

## "Aloha": estudo sobre a representação do ciclo de um serviço na série The White Lotus

"Aloha": study on the representation of the service cycle in the series The White Lotus

"Aloha": estudio sobre la representación del ciclo de un servicio en la serie The White Lotus



**João Vitor Santos da SILVA** 

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

**Sergio Rodrigues LEAL** 

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)

### DATAS

Recebido: 24/12/2025

Aprovado: 27/12/2025

### EDITADO POR

Valeria Severini Ferraz

Mirian Rejowski

### RESUMO

Este estudo analisa o primeiro episódio da série The White Lotus (2021), explorando a representação da hospitalidade e o papel do profissional hoteleiro na prestação de serviços. Considerando o impacto da obra como motivadora de viagens e formadora de percepções sobre o turismo, investiga-se como o acolhimento é retratado enquanto experiência simbólica e social. O recorte foca nas cenas que compõem a narrativa do gerente Armond, responsável por acompanhar os hóspedes no resort, observando como suas ações refletem as etapas do ciclo de um serviço proposto por Guizi (2022). A pesquisa adota abordagem qualitativa, fundamentada na análise de imagens em movimento de Rose (2002) em complemento com abordagem semiótica, a fim de compreender como o audiovisual pode reforçar ou questionar práticas profissionais e valores éticos do setor. A obra é interpretada não apenas como entretenimento, mas como instrumento de crítica social, revelando tensões entre empatia, hierarquia e profissionalismo. Assim, o estudo contribui para o campo acadêmico ao propor o uso de produtos culturais como recurso analítico e pedagógico, destacando seu potencial para promover debates interdisciplinares e reflexões sobre a responsabilidade social da mídia, bem

### PALAVRAS-CHAVE

Hospitalidade, ciclo de serviço, The White Lotus, análise de imagem, hotelaria.

como para inspirar práticas de acolhimento mais autênticas, inclusivas e humanizadas na hotelaria contemporânea.

#### **ABSTRACT**

This study analyzes the first episode of the series *The White Lotus* (2021), exploring the representation of hospitality and the role of the hotel professional in service delivery. Considering the work's impact as a motivator of travel and a shaper of perceptions about tourism, the study investigates how hospitality is portrayed as a symbolic and social experience. The analysis focuses on scenes that compose the narrative of the manager Armond, who is responsible for accompanying guests at the resort, examining how his actions reflect the stages of the service cycle proposed by Guizi (2022). The research adopts a qualitative approach, grounded in Rose's (2002) analysis of moving images and complemented by a semiotic approach, in order to understand how audiovisual media can reinforce or challenge professional practices and ethical values within the sector. The work is interpreted not merely as entertainment but as an instrument of social critique, revealing tensions among empathy, hierarchy, and professionalism. Thus, the study contributes to the academic field by proposing the use of cultural products as analytical and pedagogical resources, highlighting their potential to foster interdisciplinary debates and reflections on media's social responsibility, as well as to inspire more authentic, inclusive, and humanized hospitality practices in contemporary hotel management.

#### **KEYWORDS**

Hospitality, service cycle, The White Lotus, image analysis, hotel management.

#### **RESUMEN**

Este estudio analiza el primer episodio de la serie *The White Lotus* (2021), explorando la representación de la hospitalidad y el papel del profesional hotelero en la prestación de servicios. Considerando el impacto de la obra como motivadora de viajes y formadora de percepciones sobre el turismo, se investiga cómo la hospitalidad es retratada como una experiencia simbólica y social. El análisis se centra en las escenas que componen la narrativa del gerente Armond, responsable de acompañar a los huéspedes en el resort, observando cómo sus acciones reflejan las etapas del ciclo de un servicio propuesto por Guizi (2022). La investigación adopta un enfoque cualitativo, fundamentado en el análisis de imágenes en movimiento de Rose (2002), complementado con un enfoque semiótico, con el fin de comprender cómo el medio audiovisual puede reforzar o cuestionar las prácticas profesionales y los valores éticos del sector. La obra se interpreta no solo como entretenimiento, sino como un instrumento de crítica social, al revelar tensiones entre empatía, jerarquía y profesionalismo. De este modo, el estudio contribuye al ámbito académico al proponer el uso de productos culturales como recurso analítico y pedagógico, destacando su potencial para promover debates interdisciplinarios y reflexiones sobre la responsabilidad social de los medios, así como para inspirar prácticas de hospitalidad más autênticas, inclusivas y humanizadas en la hotelaría contemporánea.

