

# Quem é quem nos meios de hospedagem alternativa – Parte I: O perfil dos “hosteleiros” de Florianópolis (SC-Brasil)\*

## Who's who in alternative lodging – Part I: Profile of hostel owners in Florianopolis (SC-Brazil)

Álvaro Augusto Dealcides Silveira Moutinho BAHLS [1](#); Raquel Maria Fontes do Amaral PEREIRA [2](#)

Recibido:09/09/16 • Aprobado: 21/10/2016

### Conteúdo

- [1. Introdução](#)
- [2. Metodologia](#)
- [3. Referencial teórico](#)
- [4. Breve histórico dos hostels](#)
- [5. Um confronto etimológico: Hostel vs. albergue](#)
- [6. Perfil dos hosteleiros](#)
- [7. Considerações finais](#)

### Referências

#### RESUMO:

Tem-se como objetivo definir o perfil dos “hosteleiros” de Florianópolis e propor uma distinção entre as palavras *hostel* e *albergue*. Utilizou-se como abordagem metodológica o materialismo dialético. Foram aplicados questionários estruturados e entrevistas semiestruturadas aos participantes que foram determinados a partir da amostragem intencional e não aleatória. A amostra obtida (15 – quinze respondentes) foi considerada como representativa (53,57% do universo) dentro de uma análise qualitativa. Conclui-se, que o termo *hostel* é preferido em detrimento a *albergue*. Quanto ao perfil dos empreendedores, pode-se destacar que apenas poucos ainda residem no estabelecimento, porém ainda tentam mantê-lo em uma simbiose entre casa, local de aprendizado e meio de hospedagem, como fora idealizado em sua gênese.  
**Palavras-chave:** *hostel*; *backpacker*; turismo da

#### ABSTRACT:

This article aims to show a distinction between the words *hostel* and “*albergue*” and the profile of hostel entrepreneurs of Florianopolis. Dialectical materialism was used as a methodological approach. Structured questionnaires and semi structured interviews were applied to the participants which were determined by intentionally and not random sampling. The sample obtained (15 - fifteen respondents), within a qualitative analysis, was considered representative (53.57% of the universe). In conclusion, the term *hostel* is preferred over the word “*albergue*”. Regarding the profile of entrepreneurs, the main feature to note is that only a few still reside on the property, despite that they are still trying to keep it in a symbiosis between home and means of accommodation, as was envisioned in its genesis.  
**Keywords:** *hostel*; *backpacker*; youth travel;

# 1. Introdução

O turismo da juventude contribui para o desenvolvimento socioeconômico turístico e para a conservação do patrimônio histórico e ambiental (United Nations World Tourism Organization – UNWTO, 2010). Esse segmento, que engloba o turismo estudantil, de intercâmbio, os viajantes jovens independentes e os *backpackers*, constitui o público alvo dos *hostels* (Nash, Thyne, & Davies, 2006) e, de acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT), têm se tornado

*uma parte cada vez mais significativa da indústria do turismo global [...], pois mais jovens começaram a viajar com mais frequência e por distâncias maiores... [estes são vistos hoje como] valiosos visitantes, que possuem uma contribuição econômica significativa e também desenvolvem habilidades pessoais, laços sociais e vínculos culturais em busca por experiências engajadoras* (UNWTO, 2008, p. ix)

Os *hostels* contribuem para o desenvolvimento cultural e sustentável do turismo, pois hospedam quase 90% deste segmento de mercado (UNWTO, 2008). Há quem considere que os *hostels* são simplesmente uma alternativa mais econômica aos hotéis (Campos, 2005), desconsiderando os acontecimentos socioespaciais únicos que determinam suas características. Na verdade, os albergues da juventude nasceram de uma forma totalmente diferente, em outro contexto socioespacial e histórico, adquirindo características físicas e serviços singulares, baseados em uma missão e filosofia específicas (Coburn, 1950; Heath, 1962; Hostelling International, 2014).

Referente à importância econômica, cerca de 20% dos 940 milhões de turistas internacionais que viajaram o mundo em 2010 foram os jovens (UNWTO, 2010). No Brasil, o segmento de hospedagem é responsável por no mínimo 12% do Produto Interno Bruto (PIB) turístico e as empresas de pequeno porte (onde se enquadram os *hostels*) representam cerca de 90% de todo os empreendimentos turísticos nacionais (Costa, Franco & Hoffmann, 2013).

No exterior, os *hostels* estão bem difundidos e os conceitos deste meio de hospedagem são definidos e até mesmo regulados por leis. Nesses locais, possuem características singulares definidas, diferenciando-os claramente dos demais meios de hospedagem, como é o exemplo da França, que possui um selo de qualidade aceito pelas autoridades nacionais como padrão (The European Consumer Centres' Network, 2009). A organização nacional de turismo da Escócia, determina critérios básicos para um estabelecimento ser denominado de *hostel* (VisitScotland, 2012). Por tanto, o público alvo desses locais, espera por determinadas características ao se hospedar em um estabelecimento divulgado como tal.

No Brasil, os *hostels* vem ganhando espaço. Segundo o Estudo da Demanda Turística Internacional, o interesse de estrangeiros por albergues, campings e hospedagem de baixo custo aumentou de 1,6%, em 2004, para 4,3%, em 2010 (Brasil, Ministério do Turismo, 2012). Apesar disso, os estudos científicos sobre o tema no Brasil encontram-se em estágio embrionário (Fedrizzi, 2008; Oliveira e Rejowski, 2013), a ponto de não existir um conceito e classificação oficial sobre o mesmo. Essa situação se dá, pois trata-se de um segmento difícil de ser categorizado, suas definições são diversas, multifacetadas e, às vezes, até contraditórias.

Apesar de sua importância social e crescente participação econômica no turismo, o MTur, excluiu os *hostels* de sua nova matriz de classificação de meios de hospedagem, por serem considerados meios de hospedagem coletiva e não individual. Não há menção a eles na Cartilha de Orientação Básica do Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass), e muito menos uma conceptualização e/ou classificação. O MTur atesta que, realmente “não há legislação no âmbito deste MTur que trate especificamente da questão acerca dos albergues da juventude do Brasil” (Brasil, Ministério do Turismo, 2014). Sendo assim, o objetivo principal desse estudo é propor uma distinção entre as palavras *hostel* e albergue e definir o perfil dos hosteleiros de Florianópolis. O objetivo é cumprido através de um

levantamento histórico do perfil dos criadores dos hostels (usando-se o materialismo dialético como método) e do perfil dos hosteleiros (proprietários/gerentes) desses meios de hospedagem em Florianópolis (através de questionários estruturados e entrevistas semiestruturadas). Procura-se estabelecer algumas similaridades e diferenças entre ambos os perfis, buscando compreender quem é quem nesse meio de hospedagem, auxiliando em uma possível futura classificação desse meio de hospedagem perante ao MTur.

