

**HOSPITALIDADE, CULTURA E DIVERSIDADE: EXPERIÊNCIAS DO TURISTA
INTERNACIONAL NOS EUA** <https://doi.org/10.63330/aurumpub.015-021>**Gabriela Aparecida Messias**Noções básicas de turismo
Direitos Humanos**RESUMO**

O trabalho analisou a relação entre hospitalidade, cultura e diversidade nas experiências vivenciadas pelo turista internacional nos Estados Unidos, destacando a forma como práticas de acolhimento e atendimento impactaram a percepção do visitante em diferentes contextos. O objetivo principal consistiu em compreender como a hospitalidade, entendida como prática social e cultural, influenciou a satisfação do turista internacional, considerando a diversidade de perfis e expectativas presentes em destinos de grande fluxo. A pesquisa utilizou metodologia de caráter qualitativo e exploratório, com base em revisão bibliográfica de autores clássicos e contemporâneos da área, além da análise de estudos aplicados ao contexto norte-americano. A investigação mostrou que a hospitalidade, quando exercida de modo estratégico e culturalmente sensível, teve papel decisivo na criação de experiências positivas, influenciando diretamente a satisfação e a fidelização dos turistas. Verificou-se que fatores culturais moldaram a forma como os serviços turísticos foram avaliados e que a adaptação das práticas de hospitalidade a diferentes públicos internacionais representou um diferencial competitivo. O estudo destacou, ainda, que cidades como Nova York, Orlando e Los Angeles exemplificaram a diversidade de serviços, a pluralidade cultural e a capacidade de acolhimento presentes nos Estados Unidos, consolidando-se como referências mundiais em turismo internacional. Os resultados também apontaram que, embora a hospitalidade norte-americana tenha sido marcada pela eficiência e padronização, os turistas valorizaram experiências personalizadas que respeitaram sua identidade cultural. A análise permitiu concluir que a hospitalidade, associada ao reconhecimento da diversidade, não se restringiu à prestação de serviços, mas configurou-se como instrumento de diálogo intercultural e de fortalecimento de práticas inclusivas no turismo.

Palavras-chave: Hospitalidade; Turismo internacional; Diversidade cultural; Experiência do turista.



1 INTRODUÇÃO

O turismo internacional, enquanto fenômeno social, econômico e cultural, tem na hospitalidade um de seus pilares fundamentais para a criação de experiências significativas e para a consolidação da imagem dos destinos. Mais do que um conjunto de práticas operacionais, a hospitalidade envolve acolher, cuidar e interagir com visitantes de diferentes origens culturais, promovendo não apenas serviços de qualidade, mas também um ambiente de pertencimento e respeito à diversidade. No caso dos Estados Unidos, um dos países mais visitados do mundo, a interface entre hospitalidade, cultura e diversidade se apresenta como um campo fértil de análise, já que a nação recebe anualmente milhões de turistas internacionais que chegam com expectativas, costumes e referências variadas. Esse cenário torna indispensável compreender como práticas de acolhimento e atendimento são estruturadas e percebidas nesse contexto.

Autores como Brotherton (1999) e Lashley (2018) ressaltam que a hospitalidade, quando compreendida em sua dimensão estratégica, transcende o serviço básico e se transforma em diferencial competitivo, impactando diretamente a percepção e a satisfação do turista. Ao mesmo tempo, teóricos como Hofstede (2011) e Hall (1976) destacam que fatores culturais influenciam fortemente a forma como os serviços turísticos são interpretados e avaliados. Assim, a diversidade cultural não é apenas um desafio de adaptação para os prestadores de serviços, mas também uma oportunidade para enriquecer a experiência do visitante e consolidar destinos mais inclusivos e atrativos.

Diante disso, este trabalho tem como objetivo principal analisar como a hospitalidade, em diálogo com cultura e diversidade, influencia a experiência do turista internacional nos Estados Unidos. De forma específica, busca-se compreender (1) o conceito e a importância da hospitalidade no turismo internacional; (2) como a cultura e a diversidade moldam a percepção de serviços turísticos e exigem adaptações nas práticas de atendimento; e (3) de que maneira essas dinâmicas se manifestam em regiões norte-americanas de grande fluxo internacional, como Nova York, Orlando e Los Angeles.