#### **PALABRAS CLAVE**

Hospitalidad, ciclo del servicio, The White Lotus, análisis de imagen, hotelaría.

## 1 Introdução

As representações audiovisuais em séries e filmes, amplamente disseminadas e com alto alcance de público, possuem o potencial de influenciar o turismo e, em especial, o setor hoteleiro, despertando o interesse de novos profissionais pela área (Silva & Lacerda, 2024). Entretanto, é necessário compreender se tais representações refletem com fidelidade as práticas e valores esperados de um profissional da hospitalidade. As imagens midiáticas muitas vezes constroem um imaginário idealizado do acolhimento e da experiência turística, em que a cordialidade e o luxo coexistem com tensões simbólicas e hierárquicas, conforme discutem Gimenes-Minasse e Lopes (2024) ao explorarem as dinâmicas entre hospitalidade e inospitalidade..

Entre as produções recentes, *The White Lotus*, criada por Martin White, destaca-se por articular crítica social, humor e drama em um resort fictício baseado no *Four Seasons Resort Maui*, no Havaí. A narrativa acompanha a estada de hóspedes abastados e suas interações com os funcionários, especialmente o gerente Armond, personagem central para a análise. Como observam Gomes, Pereira e Campos (2021), o audiovisual atua como espelho das relações sociais, projetando valores e estereótipos que moldam o imaginário coletivo sobre o acolhimento. Nesse sentido, a série não apenas retrata o cotidiano da hotelaria, mas evidencia as contradições entre o servir e o ser servido.

Além disso, o cenário e o impacto da série também se mostram relevantes. Segundo dados divulgados pela TelaViva (2025), a primeira temporada estreou com 944 mil espectadores e alcançou média de 9,3 milhões, evidenciando seu sucesso e repercussão. A *British Broadcasting Corporation* (BBC) relatou que o resort utilizado nas filmagens da primeira temporada, registrou aumento de 425% nas visitas ao site e 386% nas verificações de disponibilidade após a estreia. Plataformas de hospedagem, como *Hotels.com*, também registraram elevação no interesse *pelo Four Seasons Resort Koh Samui*, confirmando o fenômeno conhecido como “turismo cinematográfico” (Rocha, 2020).

Essa relação entre mídia e deslocamento turístico reforça o poder simbólico das imagens na formação de desejos e percepções sobre destinos e serviços. A motivação para esse comportamento pode ser compreendida à luz da noção de signo visual, discutida por Bona e Vechio (2010), segundo a qual a imagem mobiliza emoções e memórias que aproximam o espectador da vivência retratada. Assim, o interesse ultrapassa o consumo da série como entretenimento, tornando-se o desejo de vivenciar experiências similares às dos personagens.

Dessa forma, o presente estudo tem como objetivo principal analisar como o profissional hoteleiro, representado na série *The White Lotus*, aplica a teoria do ciclo de um serviço de Guizi (2022). As cenas foram utilizadas sob a perspectiva da hospitalidade, considerando momentos-chave das interações entre hóspedes e colaboradores, identificando diferenças entre o comportamento teórico e o prático de um profissional do turismo. O estudo adota abordagem qualitativa, centrada na análise de imagem, permitindo compreender como os signos visuais comunicam valores, tensões e significados relacionados à hospitalidade.