## 2. Metodologia

Tem-se o materialismo e a análise da formação socioespacial como ferramentas metodológicas, usadas na revisão bibliográfica e teórica, na elaboração das entrevistas, questionários e técnicas de pesquisa e análise dos resultados. Através de um breve levantamento histórico, tendo a dialética materialista como abordagem metodológica, procura-se entender quem foram os criadores do movimento alberguista e a filosofia essencial desse meio de hospedagem, afim de fazer um comparativo com o perfil dos empreendedores atuais.

Para esclarecer etimologicamente as palavras *hostel* e *albergue*, realizou-se uma revisão bibliográfica e documental na área de semântica, etimologia e da história do turismo, hospitalidade e meios de hospedagem, que teve por objetivo uma análise crítica dos resultados obtidos através dos documentos bibliográficos disponíveis (Leal, 2011).

Para a descrição do perfil dos proprietários contemplou-se o universo de *hostels* de Florianópolis (SC), que conta com um total de 28 estabelecimentos, levantado através do site [www.hostelworld.com](http://www.hostelworld.com), uma ferramenta de reservas *on-line* especializada, criada em 1999. O Hostelworld é o maior mecanismo de reservas para *hostels* na web, com aproximadamente 27 mil propriedades em mais de 180 países. Com sede em Dublin (Irlanda), recebeu em 2012 do guia de viagens Lonely Planet, o prêmio de "Site mais confiável para reservas *on-line* em *Hostels*", em uma pesquisa com mais de 5600 viajantes (Web Reservations International, 2013).

No Brasil há, de acordo com o MTur, até o ano de 2014, cerca de 114 estabelecimentos no Cadastro dos Prestadores de Serviços Turísticos – CADASTUR (Libório & Oliveira, 2014). Esse número oficial é ínfimo perto do número existente no mercado. Somente na cidade do Rio de Janeiro existem 130 *hostels* ativos (Hostelworld, 2014). Os estabelecimentos oficiais representam apenas uma pequena parcela dos atuantes no mercado. De acordo com o Hostelworld (2014), os principais destinos no país estão expostos na tabela 1.

Tabela 1 – Principais destinos hosteleiros dos Brasil

Posição	Destino	No de Hostels
1º	Rio de Janeiro	130
2º	São Paulo	65
3º	<i>Florianópolis</i>	28
4º	Foz do Iguaçu	22
5º	Salvador	21
<b>Total</b>		<b>266</b>

Fonte: Elaborado pelo autor (2014).

Agrupando os cinco maiores destinos tem-se 266 *hostels*, cerca de 55% do universo total mercadológico brasileiro, quatro vezes o número oficial de posse do MTur. A escolha pela amostra do Hostelworld em detrimento a do CADASTUR visa eliminar um problema frequente da pesquisa em turismo, onde as estatísticas nem sempre são atualizadas, fazendo com que o universo seja estimado em dados do passado (Dencker, 2007).

Escolheu-se Florianópolis, pois, o município ocupa o significativo terceiro lugar entre os destinos de *hostels* do país. Esse meio de hospedagem do estado é mais recente dos que os dois primeiros destinos do Brasil. A carência de estudos sobre esse tema a nível nacional é preocupante e esse panorama fora do eixo Rio-São Paulo é mais carente ainda. Portanto, os destinos hosteleiros brasileiros marginalizados clamam por pesquisas científicas sobre o tema. Os participantes foram determinados a partir da amostragem intencional e não aleatória. Todo o universo foi abordado pessoalmente via e-mail e telefone. Essa técnica procura incluir todas as probabilidades, pois “*todos os componentes do universo devem ter igual oportunidade de participar da amostra*” (Dencker, 2007, p. 211). A amostra obtida (15 – quinze respondentes) é considerada como representativa (53,57% do universo) e foi abordada pessoalmente com um questionário estruturado e uma entrevista semiestruturada contando com um total de 25 (vinte e cinco) questões.

---

### 3. Referencial teórico

O materialismo dialético busca compreender a realidade e analisar as leis sociológicas, muitas vezes contraditórias e antagônicas, que caracterizam a vida social (Pinto, 1979) – que comporta um esforço do pensamento para alcançar a prática social, com o objetivo de transformá-la (Glaser, 2008). Esse método descreve, analisa e critica a evolução histórica e a prática social entre os homens, no decorrer do desenvolvimento da humanidade (Robaina, 2013). A realidade, pode ser considerada como causa da relação entre forças contraditórias,

*pelo senso dos contrastes e mesmo dos contrários – apresentados como condições antagônicas em função das quais se ordena a história dos homens e das instituições [...] o esclarecimento não decorre da opção prática ou teórica por um deles, mas pelo jogo dialético entre ambos. A visão de um determinado aspecto da realidade histórica é obtida [...] pelo enfoque simultâneo dos dois* (Holanda, 1995, p. 12).

Quanto à análise socioespacial, essa nos permite perceber a realidade através de uma análise histórica e social, onde homem e território são mutuamente influenciadores e influenciados em um processo que produz interações sociais única e singulares a um espaço de tempo em um determinado lugar (Santos, 1979). Essas interações, chamadas também de acelerações ou rugosidades, são pontos e acontecimentos históricos cruciais

*da história, como se abrigassem forças concentradas, explodindo para criarem o novo [...] daí, a cada época, [...] as reações de admiração ou de medo diante do inusitado e a dificuldade para entender os novos esquemas e para encontrar um novo sistema de conceitos que expressem uma nova ordem de gestão* (Santos, 2013, p. 27).

Esses eventos do passado determinam a realidade atual, produzindo dualidades (Rangel, 1981). A essência dessas dualidades não é resultante somente das forças e das relações socioeconômicas internas do país, mas também da evolução das relações que ele estabelece com a economia e cultura dos países vizinhos, mas principalmente com os países centrais do capitalismo (Mamigonian, 1987). O advento do turismo no Brasil e, conseqüentemente, a criação dos meios de hospedagem, é moldado conforme essas dualidades.

