem, além de procurar fazer com que o visitante se sinta parte daquele lugar, da história, por ser um patrimônio de grande valor e memória nacional e da história do dinheiro em si. Houve também a visita à biblioteca, em que segue o mesmo padrão dos outros setores de atendimento.

No geral, todos os setores de atendimento foram acolhedores. No último fator observado, da primeira seção (acolhimento), os da limpeza e a organização, todos os espaços encontravam-se limpos e organizados, sejam os banheiros, os salões, as salas de exposição, a biblioteca, as escadas, os elevadores e todos os demais espaços.

Portanto, após todos os pontos apresentados e discutidos, conclui-se que o CCBB é hospitaleiro tanto no que diz respeito ao acolhimento dos seus visitantes, isto é, na cordialidade com que seus funcionários tratam aqueles que chegam, tanto no atendimento profissional e de qualidade oferecido, quanto pela receptividade e entusiasmo advindas pelo corpo funcional para com os visitantes. Na segunda seção, baseada nos conceitos de Grinover (2006), foi possível chegar as seguintes conclusões:

b) Da acessibilidade: das duas entradas do CCBB, apenas uma, a da rua Presidente Vargas, disponibiliza rampa de acesso para deficientes físicos. Há dois banheiros para deficientes, um no térreo e outro no segundo andar, porém nos dias em que ocorreram as visitas, o banheiro do primeiro andar estava fechado. Ainda no térreo há um elevador de acesso ao restaurante que se encontra acima da livraria. A livraria possui portas largas que possibilitam a entrada de uma pessoa com cadeira de rodas, embora o

espaço entre as prateleiras dentro dela seja menor, o que limita a capacidade de locomoção. Nas três salas de teatro e nas duas salas de cinema há box para cadeirantes. Há também elevadores que levam a qualquer um dos andares do CCBB.

A videoteca se encontra na sobreloja, dispõe de elevador especial e acessibilidade auditiva. Visitas mediadas com cão-guia também são oferecidas para pessoas com deficiência visual. No museu também há acessibilidade para cadeirantes, assim como na biblioteca, com espaços amplos que facilitam a circulação. Tratando-se da deficiência visual, a biblioteca conta com livros falados, disponibilizados em seus espaços. Tratando-se do acesso por meio do transporte público, o espaço cultural está localizado próximo a pontos de ônibus municipais e intermunicipais, barcas e metrô, estes dois últimos, o acesso pode ser feito por meio de uma caminhada de 10/15 minutos.

Sobre o fácil acesso à informação, o CCBB supre essa necessidade, com uma exceção que está ligada ao próximo tópico abordado, o da legibilidade, pois, embora a obtenção dessas informações seja fácil, ela nem sempre está disponível em fácil leitura e isso também prejudica o acesso. Como dito antes, o CCBB dispõe de apenas um balcão de informações e não há pessoas no salão para tirar dúvidas frequentes dos visitantes, porém há guias e programação de bolso dispostos por todos os andares do centro cultural, inclusive em outro idioma, o inglês.

O site e redes sociais da própria instituição são bem estruturados, como apresentado no e-mail, disponibilizando várias informações de acesso, como chegar, a distribuição dos espaços, um resumo de sua história, programação cultural e demais informações sobre o centro cultural.

Sobre a acessibilidade intangível, o CCBB possui programação diversificada que conta com cinema, peças de teatro, museu, exposições, contação de história, programa educativo, visitas mediadas, entre outras atividades que atendem a todos os tipos de público e idade. Nos eventos em que a entrada

não é franca, o valor cobrado é de R\$ 10 (dez reais) inteira e R\$ 5 (cinco reais) meia-entrada, valor que possibilita o acesso à cultura por pessoas de diversas classes sociais, além de servir como fomento para que pessoas de classes menos favorecidas frequentarem usualmente este tipo de espaço. Certamente, que esse valor ainda não é o ideal do ponto de vista nacional, pois é patente que boa parte da população ainda não acessa esses espaços por questões financeiras.

Ainda sobre a análise da acessibilidade econômica, tanto o restaurante, quanto o café e o salão de chá, possuem cardápios variados. No restaurante os preços variam entre 12 e 60 reais, com oferta de pratos variados. No café e no salão de chá, os preços variam entre 7 (sete) e 55 reais. O atendimento nos três estabelecimentos de restauração é bom, com profissionais bem treinados.

Tratando-se da acessibilidade para turistas estrangeiros, a acessibilidade é boa, porém há algumas considerações a serem feitas. Em todos os andares destinados à visitação, há guias de bolso, programação e materiais de divulgação em outro idioma (o inglês), porém algumas placas não estão transcritas em outro idioma. Este mesmo fator se repete nos cardápios do restaurante, do café e do salão de chá. Nenhum desses estabelecimentos possui cardápio numa segunda língua.