As hipóteses centrais levantadas partem da premissa de que, embora a hospitalidade norte-americana seja reconhecida pela eficiência e pela padronização, a experiência do turista internacional está cada vez mais ligada à sensibilidade cultural e à valorização da diversidade. Dessa forma, supõe-se que o acolhimento intercultural seja um fator decisivo para a satisfação, fidelização e recomendação de destinos turísticos nos EUA. Ao mesmo tempo, considera-se que a ausência de práticas de hospitalidade adaptadas pode gerar insatisfações e comprometer a reputação de estabelecimentos e cidades.

A justificativa para este estudo repousa na relevância acadêmica e prática do tema. Do ponto de vista teórico, compreender a interface entre hospitalidade, cultura e diversidade contribui para o aprofundamento dos estudos em turismo e gestão de serviços. Já do ponto de vista social e econômico, analisar essas práticas permite identificar estratégias que favoreçam a competitividade dos destinos, a satisfação dos turistas e a valorização da diversidade cultural em um mundo globalizado.



No que se refere ao desenvolvimento do trabalho, a pesquisa foi organizada em quatro partes principais. Inicialmente, apresenta-se a discussão teórica sobre hospitalidade e turismo internacional, destacando conceitos e relevância do tema. Em seguida, analisa-se a influência da cultura e da diversidade na percepção dos serviços turísticos e a necessidade de adaptação das práticas de hospitalidade. A terceira parte discute as experiências concretas do turista internacional nos Estados Unidos, com ênfase em hotéis, restaurantes e atrações turísticas de regiões com grande fluxo de visitantes. Por fim, a conclusão sintetiza as principais reflexões e aponta para a importância da hospitalidade culturalmente sensível como estratégia para a construção de destinos mais inclusivos, competitivos e sustentáveis.

Assim, esta introdução apresenta não apenas o tema central do estudo, mas também sua relevância, objetivos, hipóteses e estrutura, preparando o leitor para uma análise crítica das relações entre hospitalidade, cultura e diversidade no turismo internacional, com foco específico nas experiências vivenciadas nos Estados Unidos.

2 METODOLOGIA

O presente trabalho adota uma abordagem qualitativa e exploratória, fundamentada em revisão bibliográfica, com o intuito de compreender como a hospitalidade, em articulação com cultura e diversidade, influencia a experiência do turista internacional nos Estados Unidos. A escolha desse delineamento justifica-se pelo caráter interpretativo do estudo, que busca compreender significados, percepções e práticas sociais ligadas ao turismo internacional, mais do que quantificar dados ou estabelecer relações estatísticas.

A pesquisa bibliográfica constitui a principal estratégia metodológica, uma vez que permite reunir, sistematizar e analisar as contribuições teóricas e empíricas de autores que se dedicam ao estudo da hospitalidade, da diversidade cultural e das experiências turísticas. Foram consultadas obras clássicas e contemporâneas, como as de Brotherton (1999), Lashley (2018), Hofstede (2011) e Hall (1976), que oferecem bases conceituais sólidas para a discussão proposta. Além desses, estudos aplicados em turismo internacional e hospitalidade em contextos multiculturais foram utilizados para enriquecer a análise, proporcionando um panorama que integra tanto reflexões teóricas quanto exemplos práticos.

O procedimento de análise envolveu a leitura crítica e comparativa das fontes selecionadas, buscando identificar convergências, divergências e lacunas no debate acadêmico. Para além da sistematização de conceitos, foram analisadas narrativas sobre práticas de hospitalidade em diferentes contextos culturais, de modo a relacioná-las com a realidade norte-americana. Essa triangulação de perspectivas possibilitou elaborar uma compreensão ampliada da temática, com atenção às dimensões simbólicas, sociais e econômicas que compõem a experiência do turista internacional.



No que se refere ao recorte espacial, optou-se por considerar como exemplos de análise cidades norte-americanas com elevado fluxo internacional de visitantes — Nova York, Orlando e Los Angeles. A escolha dessas localidades se deve à sua relevância no turismo mundial, à diversidade cultural presente em suas populações e à amplitude da infraestrutura turística, que oferecem um cenário privilegiado para a observação de práticas de hospitalidade. Embora não tenham sido realizadas observações de campo, a análise se apoia em estudos acadêmicos, relatórios de turismo e literatura especializada que descrevem as características dessas regiões e suas estratégias de atendimento.

Do ponto de vista estrutural, a metodologia orientou a organização do trabalho em três eixos: (1) discussão conceitual sobre hospitalidade no turismo internacional, com ênfase em sua importância estratégica; (2) análise da influência da cultura e da diversidade na percepção de serviços turísticos e nas práticas de acolhimento; e (3) reflexão sobre as experiências concretas do turista internacional nos EUA, a partir de exemplos regionais e de sua relação com a diversidade cultural.