O conceito original de hospitalidade, aquela do acolhimento de estranhos de forma desinteressada, genuína (Gotman, 2009, 2011), remonta a milênios, sendo reconhecido desde os primórdios de nossas civilizações, (Camargo, 2004; Montandon, 2011) e está diretamente ligado à gênese dos *hostels*. Ao contrário do conceito de hospitalidade como um processo de gestão de infraestruturas e serviços turísticos voltados exclusivamente bem-estar do cliente, a hospitalidade genuína é uma via de aprendizado entre o ser acolhedor e o ser acolhido, onde

ambos crescem mutualmente, pelos princípios de alteridade de Levinas, os quais propõem “a superação da pedagogia do *Eu*, fechado, bem como de um *Outro* que se apresenta possessivo nos relacionamentos” (Síveres & Melo, 2012). Portanto, a hospitalidade consiste numa relação social simbiótica entre o hóspede e o anfitrião, tendo como base o agrupamento de costumes e simbologias culturais que compõem o ato ou prática de ser hospitaleiro, bem como a recepção e o entretenimento dos hóspedes, visitantes ou estranhos, nos âmbitos sociais, rituais e éticos, passados de geração a geração (CAMARGO, 2008). Como se pode perceber, a raiz da hospitalidade dá-se entre duas pessoas: aquele que recebe e aquele que é recebido. O primeiro deve deixar de ver o segundo como uma autoridade/subalterno e o segundo de percebê-lo como um estranho/cliente, e ambos passarem a ver-se como seres iguais. Isso acontece passando do estranhamento inicial ao relacionamento interpessoal e, posteriormente, à mudança de ideias que produz um novo significado.

---

## 4. Breve histórico dos hostels

Para entender o perfil dos hosteleiros atuais de Florianópolis e, conseqüentemente, entender uma parte desse novo meio de hospedagem em nosso território, é necessário, primeiramente, que se conheça os criadores dos primeiros albergues da juventude, pessoas que determinaram suas características físicas e sua filosofia e serviços. Essa filosofia molda, até hoje, o modo de ser de um hostel, assim como sua operação. Portanto, deve-se considerar os movimentos sociais da Alemanha (local da gênese alberguista), entre o período pós-revolução industrial e a primeira grande guerra mundial, como ponto de partida para a caracterização do objeto de pesquisa.

### 4.1. A gênese alberguista

Liderando a segunda revolução industrial, a Alemanha encontrava-se em um período de grande expansão econômica e tecnológica. No entanto, nem todas as classes sociais se beneficiavam desses avanços. Os jovens, por exemplo, eram usurpados pelos novos meios de produção (Engles, 2009). O termo *wanderlust* (sede por viagem ou desejo de vagar/perambular) representava uma tradição entre artistas e estudantes da Europa Central, principalmente na Alemanha, e significava, entre outros ideais, o desejo por liberdade, a rebelião pacífica contra a sociedade vigente da época, o regresso ao contato íntimo com a natureza, o retorno às raízes culturais populares e o entendimento entre as pessoas (Coburn, 1950; Grassl & Heath, 1982; Heath, 1962; Laqueur, 1962). Desse desejo por liberdade originou-se um novo movimento juvenil na Alemanha recém-formada, que provocou uma revolução nos hábitos de um grande número de jovens, deixando suas influências filosóficas marcadas por toda a Europa e em outros países ocidentais, o Wandervogel (Coburn, 1950; Heath, 1962; Kennedy, 1998; Laqueur, 1962).

O movimento colocava-se deliberadamente contra uma sociedade que via na natureza e seus povos vizinhos, algo a ser dominado, moldado à nova regra social e econômica. Eles expressavam uma luta contra a falta de atenção à juventude e incentivo à cultura popular da época, contra a opressão social vinda dos senhores industriais (Coburn, 1950). Os Wandervogels desejavam

serem integrados como seres humanos [...] pois se consideravam como uma parte crítica da sociedade que não estava inserida na condução do seu próprio desenvolvimento. Sentiam fortemente o que uma geração de filósofos chamava de alienação. [...] queriam uma mudança nas relações humanas. [...] escolheram uma outra forma de protesto, o romanticismo. Sua volta à natureza era romântica, assim como suas tentativas de fugir de uma civilização materialista, sua ênfase era em uma vida simples (Laqueur, 1962, p. 06).

Foi então que o professor Richard Schirrmann, poucos anos antes da Primeira Guerra Mundial, percebeu a necessidade de um tipo de acomodação especial para seus estudantes enquanto em

viagens de campo pelo interior da Alemanha (Grassl e Heath, 1982). Ele fez com que os ideais originais dos Wandervogels fossem disseminados, buscando aliviar a opressão e a miséria sentidas pelas crianças das grandes cidades, através de viagens ao interior do país (Heath 1962). Ele percebeu que essas viagens poderiam lhes oferecer, além do conhecimento científico sobre o assunto visto em aula, um retorno à uma vida mais simples, onde o aprendizado fosse contínuo e onde reinasse o entendimento entre as pessoas, características presentes até hoje em determinados hostels e no perfil backpacker (Pearce & Foster, 2007).

Usando de uma infraestrutura já existente, a das escolas primárias alemãs, Schirrmann cria os primeiros albergues sazonais. Uma estudante dessa escola relembra, a experiência de receber um grupo de alunos em sua escola como lúdica, mágica e enaltecida (Heath, 1962). O impacto dos albergues fazia-se presente não só entre aqueles que viajavam, mas também entre os que recebiam os viajantes, o que significava uma relação de simbiose entre ser acolhido e ser acolhedor, princípio básico da hospitalidade, de acordo com Montandon (2011).

O sucesso desses albergues fez com que Schirrmann construísse o primeiro albergue permanente, dentro de uma parte doada a ele, no Castelo de Altena, em 1912, "com um design próprio, contando com dois dormitórios, sala social, uma cozinha, lavabos e banheiros. Grandiosos beliches de madeira harmonizavam com o estilo do castelo" (Coburn, 1950; Heath, 1962, p. 22). Muitos perceberam que as viagens ao campo de forma segura, saudável e barata eram um meio de escapar da desolação urbana em que se encontrava a Alemanha, e neste "país dividido religiosamente, socialmente, e até mesmo em suas atividades de lazer, a HI da Alemanha teve um valor único, ao unir a juventude alemã de todos os planos sociais e religiosos" (Coburn, 1950, p. 13).

## **4.2. O advento dos albergues da juventude no Brasil**

O histórico de apropriação da terra, dos povos, dos bens e dos meios de produção no Brasil, por diversas nações estrangeiras, mas principalmente por Portugal, molda a cultura, a percepção da realidade e a psique brasileira, pois ainda somos associados a Portugal, à "uma tradição longa e viva, bastante viva para nutrir, até hoje, uma alma comum [...] podemos dizer que de lá nos veio a forma atual de nossa cultura; o resto foi matéria que se sujeitou mal ou bem a essa forma" (Holanda, 1995, p. 40). O que chamamos de "colonização" aliada ao determinismo geográfico – o qual "considera que as diferenças do ambiente físico condicionam a diversidade cultural" (Laraia, 2014) – formou nossa cultura, nosso modo de ser. Isso interfere, até os dias de hoje, no modo como se recebe as pessoas nos lares e como são administrados a infraestrutura e serviços turísticos (Assunção, 2012; Castro, Guimarães & Magalhães, 2013). O fato da formação socioespacial brasileira centrar-se inicialmente nas relações comerciais, gerou certa dificuldade na implantação de conceitos, tais como o da hospitalidade genuína. A geração de diversas dualidades pode explicar a disparidade percebida entre esse meio de hospedagem no exterior e no Brasil, pois certas partes da sociedade sentem a necessidade de se modernizar mais rapidamente para poder estabelecer relações com os países mais avançados no centro do sistema capitalista.