A fundamentação teórica do estudo está organizada na seção referencial teórico, está estruturada a partir de autores que exploram a hospitalidade em suas dimensões simbólicas e práticas (Gimenes-Minasse & Lopes, 2024; Gomes et al., 2021; Silva & Barreto, 2023; Matias et al., 2024; Rocha, 2020), seguida pela metodologia, apresentação e análise dos resultados, e conclusão, onde são discutidas as implicações sociais, profissionais e educacionais da representação do ciclo de um serviço no contexto audiovisual.

## 2 Referencial teórico

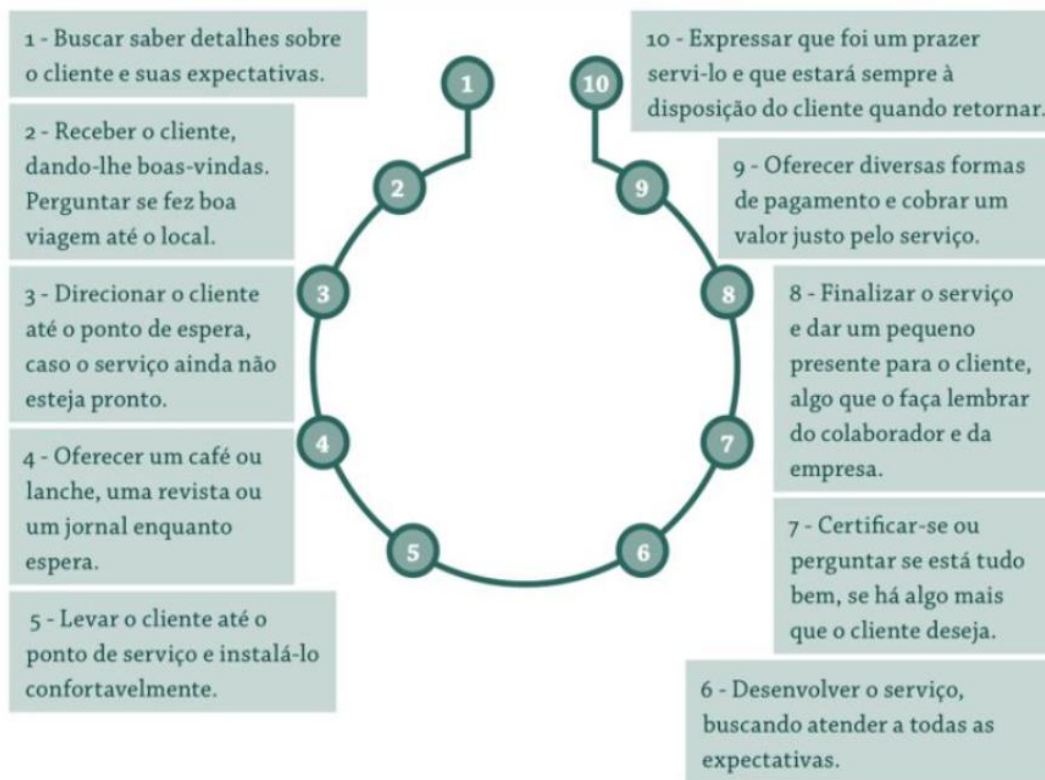
A hospitalidade, no contexto da hotelaria, é compreendida como uma atitude voltada à oferta e comercialização de serviços, como Silva e Lacerda (2024) exemplificam, ao afirmar que a excelência no acolhimento, aliada a um ambiente confortável e de qualidade, transforma-se em um diferencial competitivo e um estímulo para o retorno dos hóspedes. Ainda conforme os autores, a hospitalidade vai além da gentileza como qualidade pessoal, constituindo-se em um elemento essencial da prestação de serviços, sendo um dos principais critérios de avaliação dos clientes em relação ao estabelecimento de hospedagem.

Além disso, a hospitalidade torna-se um diferencial não apenas no setor de hospedagem. Margutti e Marques (2022, p. 351) destacam que “os conceitos de Hospitalidade podem ser aplicados para além do Turismo, alojamentos e alimentação, sendo bem-vindos em diferentes comércios em que ocorre a interação entre pessoas”. Contudo, mesmo com sua aplicabilidade ampliada, Silva e Lacerda (2024) observam que alcançar a verdadeira hospitalidade é um desafio.