Portanto, a metodologia aqui apresentada privilegia uma abordagem qualitativa, interpretativa e crítica, que reconhece a complexidade das interações entre hospitalidade, cultura e turismo. Ao invés de buscar respostas definitivas, este estudo pretende abrir caminhos para reflexões que contribuam tanto para a produção acadêmica quanto para a prática profissional, fornecendo subsídios para uma hospitalidade mais inclusiva, intercultural e atenta às demandas de um público globalizado.

3 DESENVOLVIMENTO

3.1 HOSPITALIDADE E TURISMO INTERNACIONAL

A hospitalidade é um conceito central no estudo do turismo, representando muito mais do que a simples oferta de serviços de acomodação, alimentação ou transporte; ela envolve a criação de experiências memoráveis que atendam às necessidades, expectativas e desejos dos visitantes. Segundo Brotherton (1999), hospitalidade pode ser entendida como o ato de acolher, cuidar e atender de forma ética e respeitosa, estabelecendo uma relação de confiança e conforto entre o anfitrião e o visitante. Nesse sentido, a hospitalidade se apresenta como um elemento estratégico no setor turístico, pois influencia diretamente a percepção do turista sobre o destino, o estabelecimento ou o serviço consumido. Lashley (2018) complementa que a hospitalidade é uma prática culturalmente moldada, que se manifesta não apenas em procedimentos técnicos de atendimento, mas também em gestos de cordialidade, personalização do serviço e atenção às particularidades de cada hóspede.

No contexto do turismo internacional, a hospitalidade assume ainda maior relevância, uma vez que turistas provenientes de diferentes culturas chegam aos destinos com expectativas, costumes e referências variadas. A habilidade de um estabelecimento ou de um destino turístico em reconhecer e respeitar essas diferenças culturais pode determinar a satisfação do visitante e, consequentemente, a reputação do serviço



prestado. A experiência do turista, portanto, não se limita ao consumo de produtos ou serviços, mas engloba todo o processo de interação, desde o planejamento da viagem até a lembrança pós-visita. Essa experiência engloba fatores tangíveis, como infraestrutura e conforto, e intangíveis, como acolhimento, empatia e percepção de segurança, que são determinantes na formação da opinião do turista sobre o destino (Brotherton, 1999; Lashley, 2018).

A satisfação do turista é frequentemente considerada um dos principais indicadores do sucesso na hospitalidade. Ela reflete a correspondência entre expectativas e percepções reais durante a experiência turística. Quando as práticas de hospitalidade conseguem superar expectativas, os visitantes tendem a desenvolver sentimentos positivos, como confiança, fidelidade e recomendação do destino a terceiros. Por outro lado, falhas na prestação de serviços, falta de atenção às necessidades culturais ou deficiências na interação com os clientes podem gerar frustração e insatisfação, impactando negativamente a imagem do destino ou do estabelecimento. Assim, a hospitalidade não é apenas uma questão operacional, mas uma ferramenta estratégica de gestão do turismo, capaz de criar experiências significativas que promovam satisfação, retenção e engajamento dos turistas (Brotherton, 1999; Lashley, 2018).

Além disso, a hospitalidade no turismo internacional também está intimamente ligada à construção de relacionamentos interculturais e à promoção de um ambiente inclusivo. Destinos e estabelecimentos que investem em treinamento cultural, diversidade de serviços e adaptação às preferências do visitante demonstram maior capacidade de atender a públicos heterogêneos e de se diferenciar em um mercado global competitivo. A atenção à cultura, à linguagem e às expectativas individuais do turista contribui não apenas para a experiência imediata, mas também para a percepção de autenticidade e acolhimento, fatores cada vez mais valorizados pelos viajantes contemporâneos (Lashley, 2018).

Em síntese, a hospitalidade constitui a base do turismo internacional de qualidade, integrando aspectos culturais, emocionais e operacionais para promover experiências satisfatórias e memoráveis. O seu impacto vai além da simples prestação de serviços, influenciando a percepção do destino, a fidelização do turista e a competitividade do setor. Compreender a hospitalidade como uma prática estratégica e culturalmente sensível é, portanto, fundamental para gestores, profissionais e pesquisadores interessados em desenvolver experiências turísticas que valorizem a diversidade, atendam às expectativas dos visitantes e fortaleçam a reputação de destinos e estabelecimentos no cenário internacional.