Portanto, conforme Giaretta (2003), somente na década de 1960 o movimento alberguista daria seus primeiros sinais de vida no Brasil, através do casal de professores Joaquim e Yone Trotta. O primeiro albergue da juventude foi inaugurado em meados de 1965, na cidade do Rio de Janeiro, e intitulado de Residência Ramos, em referência ao bairro onde se encontrava. Segundo Trotta (1978, p. 17), "os albergues da juventude internacionais existem para ajudar os jovens a viajar, conhecer e amar a natureza e apreciar os valores culturais de pequenas cidades e grandes metrópoles".

O surgimento do primeiro albergue brasileiro é tardio. Se comparado à gênese alemã são aproximadamente 54 anos de distância. Trotta relata que "os estrangeiros, em geral, já participavam racionalmente [do movimento alberguista, e os] sul-americanos começaram a aparecer, principalmente da Argentina e Uruguai, onde já existiam albergues há alguns anos"

(1978, p. 49). Percebe-se que, até então, o incentivo do governo brasileiro aos *hostels* era inexistente. Trotta (1978) lamenta a lenta progressão do movimento no Brasil em comparação aos nossos vizinhos, Argentina e Uruguai. Somente na década de 1980 o movimento ganha visibilidade, devido ao apoio da EMBRATUR, através da criação do Plano Nacional de Albergues da Juventude, o qual contou com uma equipe treinada para supervisionar a criação de novos empreendimentos em todo o território nacional, além de fornecer verba destinada à divulgação deste novo meio de hospedagem (Giaretta, 2003).

No entanto, a partir de meados da década de 90, nota-se um contínuo distanciamento entre os albergues e o poder público. Giaretta (2003, p. 100) ainda relata que a “segunda metade da década de 1990 foi marcada pela entrada de um menor número de albergues da juventude” na associação nacional. Após a virada do século XX percebe-se sua revitalização com o crescimento do número e o aparecimento de diversas tipologias desse meio de hospedagem (Nash, Thyne & Davies, 2006). O último grande marco histórico é a inserção da HI-Brasil no Conselho Nacional de Turismo, em 2003. Porém, em uma última pesquisa realizada para averiguação da condição de participação da entidade no conselho, constatou-se que a HI-Brasil foi excluída, ou se retirou, da lista de participantes, como consta no DECRETO Nº 6.705, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2008 (Presidência da República, 2008), que revoga o anterior de 2003. Comprovando o distanciamento do poder público em relação aos *hostels*.

---

## 5. Um confronto etimológico: *Hostel* vs. albergue

De acordo com o *Elementary Latin Dictionary* (Lewis C. T., 2010) e o *New Latin Dictionary*, a palavra hospitalidade tem suas raízes no latim *hospes*, significando “*hospedar, [e até mesmo] anfitrião e/ou convidado*” (Lewis & Short, 1958, p. 371). De acordo com o Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, a palavra hospitalidade, contemporaneamente, vem do latim *hospitalitate*, um substantivo feminino que se refere ao “*ato de hospedar [ao] acolhimento afetuoso*” (Ferreira, 2004, p. 1058). Outro autor, propõe que a hospitalidade “*é tão antiga quanto a própria civilização [...] e deriva da palavra de origem francesa hospice que significa dar ajuda, abrigo aos viajantes*” (Walker, 2002, p. 4).

A palavra *hostel*, de acordo com o *American Heritage Dictionary of the English Language*, é um termo proveniente do Inglês Medieval, que possui suas raízes nas palavras provenientes do Francês Velho e Latim Medieval de *hospitāle* ou *hospice*, respectivamente. (Editors of the American Heritage Dictionaries, 2011). Resumidamente, a palavra contemporânea “*hospitality*” (hospitalidade) entra no vocábulo do idioma Inglês após a palavra *hostel*, que denota um *hospice*, um lugar de descanso, o lugar da hospitalidade (Editors of the American Heritage Dictionaries, 2011).

A palavra *hostel* possui ligações, além das etimológicas, filosóficas diretas com os conceitos de hospitalidade, com a filosofia de entendimento entre as pessoas. Suas origens remetem às primeiras excursões gregas e romanas, onde algumas pessoas eram bem recebidas ao invés de ameaçadas. Os *hostels*, em definição básica e rudimentar, sem contar com suas conotações socioespaciais, filosóficas e culturais, são estabelecimentos

*baratos que acolhem diferentes hóspedes num mesmo aposento. Oferecem serviços básicos como camas ou beliches, com roupa de cama modesta e limpa, toalhas e bons chuveiros. Os aposentos são divididos em masculinos e femininos [...] a grande clientela desse tipo de hotel é formada por estudantes que viajam com pouco dinheiro* (Campos, 2005, p. 87).

No entanto, quando foi criado o primeiro albergue da juventude, seus principais objetivos eram o de proporcionar o entendimento entre as pessoas, o ato de viajar a jovens estudantes e amenizar as mazelas criadas pelo cotidiano da vida em cidades pós-industriais da Alemanha, no início do séc. XX, com base na filosofia dos *Wandervogels* (Heath, 1962), um movimento popular da juventude alemã estabelecido em 1901 que enfatizava o convívio com a natureza, a liberdade e o espírito de aventura. Este movimento acabaria por influenciar os *hippies* norte-