Diante do exposto, a respeito da acessibilidade, pode-se inferir que o CCBB dispõe de boa infraestrutura para receber o seu público. Tanto da acessibilidade para deficientes físicos, quanto da acessibilidade de todos e para todos, isto é, a sócio-econômica, os espaços, informações e atividades desenvolvidas atendem e acolhem a todas as pessoas, pontos destacados pela instituição e que condizem com análise feita.

c) A legibilidade do CCBB é boa, porém pode ser melhorada. Embora haja sinalização, em alguns momentos, ela não é fácil de ser entendida. A disponibilidade e disposição das placas e sinais ainda são inadequadas. No

térreo, por exemplo, a visualização dos espaços não é muito fácil e a leitura deles é difícil de ser entendida, pois não há uma placa central indicando as direções dos espaços lá distribuídos como banheiros, videoteca, cinema etc.

Além disso, as placas que identificam algumas salas como os teatros e cinemas, por exemplo, não possuem fácil visualização, pois se encontram afixadas nas paredes e são transparentes, apenas os signos contidos nelas são coloridos, porém em cores sóbrias em sua maioria, o que dificulta a identificação por parte de seus frequentadores. Há um pequeno problema nas salas de exposições, pois no *hall* central há uma placa indicando que não é permitido tirar fotos, porém há exposições em que esta ação é permitida, e isto, muitas vezes, é motivo de dúvidas e incômodo entre os visitantes, pois não se sabe, afinal, qual conduta deve ser seguida.

Esta falta de sinalização causa, por vezes, situações desagradáveis, alguns visitantes tiram fotos em locais não permitidos, pois não há sinalização indicando isto, e por isso alguns seguranças pedem, de forma discreta, para que não se tire fotos nestes espaços. Há de se destacar a forma educada com que os seguranças abordam as pessoas, porém isto não muda o fato de ser constrangedor para o visitante.

Em contrapartida, no *hall* dos elevadores há grandes placas, sinalizadas com a divisão e distribuição dos principais espaços por andar do edifício. Esta mesma placa possui a transcrição das informações num segundo idioma, o que facilita a visualização dos espaços.

No geral, a legibilidade é boa, o visitante consegue se locomover entre os espaços do CCBB, com algumas exceções.

Neste quesito, da legibilidade chega-se há um contraponto, pois embora as instalações tenham sido definidas como “bem sinalizadas” pela instituição, na análise conclui-se que há problemas com a sinalização dos espaços e, por vezes, este mesmo fator é motivo de situações desconfortáveis para os visitantes.

d) Da identidade, nota-se forte conservação das características que tornam o CCBB um espaço diferenciado. A sua arquitetura que, embora tenha sofrido algumas alterações com o tempo, é um grande símbolo da identidade do CCBB e ainda continua sendo referência, principalmente no que diz respeito à arte e suas ciências. É um patrimônio nacional e histórico, pois conta toda a história da evolução do dinheiro no mundo, e principalmente no Brasil, além de ter sido o primeiro banco a existir no país. E, atualmente, é reconhecido como um dos maiores e mais visitados museus/centros culturais do país e do mundo, com exposições a níveis nacional e internacional, como a de Salvador Dalí, que recebeu mais de 970 mil visitantes (FACEBOOK OFICIAL CCBB RJ). Lugar de trocas e oferecimento de lazer e cultura para todos.

Por fim, da identidade, pode-se observar que a preservação de características do CCBB é notória. Assim como dito pela instituição, “são 25 anos de história e sucessivos recordes de visitação”. Sua arquitetura e patrimônios histórico e cultural são um dos principais fatores de sua identidade, e é isto que o diferencia dos demais espaços culturais. Além do grande e cada vez maior fluxo de turistas nacionais e estrangeiros, sendo assim um representante do Brasil a nível mundial.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para que um espaço cultural seja considerado hospitaleiro, é necessário que haja acolhimento, assim como uma prestação de serviços eficiente que combine não somente receptividade, mas também profissionalismo por parte daqueles que recebem. Outro fator importante para que a hospitalidade ocorra é o oferecimento de infraestrutura adequada por parte desses espaços para que as pessoas tenham acesso não somente ao meio físico, mas também à cultura, à educação e à informação. A partir dessas variáveis, levantou-se a principal questão estudada neste artigo: “o CCBB é hospitaleiro?”. E, juntamente, a esta questão, mais duas outras serviram como apoio

a esta análise: “o CCBB é um espaço que disponibiliza acesso a todos?, “Ele possui e conserva sua identidade?”.

Ao fim desta análise, concluiu-se que o CCBB é um espaço hospitaleiro, que bem recebe os seus visitantes, porém ainda é passível de melhorias para que a hospitalidade ocorra de uma melhor forma, pois há sempre meios de se reinventar, criar e adaptar um espaço para que ele se torne cada vez melhor e mais hospitaleiro. O CCBB oferece programação variada e condições de acesso a todos à diversas formas de cultura. Nota-se a constante preocupação em oferecer atividades e atrações atuais e diversificadas, que nutram o conhecimento e proporcionem momentos agradáveis aos seus visitantes.