Em complemento com os autores, Guizi (2022) relaciona a hospitalidade como um princípio ético que se manifesta em atos de relacionamento humano, logo apresentam certas características das comunidades ou países. Isso se deve ao fato de que os seres humanos são essencialmente sociais, trazendo consigo um conjunto de tradições e valores culturais que são construídos e partilhados dentro de suas comunidades. Para que a hospitalidade seja oferecida de forma uniforme a todos os hóspedes, é fundamental que as ações dos colaboradores sejam organizadas, garantindo a presença da hospitalidade desde a chegada até a despedida dos hóspedes.

Essa visão é corroborada por Castelli (2010), que associa a hospitalidade a um conjunto de características indispensáveis aos profissionais da hotelaria: sorriso, cortesia, elegância, etiqueta e empatia. Esses atributos formam a base do ato de servir e conferem autenticidade à experiência do hóspede. Assim, a hospitalidade não é apenas um valor operacional, mas um comportamento humano que transforma o atendimento em uma experiência simbólica e emocional. A incorporação da hospitalidade nos serviços demanda calor humano em todas as etapas do relacionamento com o cliente, o que Guizi (2022) denomina “momento da verdade” abordado através do ciclo de um serviço em dez etapas como presente na Figura 1. Tal conceito se refere aos instantes decisivos de contato, nos quais a percepção do serviço é consolidada.

Figura 1 - Ciclo de um serviço



Fonte: Guizi (2022).

O ciclo de um serviço, apresentado na Figura 1, relaciona de forma mais detalhada ao ritual da hospitalidade de Castelli (2017), onde em seu livro *Hospitalidade: olhares e conexões*, apresenta cinco etapas essenciais (receber, hospedar, alimentar, entreter e despedir), que representam atitudes de consideração e empatia, capazes de estreitar os vínculos sociais e proporcionar vivências marcantes. Da mesma forma, Galvão (2022), no livro *hospedagens memoráveis: como criar estadas inesquecíveis na era digital e da experiência*, modifica a nomenclatura para jornada da hospitalidade, trazendo o uso das cinco etapas para o meio digital. Assim, a hospitalidade consegue ser aplicada não apenas para agregar valor a um serviço, como também reforçar laços com os clientes e perpassa o meio físico, podendo ser utilizada no meio digital.

Nesse sentido, Gimenes-Minasse e Lopes (2024) ampliam o entendimento da hospitalidade ao analisá-la como um fenômeno relacional, simbólico e socialmente construído, em que o ato de acolher não se limita à troca de bens ou serviços, mas envolve uma dinâmica complexa de interações humanas mediadas por sentimentos, valores e expectativas mútuas. As autoras observam que, embora a comensalidade e o compartilhamento de alimentos sejam expressões privilegiadas da hospitalidade, tais práticas também podem ser tensionadas por manifestações de inospitalidade e hostilidade, que rompem o ciclo da dádiva e fragilizam os vínculos sociais.

Assim, a hospitalidade emerge como um ato ético e social de reciprocidade, sustentado pela mutualidade, convivialidade e empatia que caracterizam as relações humanas genuínas. As autoras apontam ainda que o fracasso dessas relações, quando marcadas pela indiferença ou pela

negação do outro, resulta na quebra da confiança e na perda da função social da hospitalidade. Logo, compreender tais dinâmicas torna-se essencial para interpretar o acolhimento não apenas como prática cotidiana, mas como expressão cultural de pertencimento e alteridade.