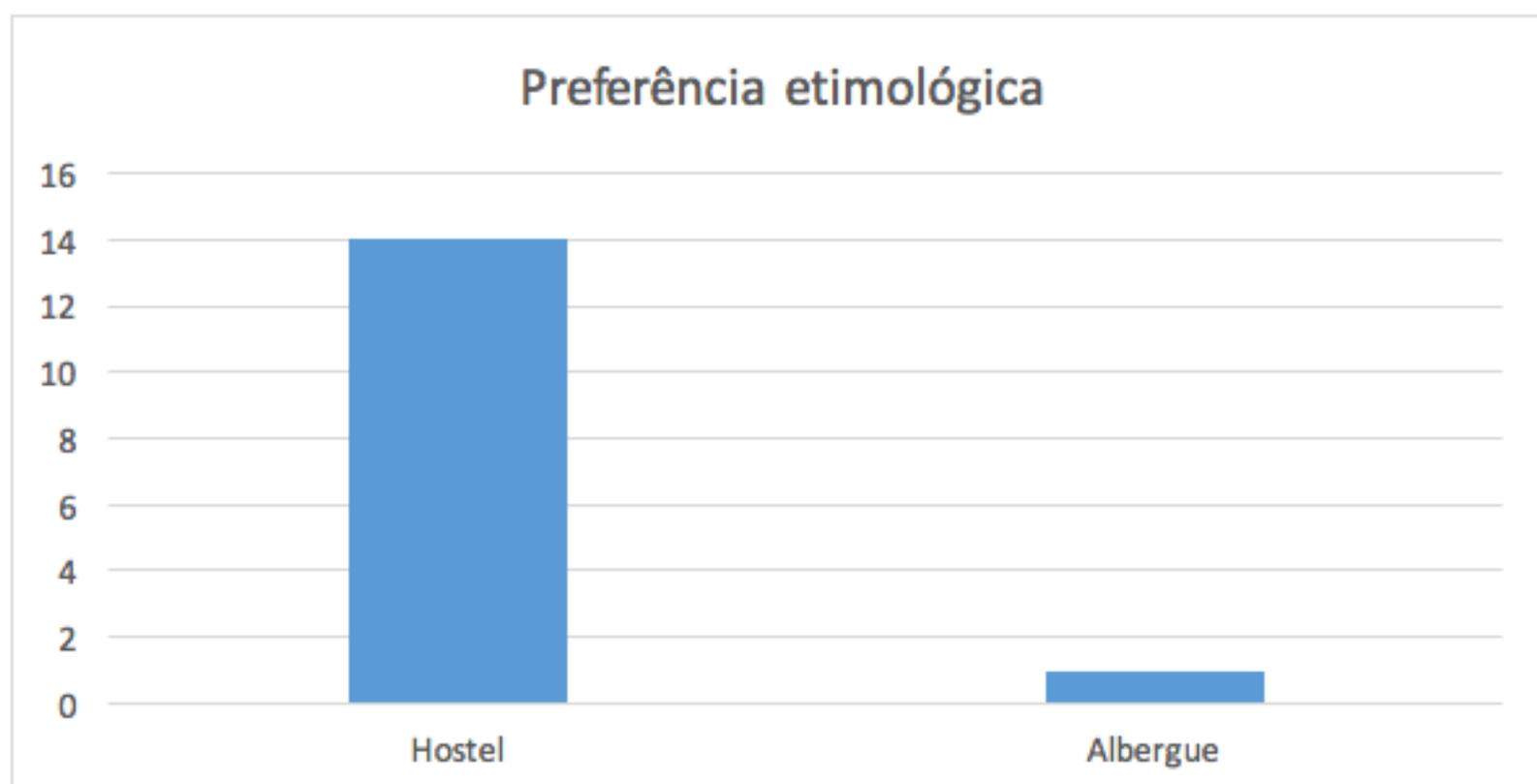
americanos (Coburn, 1950) e a geração “pé-na-estrada” brasileira, na época da ditadura militar, levando à criação dos albergues da juventude estadunidenses e brasileiros, na década de 1970 (Trotta, 1978). Isto, em uma época em que o turismo dava seus primeiros passos e uma simples viagem para jovens estudantes era uma grande aventura. Ao mesmo tempo este tipo de hospedagem tinha o objetivo de prover segurança, conforto, hospitalidade e o crescimento pessoal e social de seus hóspedes (Heath, 1962; Coburn, 1950; Trotta, 1978; Giaretta, 2003).

Em sua gênese, este meio de hospedagem agia como viabilizador de viagens para jovens estudantes, idealizado como um local que unisse uma sala de aula e a casa dos alunos, quando em viagens (Heath, 1962). Trotta (1978, p. 17) define os albergues como um meio viabilizador das viagens para os jovens, que propicia o contato com o meio ambiente, os valores culturais dos locais visitados, a compreensão e união entre as culturas do mundo, “*funcionando um pouco como clube, como colégio e até mesmo como prolongamento do lar [grifo nosso]*”. Até os dias de hoje, esse meio de hospedagem busca assegurar que as “*atividades realizadas nesse local complementem e avancem os elos sociais sobre os quais ele opera, por exercer a sensibilidade para os assuntos sociais, culturais e de patrimônio*” (UNWTO, 2010, p. 26).

Já, a palavra albergue, de acordo com Ferreira (2004, p. 84) possui outra raiz etimológica, diferente do latim *hospes*. Ela deriva do Gótico *haribaírgo*, e possui significado de “*abrigo, asilo, [...] local em que se recolhe alguém por caridade [e] asilo onde se recolhem de noite os mendigos*”. Portanto, é possível notar a clara distinção etimológica, filosófica e comercial entre os termos *hostel* e albergue. A adoção do termo albergue no Brasil decorre da época do Brasil Império, onde as albergarias, chamadas também de hospedarias, davam abrigo aos primeiros viajantes, geralmente comerciantes, exploradores e estudiosos, em nosso país. Segundo Ferreira (2004, p. 84) as albergarias eram locais onde se recolhiam “*os peregrinos e viajantes, principalmente os pobres*”. Essas albergarias eram instalações extremamente precárias, que serviam para dar descanso e comida aos animais dos viajantes do que conforto, hospitalidade e segurança aos seus próprios hóspedes (Valenzuela, 2013). Desde então, essa palavra possui conotações pejorativas, significando, entre outros, um local para dar amparo temporário a idosos, desabrigados, indigentes, mendigos e sem teto.

Quando questionados sobre a preferência entre os termos *hostel* e albergue, a maioria dos respondentes da amostra optaram por *hostel* (gráfico 1). Apenas um deles preferiu albergue, atestando que não é a favor de estrangeirismo em nosso idioma, porém admite que *hostel* é o melhor termo a ser usado por motivos mercadológicos.

Gráfico 1 – Preferência etimológica dos empreendedores



Vale mencionar que, o termo *hostel* é o adotado pelos demais países para definir este meio de hospedagem, mesmo os que não são de língua inglesa (Hostelworld, 2015). Apesar de ser um estrangeirismo, faz sentido adotar o termo em inglês pois esclarece e diferencia bem esse meio de hospedagem dos tradicionais albergues da juventude filiados à HI. Além disso, adotando *hostel* como termo oficial, se estaria, comercialmente, em sintonia com o mercado mundial. Além disso, a própria HI adota a palavra *hostel* como nomenclatura oficial e não, por exemplo, a palavra inglesa *shelter*, que se traduziria literalmente como abrigo. Em uma tradução literal, albergue da juventude seria traduzido como *youth shelter*. Portanto, acredita-se que a tradução de *Youth Hostel* para Albergue da Juventude tenha sido equivocada. Faz-se necessário, portanto, achar uma palavra que melhor traduza o *hostel* ou adotar o termo em original em inglês. Nessa batalha etimológica (ver figura 1), o vencedor deve ser o hóspede, que ao ver qualquer tipo de anúncio de um *hostel* e ao se hospedar em um estabelecimento que se intitule como tal, saberá o que essa palavra significa e quais infraestruturas básicas ou serviços serão encontrados nesse local.