3.2 CULTURA E DIVERSIDADE

A cultura exerce um papel determinante na maneira como turistas percebem e avaliam os serviços turísticos, influenciando expectativas, comportamento e satisfação durante a experiência de viagem. Hofstede (2011) destaca que diferenças culturais entre países refletem-se em valores, normas e práticas que moldam a forma como indivíduos interpretam a interação com prestadores de serviços. Por exemplo,



turistas provenientes de culturas coletivistas podem valorizar mais a atenção pessoal e o senso de comunidade oferecidos pelos estabelecimentos, enquanto aqueles de culturas individualistas podem priorizar autonomia, privacidade e eficiência nos serviços. Hall (1976) complementa essa perspectiva, ressaltando que a comunicação e a percepção de hospitalidade são profundamente influenciadas por elementos culturais, como linguagem, gestos, estilos de relacionamento e até a percepção do tempo, exigindo dos profissionais do turismo uma sensibilidade especial para atender às expectativas de públicos diversos.

No contexto do turismo internacional, a diversidade cultural representa tanto um desafio quanto uma oportunidade para o setor de hospitalidade. Por um lado, os prestadores de serviços precisam compreender e respeitar diferenças culturais para evitar mal-entendidos e frustrações que possam comprometer a experiência do turista. Por outro, a diversidade de visitantes permite a criação de experiências mais ricas e memoráveis, capazes de valorizar a autenticidade do destino e promover a inclusão cultural. A adaptação das práticas de hospitalidade a diferentes públicos internacionais envolve ajustes que vão desde a oferta de cardápios e serviços linguísticos até a personalização de atendimento, respeito a costumes e tradições, e atenção às preferências individuais (Hofstede, 2011; Hall, 1976).

A adaptação cultural nas práticas de hospitalidade é, portanto, essencial para garantir a satisfação e fidelização do turista. Estabelecimentos que investem em treinamento intercultural, diversificação de serviços e flexibilidade nos atendimentos tendem a proporcionar experiências mais positivas, criando um ambiente de acolhimento que transcende barreiras culturais. Por exemplo, hotéis e resorts internacionais frequentemente oferecem staff multilíngue, decoração temática que respeita elementos culturais específicos e atividades que permitem a imersão em diferentes tradições locais. Esses cuidados demonstram que a hospitalidade é também uma prática estratégica, capaz de atender às necessidades de um público globalizado e diversificado, fortalecendo a reputação do destino e ampliando o engajamento do turista (Hofstede, 2011; Hall, 1976).

Além disso, a valorização da diversidade cultural contribui para o desenvolvimento de um turismo mais inclusivo e sustentável. Ao reconhecer e respeitar as diferentes formas de viver, sentir e interagir dos turistas internacionais, o setor de hospitalidade promove experiências enriquecedoras que fortalecem a compreensão intercultural e o respeito mútuo. Essa abordagem não apenas melhora a percepção do visitante sobre o serviço recebido, mas também amplia o impacto positivo do turismo sobre a sociedade e a economia local, consolidando práticas de gestão que combinam eficiência operacional com sensibilidade cultural (Hall, 1976; Hofstede, 2011).

Em síntese, compreender a influência da cultura na percepção de serviços turísticos e adaptar práticas de hospitalidade para atender a públicos internacionais é um elemento-chave para o sucesso do turismo global. A integração de estratégias que considerem valores culturais, diversidade de expectativas e



experiências personalizadas contribui não apenas para a satisfação do turista, mas também para a construção de destinos mais inclusivos, acolhedores e competitivos. A hospitalidade, nesse contexto, torna-se um espaço de diálogo intercultural, no qual a atenção à diversidade é essencial para transformar cada interação em uma experiência memorável e significativa.

3.3 EXPERIÊNCIAS DO TURISTA INTERNACIONAL NOS EUA

As experiências do turista internacional nos Estados Unidos são moldadas por uma combinação de fatores que envolvem desde a qualidade das práticas de atendimento em hotéis, restaurantes e atrações turísticas até a percepção de inclusão e diversidade cultural em diferentes regiões do país. Por se tratar de um dos destinos mais visitados do mundo, os EUA recebem milhões de visitantes todos os anos, que chegam com expectativas variadas, influenciadas por suas culturas de origem e pelo imaginário global associado ao país. Nesse contexto, a hospitalidade norte-americana é frequentemente reconhecida por sua eficiência, profissionalismo e pela oferta de serviços estruturados que buscam garantir conforto, segurança e conveniência aos viajantes internacionais (Brotherton, 1999; Lashley, 2018).