No campo das representações culturais e simbólicas, Gomes, Pereira e Campos (2021) abordam a hospitalidade sob a ótica do imaginário social, evidenciando como o cinema se configura como um veículo potente na construção e difusão de significados hospitaleiros. Os autores analisam as produções audiovisuais apoiadas pelo Programa Filme em Minas e concluem que o acolhimento, a solidariedade e o senso comunitário estão profundamente enraizados nas relações sociais retratadas nas narrativas fílmicas. O estudo demonstra, que o cinema não apenas reproduz práticas sociais, mas também atua como tecnologia do imaginário, ao reproduzir e perpetuar arquétipos de acolhimento que compõem a identidade cultural de Minas Gerais e, por extensão, da hospitalidade brasileira.

Essa interseção entre hospitalidade, cultura e narrativa fílmica é também evidenciada por Matias et al. (2024) e Rocha (2020), cujas investigações exploram o cinema como ferramenta pedagógica e meio de criação de imaginários turísticos, respectivamente. Matias et al. (2024) destacam o potencial formativo do recurso fílmico como metodologia ativa de ensino, capaz de despertar emoções, empatia e reflexão crítica entre os estudantes, transformando a sala de aula em um espaço dinâmico de troca e vivência. O uso do cinema, segundo os autores, promove a compreensão sensorial e afetiva da hospitalidade, ao permitir que os alunos se conectem com os dilemas humanos e profissionais representados nas obras cinematográficas.

Já Rocha (2020) amplia essa discussão ao analisar o papel do cinema na construção da imagem e do imaginário de destinos turísticos, tomando Nova York como caso paradigmático. O autor demonstra como as representações audiovisuais influenciam a percepção de hospitalidade urbana, ao criar uma estética de acolhimento e pertencimento que atrai viajantes por meio de emoções, símbolos e narrativas visuais. O turismo cinematográfico, portanto, não apenas divulga locais, mas cria afetos e desejos de deslocamento, configurando-se como uma forma contemporânea de hospitalidade mediada pela imagem.

### 3 Metodologia

Quanto à natureza do estudo, trata-se de uma pesquisa qualitativa e descritiva, caracterizada por um processo não linear. Mesmo com a análise das imagens obtidas, há constantes retomadas para interpretar, ressignificar ou ajustar o problema investigado. Assim, o foco principal recai sobre o caminho construído ao longo da pesquisa, e não nos resultados expressos em números (Marconi & Lakatos, 2022).

A análise desenvolvida neste estudo fundamenta-se no método de análise de imagens em movimento proposto por Diana Rose, concebido especificamente para a investigação qualitativa de produtos audiovisuais, como filmes e programas televisivos. Conforme a autora argumenta, a análise de imagens em movimento exige um procedimento sistemático que vá além da descrição

narrativa, contemplando decisões analíticas explícitas relacionadas à seleção do corpus, aos recortes das cenas e à definição das unidades de análise. Nesse sentido, o método parte da compreensão de que o material audiovisual constitui um conjunto complexo de significações visuais, verbais e sonoras, demandando a organização rigorosa dos dados por meio de processos como registro, transcrição e codificação, de modo a garantir maior transparência interpretativa e coerência entre os dados empíricos e os objetivos da pesquisa. (Rose, 2002)

Ainda de acordo com a autora, a análise interpretativa das imagens deve ser sustentada por definição do referencial teórico-analítico; delimitação do corpus audiovisual; seleção e recorte das cenas; definição das unidades de análise; registro e transcrição do material; construção do referencial de codificação; processo de codificação e organização dos dados; análise interpretativa controlada; e uma síntese analítica e articulação com o objetivo do estudo. Ela ainda destaca que o pesquisador atua como mediador no processo de tradução dos sentidos presentes no material audiovisual, reconhecendo que toda análise é interpretativa, mas deve ser metodologicamente controlada.

Dessa forma, complementa-se a análise de imagem com base na abordagem semiótica, conforme proposto por Brazo e Leite (2023) e fundamentada na concepção central de Joly (2012), aponta que esse método interpretativo não deve ser considerado definitivo. Isso ocorre porque não há um modelo único ou rígido para analisar imagens; a metodologia deve ser ajustada aos propósitos específicos da pesquisa, podendo, assim, ser modificada. Tal abordagem é relevante para a pesquisa, considerando que, segundo Camargo (2008), muitos estudiosos da área tendem a evitar inovações e novas metodologias ao investigar a hospitalidade.