Figura 1 - Batalha etimológica Hostel vs. Albergue



## 6. Perfil dos hosteleiros

Apesar da predominância do sexo masculino dos respondentes principais ( $\approx 70\%$ ), havia quase que totalidade dos estabelecimentos, uma figura feminina vinculada à idealização, fundação, propriedade e/ou gerência dos hostels em Florianópolis. Quando questionados se antes de possuírem o estabelecimento viajavam como *backpackers*, a maioria ( $\approx 90\%$ ) respondeu que

sim. Apenas dois respondentes não se encaixavam nesse perfil (ambos os participantes, não viam o *hostel* como uma segunda casa e/ou um estilo de vida). Esses últimos viam o *hostel* como uma oportunidade mercadológica, devido ao promissor futuro dos *hostels*, à crescente demanda por esse meio de hospedagem por parte dos visitantes jovens em Florianópolis, ao aumento no número desses estabelecimentos e da diminuição no número de pousadas em Florianópolis. Quando todos foram questionados se ainda se consideravam *backpackers*, 75% respondeu positivamente. Os três participantes que mudaram seu estilo de viagem alegaram que a idade os fazia procurar por meios de hospedagem mais privados, onde poderiam descansar para retornarem renovados ao cotidiano agitado da administração de um *hostel*.

A ocorrência de que a maioria dos hosteleiros possuem o estado civil de solteiro (70%), pode-se dever ao fato de que a faixa etária dos gestores é relativamente baixa. Sendo assim, o casamento é uma fase da vida social ainda por vir. No entanto, o perfil do gestor parece estar relacionado a indivíduos que não buscam contatos sociais considerados formais e/ou tradicionais, visto que alguns respondentes declararam possuir um relacionamento não reconhecido por lei, porém estável. Pressupõe-se, também, que a tipologia do estabelecimento produz um ambiente propício a celebrações e consumos de bebidas alcólicas, que não seria o mais indicado para crianças de baixa faixa etária.

A faixa etária dos hosteleiros pode ser considerada como baixa, pois  $\approx 30\%$  dos entrevistados possui menos de 30 anos de idade e nenhum possui acima de 50 anos de idade. Isso pode ser um reflexo do caráter de novidade deste meio de hospedagem no Brasil e consequência da exigência de um perfil jovem de gerência. É notável o fato de haver dois respondentes que possuíam menos de 20 anos de idade, proprietários/administradores de um *hostel*. Mesmo sem idade avançada já haviam residido no exterior por períodos superiores a 01 ano, durante suas infâncias. Fato esse que pode ter contribuído para a formação do seu perfil psicográfico e, conseqüentemente, na escolha de suas atuais profissões. Todos os entrevistados cursaram, pelo menos parcialmente, o ensino superior. O alto grau de escolaridade dos hosteleiros mostra que o apelo econômico que os *hostels* possuem, não está ligado, exclusivamente, a pessoas de baixa renda e/ou baixo grau de escolaridade. O fato de serem, em teoria, pessoas estudadas e bem informadas, pode facilitar no entendimento e aceitação de conceitos e/ou medidas gestoras oferecidas pela comunidade acadêmica e pelo Ministério do Turismo.

Os hosteleiros estão ainda, mesmo se envolvendo comercialmente com um empreendimento que demanda tempo integral de dedicação, em um constante ritmo de viagens, o que caracteriza o estilo de vida do *backpacker* (apenas um respondente atestou que não realiza viagens, e  $\approx 55\%$  viaja, com intuito de lazer, no mínimo duas vezes ao ano. Isso demonstra que os gestores podem estar em sintonia com o seu público alvo, viajando ainda no mesmo estilo que as pessoas que frequentam seus estabelecimentos, percebendo suas necessidades e desejos.

Quando em viagens, é clara a preferência dos *hostels*, quando escolhem um local de acomodação ( $\approx 80\%$  preferem meios de hospedagem alternativos). Isso pode-se dever ao fato de que procuram ficar nesse tipo de empreendimento para verificar esses estabelecimentos em outros destinos turísticos. Sendo assim, estar em sintonia com o mercado, observando pontos limitantes e potencialidades, tendências mercadológicas e concorrentes indiretos. Além disso, o perfil desses empreendedores parece favorecer a escolha de sua acomodação pelos *hostels*. Aproximadamente 25% da amostra ainda reside no próprio *hostel*. Esse hábito era recorrente no pai/mãe dos albergues da juventude em sua gênese, figura hoje representada principalmente pelo recepcionista. Esses empreendimentos, onde o anfitrião reside no próprio local, possuem uma atmosfera que se assemelha muito mais à uma residência do que um empreendimento comercial. Estes locais tendem a expressar melhor o conceito de hospitalidade genuína e com mais frequência dos demais estabelecimentos.

A maioria dos entrevistados ( $\approx 65\%$ ) possui nos *hostels* sua única fonte de renda, e 5 respondentes possuem outra profissão. Isso, em uma análise inicial, pode demonstrar que os *hostels* são autossuficientes economicamente. Analisando-se esses resultados quantitativos,

aliados aos depoimentos (dado qualitativo) dos respondentes, a principal similaridade encontrada é de que os hosteleiros ainda se consideram, de uma forma geral, viajantes do tipo *backpacker*. Portanto, sabem que é seu público alvo, procuram interagir com seus hóspedes, percebem suas carências e anseios, pois quando em viagem interagem com esse tipo de viajante, percorrem os mesmos caminhos e padecem das mesmas dificuldades, assim como gozam das mesmas satisfações. O hosteleiro é, em sua essência, um *backpacker*.

A principal diferença notada é de que poucos residem nos estabelecimentos. Na gênese dos albergues da juventude percebeu-se que, por razões de sociabilidade, hospitalidade e segurança, era essencial à existência do novo meio de hospedagem a presença integral de uma pessoa no estabelecimento. Foi criada, então, a denominação de "*Hausmutter* ou "*Hausvater*" (em inglês *Houseparent*, em português o pai alberguista), uma pessoa residente permanente no albergue ou que residisse muito próximo a esse. As principais funções desse anfitrião eram as de providenciar aos alunos suas refeições, permitir o acesso ao albergue apenas aos associados, cuidar para que os alunos mantivessem o albergue organizado e limpo, e supervisionar as demais necessidades dos alunos e do empreendimento (Coburn, 1950; Grassl & Heath, 1982; Heath, 1962). Em pouco tempo, suas responsabilidades iam além desses detalhes técnicos, pois esses pais e mães alberguistas eram a "alma" do local, zelavam pelo engajamento social do grupo que ali se hospedava e produziam um ambiente amigável e social que somente um albergue da juventude pode proporcionar (Trotta, 1978).