Há também um trabalho de formação de seus profissionais, o que demonstra um estímulo por parte do CCBB em disponibilizar não somente um espaço físico agradável, mas também um bom relacionamento entre aqueles que representam o CCBB (os funcionários), e aqueles que vão até este espaço em busca de lazer e cultura (os visitantes).

Embora, na visão do CCBB, a legibilidade tenha sido classificada de maneira positiva, pode-se notar certas deficiências, como as apresentadas na descrição dos resultados, o que direciona também para um processo de melhorias a serem adotadas.

Há a conservação da identidade deste espaço, tanto do patrimônio nacional e histórico, quanto do cultural. Isto se dá através das visitas mediadas, que contam a história do Banco do Brasil, da evolução do dinheiro e das modificações ocorridas no edifício de acordo com as diferentes funções exercidas até chegar a seu atual finalidade de operar como um espaço cultural. .

Portanto, o objetivo de analisar se existia hospitalidade no CCBB foi alcançado, tendo sido o resultado positivo, apenas com algumas exceções sobre a legibilidade, mas que não afetam a conclusão de forma geral.

Sendo assim, este artigo pode servir como base para futuros estudos sobre a hospitalidade em espaços culturais, podendo ser desenvolvidos com foco em áreas específicas como de que forma ocorre a formação desses profissionais ou da percepção de hospitalidade por parte dos visitantes, entre outros fins.

Algumas melhorias podem ser aplicadas, isto é, a implantação de novas placas, melhor sinalizadas e em local de fácil visualização com o direcionamento e distribuição dos espaços por andar; troca das placas de identificação das salas, que atualmente são transparentes, por outras de cores contrastantes, afinal, não se pretende uma poluição, apenas uma melhoria do ambiente; um maior cuidado referente às placas que indicam permissão ou não para tirar fotos em determinadas exposições; a visita mediada poderia começar do lado de fora do CCBB, com a apresentação de sua arquitetura, dada a sua importância através da história; a disponibilidade de um funcionário localizado na rotunda para tirar dúvidas frequentes dos visitantes; maior atenção à acessibilidade para turistas estrangeiros, principalmente, nos ambientes de restauração.

As conclusões deste artigo e as apresentadas pelo CCBB foram condizentes, havendo apenas algumas ressalvas sobre alguns pontos da acessibilidade e legibilidade, porém nota-se a constante preocupação do CCBB em ser e oferecer um espaço comum e acessível a todos, tendo alcançado resultados positivos, e este artigo uma análise satisfatória, havendo a possibilidade de futuros estudos mais aprofundados sobre este mesmo espaço cultural.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CAMARGO, Luiz Otávio de Lima. **Hospitalidade**, São Paulo: Aleph, 2004. – (Coleção ABC do Turismo).

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de Política Cultural**. São Paulo: Iluminuras, 2012.

DESVALLÉES, André. MAIRESSE, François. **Conceitos-chave de Museologia**. São Paulo: Comitê Brasileiro do Conselho Internacional de Museus: Secretaria de Estado da Cultura do Rio de Janeiro/ FUNARJ, 2014.

ESTATUTO DE MUSEUS. Lei Nº 11.904. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2009/Lei/L11904.htm. Último acesso 02/11/2014.

GODOY, Karla. **Turistificação dos museus no Brasil:** para além da construção de um produto cultural. Artigo. Disponível em http://www.academia.edu/2654178/Turistifica%C3%A7%C3%A3o_dos_Museus_no_Brasil_para_al%C3%A9m_da_constru%C3%A7%C3%A3o_de_um_produto_cultural. Último acesso 07/11/2014.

FACEBOOK OFICIAL CCBB RJ. Disponível em <https://www.facebook.com/ccbb.rj/photos/a.303486959717980.68729.160517634014914/714954275237911/?type=1&theater>. Último acesso em 02/11/2014.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade urbana:** acessibilidade, legibilidade e identidade. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006.

IBRAM - INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Os Museus. Disponível em: <http://www.museus.gov.br/os-museus/>. Último acesso em 10/11/2014.

MURRAY, H. **Do not Neglect Hospitality - The Catholic Worker and Homeless.** Philadelphia, Temple University, 1990.

PORTAL BANCO DO BRASIL. Disponível em <http://www.bb.com.br/portalbb/page301,9171,9171,21,0,1,1.bb?codigoNoticia=8317&codigoMenu=5902>. Último acesso em 03/11/2014.

PORTAL CCBB RJ. Biblioteca. Disponível em <http://culturabancodobrasil.com.br/portal/rio-de-janeiro/#biblioteca>. Último acesso 03/11/2014

PORTAL CCBB RJ. Disponível em <http://culturabancodobrasil.com.br/portal/rio-de-janeiro/>. Último acesso em 01/11/2014.

VASCONCELLOS, Camilo de Melo. **Turismo e Museu.** São Paulo: Aleph, 2006. - (Coleção ABC do Turismo).

VEAL, A. J. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo.** São Paulo: Aleph, 2011.