Nos hotéis, a experiência do turista é marcada pela padronização e diversidade de opções, desde redes globais de luxo até acomodações mais acessíveis, que procuram atender a diferentes perfis e orçamentos. A prática de recepção multilíngue, a disponibilização de informações turísticas, a flexibilidade em check-ins e check-outs, além da atenção a preferências alimentares e culturais, reforçam a imagem de um setor preparado para lidar com a heterogeneidade do público internacional. Já nos restaurantes, observa-se a valorização da diversidade gastronômica, que reflete a multiculturalidade da sociedade norte-americana. Em cidades como Nova York e Los Angeles, por exemplo, é possível encontrar uma variedade impressionante de cozinhas internacionais, o que proporciona ao turista não apenas a oportunidade de experimentar novos sabores, mas também de sentir-se acolhido pela familiaridade de pratos típicos de seu país de origem (Hall, 1976; Hofstede, 2011).

No âmbito das atrações turísticas, os EUA se destacam pela organização, infraestrutura e inovação. Parques temáticos em Orlando, como a Disney World e a Universal Studios, oferecem experiências altamente personalizadas e imersivas, que combinam entretenimento com excelência em hospitalidade, garantindo que turistas de diferentes nacionalidades sintam-se integrados em um ambiente inclusivo e seguro. Em Nova York, a diversidade cultural é um elemento central da experiência turística: museus, teatros, eventos multiculturais e bairros étnicos, como Chinatown e Little Italy, oferecem ao visitante uma imersão em múltiplas culturas que convivem lado a lado. Já em Los Angeles, o cinema e a indústria do entretenimento tornam-se pontos de atração globais, onde o atendimento ao turista internacional é cuidadosamente estruturado para transmitir a sensação de pertencimento a um universo globalizado (Lashley, 2018).



Outro aspecto central é a percepção de inclusão e diversidade cultural. Os Estados Unidos, marcados por sua formação multicultural, oferecem ao turista internacional uma experiência de acolhimento que reflete a pluralidade da sociedade local. A valorização da diversidade, visível na presença de guias bilíngues, serviços adaptados a diferentes tradições religiosas e culturais, além da promoção de eventos voltados à celebração da pluralidade, reforça o sentimento de pertencimento e respeito. Esse acolhimento é fundamental para a satisfação do turista e para a construção de uma imagem positiva do destino, sendo um diferencial competitivo no mercado internacional (Hofstede, 2011).

Em síntese, a experiência do turista internacional nos EUA é marcada por uma hospitalidade que combina eficiência, diversidade e inclusão, tornando o país um dos destinos mais atrativos do mundo. Seja em hotéis que se adaptam a diferentes culturas, em restaurantes que refletem a pluralidade gastronômica global, ou em atrações turísticas que oferecem experiências imersivas, o viajante encontra um ambiente preparado para atender às suas expectativas. As grandes metrópoles, como Nova York, Orlando e Los Angeles, ilustram como a hospitalidade norte-americana integra práticas de acolhimento multicultural com estratégias de gestão e inovação, reforçando a posição dos Estados Unidos como referência mundial em turismo e hospitalidade.

4 CONCLUSÃO

Ao longo deste trabalho, foi possível refletir sobre a centralidade da hospitalidade no contexto do turismo internacional, tomando como foco a experiência do turista nos Estados Unidos. Partindo da perspectiva teórica de autores como Brotherton (1999) e Lashley (2018), compreendeu-se que a hospitalidade não pode ser reduzida a um conjunto de serviços técnicos, mas deve ser pensada como uma prática social e cultural que envolve acolhimento, respeito e a criação de experiências memoráveis. Nesse sentido, o estudo evidenciou que a hospitalidade, quando associada à valorização da diversidade cultural, torna-se um elemento estratégico e diferenciador para o setor turístico, sobretudo em destinos globais altamente competitivos.

Um dos pontos centrais discutidos foi a influência da cultura na percepção de serviços turísticos, conforme argumentam Hofstede (2011) e Hall (1976). As experiências dos turistas não são neutras: elas são interpretadas a partir de valores, expectativas e referências culturais, o que exige dos profissionais de hospitalidade uma capacidade ampliada de adaptação e sensibilidade intercultural. Ao analisar essa dimensão, ficou claro que práticas de atendimento padronizadas podem ser eficazes para garantir eficiência e organização, mas não necessariamente asseguram a satisfação plena do visitante. É na personalização, no cuidado com as diferenças e na criação de um ambiente inclusivo que a hospitalidade se revela em sua forma mais potente.