Os *hostels* que possuem um recepcionista ou proprietário residentes no estabelecimento adquire características singulares que os diferencia drasticamente dos outros estabelecimentos. Aquele local é a casa do recepcionista/proprietário. Essa figura trata, inevitavelmente, o local e seus hóspedes de uma maneira diferente daqueles que têm nos *hostels* um estabelecimento puramente comercial. As relações entre ser acolhedor e ser acolhido se tronam bem mais estreitas e calorosas. Não obstante, os *hostels* que não possuem um residente de tempo integral no local não deixam de possuir a essência alberguista, mas levam desvantagem em alguns aspectos hospitaleiros que o residente pode oferecer.

---

## 7. Considerações finais

As limitações temporais, financeiras e espaciais do autor quanto à pesquisa contribuíram para resultados relativamente iniciais/superficiais, mas não menos esclarecedores e reveladores. Portanto, faz-se extremamente necessário um aprofundamento da pesquisa de campo, fundamental para averiguação dos dados levantados, principalmente na continuidade dessa pesquisa aplicada ao público alvo dos *hostels* de Florianópolis. O fomento à pesquisa sobre esse tema é essencial para o sucesso e promissor futuro deste meio de hospedagem, pois somente assim as instituições de ensino estarão munidas de conhecimento suficiente para ser repassado aos poderes público e privado. Deve-se desenvolver, harmoniosamente, novos empreendimentos conectados à visão de mundo e turismo contemporâneos e sustentáveis, para que empreendedores e público-alvo possam usufruir de um meio de hospedagem honesto às suas raízes, digno de uma classificação oficial e ser visto como o meio de hospedagem que realmente é, e não simplesmente uma sombra do original.

Além das análises feitas para cada gráfico, existem algumas considerações gerais e essenciais que devem ser feitas. É percebido que a maioria dos empreendedores hosteleiros de Florianópolis possuem uma relação íntima com a essência dos *hostels*, principalmente a posição de hospitalidade que estes estabelecimentos devem ter, apesar de todos desconhecerem completamente sua gênese. É como se a essência hospitaleira dos *hostels* tivesse sido transmitida de *hostel* a *hostel*, como que consanguineamente. A busca pela interação e entendimento entre as pessoas estava presente em quase todos os entrevistados, mais em alguns menos em outros. Procuravam à sua maneira dispor um local que acolhesse o viajante. No entanto, há estabelecimentos que parecem iniciar uma formatação da hospitalidade hospitaleira, caminhando no mesmo rumo da HI, da padronização, da qualidade nos serviços, da lucratividade como meta principal.

Os responsáveis pelos *hostels* do sul da ilha, assim como os estabelecimentos, se mostraram particularmente hospitaleiros, recebendo o autor com café, bolo, etc. O ambiente e o comportamento lembravam o de uma casa, de uma família. Esses empreendedores normalmente moravam no próprio *hostel* e encaravam sua atividade não como labuta, mas como um estilo alternativo de vida. Os *hostels* de outros locais, procuram tratar seus hóspedes com a maior cordialidade e presteza possíveis, porém de uma maneira mais positivista, com uma visão essencialmente mercadológica, visando a qualidade nos serviços como um diferencial, uma ferramenta de marketing que pode lhe oferecer promoção frente a um mercado tão competitivo. Vale ressaltar que, não é o intuito desse autor fazer qualquer julgamento de valor quanto a qualidade dos *hostels* entrevistados. O que se procura aqui é relatar uma distinção percebida em função do determinismo geográfico da Ilha de Santa Catarina. Somente está se fazendo uma observação que há diferenças essenciais entre os *hostels* do sul da ilha e os da lagoa.

Durante o estudo novas áreas de questionamento, que antes não haviam sido contempladas, foram levantadas. Como, por exemplo, a questão da contratação do recepcionista. Como se dá esse processo em detalhes? Haja vista que essa figura é essencial para a existência desse meio de hospedagem. Outra questão ainda a ser abordada é uma melhor caracterização do público alvo brasileiro e suas próprias opiniões e ideias sobre esse meio de hospedagem. Um estudo voltado especificamente aos *backpackers* é essencial para o entendimento dos *hostels* no Brasil. Esse estudo, que será realizado em breve, denominar-se-á de Parte II e complementarará a noção científica sobre esse meio de hospedagem em Florianópolis (SC-Brasil). Somente abordando esses aspectos, e outros que ainda poderão surgir, é que um conceito oficial poderá ser lançado. Conceito esse que faça jus à essência desse meio de hospedagem, para que num futuro próximo a palavra *hostel* possa ser compreendida e ser escrita sem a necessidade do grifo itálico.

Pois, o que se vê na contemporaneidade é um lento declínio do prestígio da hospitalidade doméstica e o novo símbolo de prestígio transitando para os hotéis, como lugares ou espaços desejáveis. Atualmente, nesse segmento de mercado de competição acirrada e diante de um cliente exigente, raro e volátil, a hotelaria será obrigada a restabelecer um contato mais próximo com a demanda por diversos meios, como através da personalização e formulação comercial da relação pessoal e até mesmo através da proposta da gestão das emoções dos hóspedes (Manosso, Gândara, Souza & Bógea2012). Entretanto, na verdade, essa proposta de personalização e gestão emocional da hospitalidade, com fins estritamente comerciais, é a própria negação da verdadeira hospitalidade (Gotman, 2009). Os *hostels* podem fazer parte de uma proposta de transposição dessa barreira, haja vista que sua essência de cunho social está ligada intrinsecamente às demonstrações genuínas de hospitalidade, como é visto no perfil geral dos *hosteleiros* entrevistados.

---

## Referências

Brasil, Ministério do Turismo. (2012). *Os dez melhores albergues do Brasil*. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_noticias/20120228-1.html](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20120228-1.html) Acesso em 28/02/2014

\_\_\_\_\_. (2014). *Respostas protocolo 72550000271201453*. (Ouvidoria, Editor). Disponível em: [alvarobahls@gmail.com](mailto:alvarobahls@gmail.com). Acesso em: 08/12/2014.

Campos, J. R. (2005). *Introdução ao universo da hospitalidade*. Campinas: Papyrus.

Costa, H. A., Franco, A. F. & Hoffmann, V. E. (2013). Cooperação entre pequenas empresas do turismo e competitividade: estudo de *hostels* no Rio de Janeiro. *Anais do X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR*, 01(outubro): 01-20.

Dencker, A. d. (2007). *Pesquisa em Turismo - Planejamento, métodos e técnicas*. São Paulo: Futura.

Editors of the American Heritage Dictionaries. (2011). *The American Heritage Dictionary of the*

*English Language* (5 ed.). Boston: Houghton Mifflin.

Engels, F. (2009). *The Condition of the Working Class in England*. 8. ed. Oxford: Oxford University Press.

Fedrizzi, V. L. F. (2008). *O Conhecimento Gerado No Mestrado Em Hospitalidade Da Universidade Anhembi Morumbi*. Dissertação em Planejamento e gestão estratégica em Hospitalidade. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi.

Giaretta, M. J. (2003). *Turismo da Juventude*. Barueri: Manole.

Glaser, A. L. (2008). *Materialismo cultural*. Tese (doutorado) apresentada à Universidade de São Paulo - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Sociais. São Paulo: USP.

Gotman, A. (2009). O Comércio da Hospitalidade é Possível? Tradução Luiz Octávio de Lima Camargo. *Revista Hospitalidade*. São Paulo, 6(2), 3-27.

Heath, G. (1962). *Richard Schirrmann - The first youth hosteller*. Copenhague: International Youth Hostel Federation.

Holanda, S. B. (1995). *Raízes do Brasil* (26 ed.). São Paulo: Companhia das Letras.

Hostelworld. (2014). *Hostels in Rio de Janeiro, Brazil*. Disponível em:

[http://www.hostelworld.com/search?](http://www.hostelworld.com/search?search_keywords=Rio+de+Janeiro%2C+Brazil&country=Brazil&city=Rio-de-Janeiro&date_from=2014-12-17&date_to=2014-12-19)

[search\\_keywords=Rio+de+Janeiro%2C+Brazil&country=Brazil&city=Rio-de-Janeiro&date\\_from=2014-12-17&date\\_to=2014-12-19](http://www.hostelworld.com/search?search_keywords=Rio+de+Janeiro%2C+Brazil&country=Brazil&city=Rio-de-Janeiro&date_from=2014-12-17&date_to=2014-12-19) Acesso em 20/01/2014.

\_\_\_\_\_. (2015). *Hostels internacionais. Os melhores hostels do mundo estão aqui*. Disponível em: <http://www.brazilian.hostelworld.com/Hostels> Acesso em 18/03/2015.

Leal, E. J. (2011). *Produção acadêmico-científica: a pesquisa e o ensaio*. Itajaí: Universidade do Vale do Itajaí.

Lewis, C. T. (2010). *An Elementary Latin Dictionary*. Charleston: Nabu Press.

Lewis, C. T., & Short, C. (1958). *A new Latin Dictionary*. Oxford: Oxford University Press.

Libório, B., & Oliveira, F. (2014). *Hostels ploriferam, mas atraem poucos turistas*. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2014/01/1399416-hostels-proliferam-mas-atraem-poucos-turistas.shtml> Acesso em 19/01/2014.

Mamigonian, A. (1987). Introdução ao pensamento de Ignácio Rangel. *Geosul*, 2(3), 63-71.

Manosso, F. C.; Gândara, J. M. G.; Souza, T; Bógea, V. A gestão das emoções dos hóspedes. *Revista brasileira de pesquisa em turismo*. 6(3), 357-374

Montandon, A. (2011). *O Livro da Hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: SENAC.

Nash, R., Thyne, M., & Davies, S. (2006). An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. *Tourism Management*, 27(3): 525-532.

Oliveira, A. R. de. & Rejowski, M. (2013). Hospitalidade nas organizações: produção científica como indicador de um novo segmento de mercado em ascensão. *TURyDES*. 6(15). Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/15/hospitalidade.html>

Pinto, Á. V. (1979). *Ciência e Existência*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.

Rangel, I. (1981). História da dualidade brasileira. *Revista de Economia Política*, 1(4): 05-34.

Robaina, R. (2013). *Marx e o núcleo racional da dialética de Hegel*. São Paulo: Alfa-Omega Ltda.

Santos, M. (1979). *Espaço e sociedade*. Petrópolis: Vozes.

\_\_\_\_\_. (2013). *Técnica, Espaço, Tempo*. São Paulo: Edusp.

Síveres, L., & Melo, P. G. (2012). A pedagogia da hospitalidade a partir da filosofia da alteridade em Levinas. *Conjectura*, 17(3): 34-48.

The European Consumer Centres' Network. (2009). *Classification of hotel establishments within the EU*. Nicosia: ECC-Net.

Trotta, J. (1978). *Educação e Correlação II - Experiência Internacional e Regional. Os Albergues da Juventude para Jovens e "Jovens de Espírito"*. Rio de Janeiro: Cia. Brasileira de Artes Gráficas.

UNWTO. (2008). *Youth Travel Matters – Understanding the Global Phenomenon of Youth Travel*. Marid: United Nations World Tourism Organization.

\_\_\_\_\_. (2010). *AM Reports: The power of youth travel*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.

VisitScotland. (2012). *Guidance Notes for Hostel Operators on Quality Grading*. Disponível em: <http://www.visitscotland.org/pdf/2012%20Insert%201%20-%20Hostels.pdf>

Web Reservations International. (2013). *About WRI*. Disponível em: [http://www.webresint.com/about\\_us.html](http://www.webresint.com/about_us.html) Acesso em 01/01/2014.

---

\*. Esse artigo é resultado parcial da dissertação de mestrado intitulada **HOSTEL: proposta conceitual, análise socioespacial e do panorama atual em Florianópolis (SC)**, do autor BAHLS, Á. A. D. S. M., defendida em 31 de julho de 2015, pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo & Hotelaria, da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

1. Graduado em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (2003). Possui experiência profissional internacional, incluindo 04 temporadas de inverno em Resorts nos EUA e na área de intercâmbios universitários no exterior, através da Intercultural. Residiu na Rep. Tcheca, na cidade de Český Krumlov (patrimônio histórico mundial da UNESCO), onde administrou o Hostel 99. Conclui o curso de Mestrado em Turismo e Hotelaria (UNIVALI) em julho de 2015, com a dissertação intitulada "HOSTELS: Proposta conceitual, análise socioespacial e panorama atual em Florianópolis (SC)". Atualmente é Doutorando em Turismo & Hotelaria, Bolsista Integral da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e atua como editor do periódico internacional Applied Tourism (UNIVALI). Email: [alvarobahls@gmail.com](mailto:alvarobahls@gmail.com)

2. Possui graduação (Licenciatura) em Geografia pela Universidade Federal de Santa Catarina (1967), mestrado em Educação pela Universidade Federal de Santa Catarina (1988) e doutorado em Geografia (Geografia Humana) pela Universidade de São Paulo (1997), com estágio sanduíche na Universidade de Barcelona (1993). Atualmente é professora participante do Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Santa Catarina, bolsista de produtividade em pesquisa - nível 2 do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico e professora doutora nível C1 da Universidade do Vale do Itajaí, atuando principalmente nos seguintes temas: formação socioespacial, desenvolvimento regional e urbano relacionados particularmente à realidade do Brasil Meridional e, em especial, à catarinense

---

Revista ESPACIOS. ISSN 0798 1015  
Vol. 38 (Nº 09) Año 2017

[Índice]

[En caso de encontrar algún error en este website favor enviar email a [webmaster](mailto:webmaster)]

©2017. revistaESPACIOS.com • Derechos Reservados