No caso específico dos Estados Unidos, a pesquisa mostrou que a diversidade cultural do país não apenas influencia a hospitalidade oferecida, mas também molda as próprias expectativas dos turistas internacionais. Cidades como Nova York, Orlando e Los Angeles destacam-se como destinos emblemáticos justamente por sua capacidade de integrar diferentes culturas em suas ofertas turísticas. Nova York, por exemplo, é um mosaico multicultural que se reflete em seus bairros étnicos, em sua gastronomia variada e na pluralidade de eventos culturais. Orlando, com seus parques temáticos mundialmente reconhecidos, exemplifica a hospitalidade como espetáculo, em que cada detalhe da experiência é planejado para atender públicos de todas as idades, nacionalidades e culturas. Já Los Angeles, com seu vínculo ao cinema e à indústria do entretenimento, projeta uma imagem globalizada que atrai turistas em busca de pertencimento a um imaginário coletivo.

Esses exemplos revelam que a hospitalidade norte-americana, embora marcada pela eficiência e pela padronização de processos, também busca responder à diversidade de públicos, criando estratégias de atendimento que valorizam a inclusão. Entretanto, como hipótese discutida neste trabalho, percebe-se que essa hospitalidade enfrenta o desafio de equilibrar eficiência com personalização. Por um lado, a padronização garante segurança e previsibilidade; por outro, a personalização é cada vez mais demandada por turistas que buscam experiências únicas, autênticas e culturalmente sensíveis.

Outro aspecto importante destacado foi a relação entre hospitalidade e satisfação do turista. A experiência vivida pelo visitante ultrapassa os limites tangíveis do serviço, envolvendo elementos subjetivos, como sensação de acolhimento, respeito e pertencimento. Quando o turista sente que sua identidade cultural foi reconhecida e respeitada, tende a avaliar positivamente o destino e a construir laços de fidelidade. Caso contrário, experiências negativas podem repercutir em avaliações críticas, afetando a reputação de estabelecimentos e destinos no competitivo mercado internacional. Assim, a hospitalidade deve ser compreendida como um fator determinante não apenas para a satisfação imediata, mas também para a sustentabilidade a longo prazo do turismo internacional.

A análise desenvolvida ao longo do estudo aponta, ainda, para a necessidade de que profissionais e gestores do setor de turismo invistam em formação intercultural e em estratégias que permitam adaptar serviços às especificidades de diferentes públicos. Esse investimento não deve ser visto apenas como um diferencial, mas como uma necessidade em um mundo globalizado, onde as viagens internacionais estão cada vez mais acessíveis e diversificadas. Nesse cenário, a valorização da diversidade cultural deixa de ser um desafio e passa a ser uma oportunidade estratégica para os destinos que desejam se consolidar como referências de hospitalidade.

Portanto, pode-se concluir que a experiência do turista internacional nos Estados Unidos é um reflexo da interação entre hospitalidade, cultura e diversidade. O país, por sua história e por sua configuração multicultural, possui condições privilegiadas para oferecer experiências inclusivas e



significativas aos visitantes. No entanto, a consolidação dessa hospitalidade culturalmente sensível exige atenção contínua às transformações sociais, tecnológicas e culturais que impactam o turismo global.

Este estudo, ao se basear em revisão bibliográfica e análise crítica, contribui para o debate acadêmico e para a prática profissional ao destacar que a hospitalidade deve ser entendida como uma prática social em constante transformação, que exige flexibilidade, empatia e inovação. Como reflexão final, ressalta-se a importância de avançar em pesquisas que integrem estudos empíricos e comparativos, de modo a compreender como turistas de diferentes nacionalidades percebem a hospitalidade em contextos específicos, e como essa percepção pode orientar políticas públicas e estratégias empresariais voltadas para o turismo internacional.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BROTHERTON, B. *Hospitality and Tourism: An Introduction*. London: Thomson Learning, 1999.
- LASHLEY, C. *Hospitality: A Social Lens*. London: Routledge, 2018. HALL, E. T. *Beyond Culture*. Garden City: Anchor Press, 1976.
- HOFSTEDE, G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2011.
- BROTHERTON, B. *Hospitality and Tourism: An Introduction*. London: Thomson Learning, 1999.
- HALL, E. T. *Beyond Culture*. Garden City: Anchor Press, 1976.
- HOFSTEDE, G. *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. 2. ed. Thousand Oaks: Sage Publications, 2011.
- LASHLEY, C. *Hospitality: A Social Lens*. London: Routledge, 2018.