Considera-se que a adoção dessa abordagem oferece uma alternativa promissora para explorar o campo da hospitalidade sob diferentes perspectivas, possibilitando a descoberta e aprofundamento de novos conhecimentos (Godoy & Leite, 2019). Corroborar, ainda, com a sugestão de Silva e Lacerda (2024) para traçar paralelos com outras obras cinematográficas que possam retratar o ambiente hoteleiro, como também as habilidades esperadas pelos profissionais da hotelaria, visto que os autores aplicaram a análise de imagem, buscaram compreender como o hoteleiro apresentado na ficção sul-coreana *Sorriso Real* se aproxima do descrito pela teoria de Castelli (2017).

O estudo está centrado na série *The White Lotus*, em especial no primeiro episódio da primeira temporada, composta por seis episódios e lançada em 2021. A escolha destina-se ao encerramento de ciclo narrativo do personagem que o estudo acompanha, na qual não retorna de forma completa ao final da temporada e nem em novas. O direcionamento é proposto com o foco de contextualizar cada cena, mas "as análises são feitas a partir da identificação de cenas em que a hospitalidade é evidenciada, sendo assim uma amostragem intencional" (Andrade, 2013, p. 241). Neste estudo, a unidade de análise corresponde às cenas representadas por frames extraídos de sequências narrativas, articuladas às falas e ao contexto audiovisual.

Portanto, a escolha das imagens analisadas seguiu o processo de sistematização proposto por Silva e Lacerda (2024), com adaptações ao cenário investigado. O procedimento compreendeu: (A) visualização integral da produção audiovisual; (B) definição da base teórica orientadora; (C)

nova visualização com foco na identificação de cenas alinhadas aos objetivos do estudo e à teoria adotada; (D) delimitação da narrativa central, com foco no personagem Armond, gerente do resort, e em suas interações com os hóspedes; (E) extração de frames capazes de representar a narrativa em imagens estáticas; (F) agrupamento das cenas selecionadas; e (G) transcrição das falas e posterior articulação entre narrativa, imagens e referencial teórico.

No processo de codificação das 14 imagens analisadas, adotou-se uma estratégia analítica qualitativa, conforme orienta Rose (2002), na qual as cenas selecionadas foram organizadas a partir de eixos interpretativos que emergiram da articulação entre o referencial teórico da hospitalidade e o material empírico analisado. A codificação não teve caráter quantitativo, mas funcionou como um procedimento de sistematização dos sentidos recorrentes identificados nas imagens, falas e situações narrativas.

Assim, foram definidos como eixos de codificação: (i) práticas de acolhimento e recepção, relacionadas aos gestos, discursos e rituais iniciais de interação entre colaboradores e hóspedes; (ii) gestão das interações e expectativas do cliente, associada às estratégias de mediação, personalização ou padronização do serviço; e (iii) tensões éticas e hierárquicas na hospitalidade, que evidenciam conflitos, assimetrias de poder e rupturas no ciclo relacional do serviço. Esses eixos orientaram a leitura interpretativa das cenas, permitindo organizar a análise de forma sistemática e coerente com o objetivo do estudo, sem eliminar o caráter interpretativo inerente à análise de imagens em movimento.

## 4 Resultados e discussão

A série *The White Lotus* inicia com um episódio intitulado “A Chegada”, simbolizando o início da recepção dos hóspedes, que chegam ao resort White Lotus por meio de uma embarcação. Desde o primeiro momento, os colaboradores os recebem com sorrisos e acenos, destacando o acolhimento como um diferencial do serviço prestado.

As figuras são organizadas em pares com o objetivo de avaliar a narrativa à luz do ciclo de um serviço proposto por Guizi (2022), ao mesmo tempo em que permitem a aplicação de duas lentes analíticas sobre a série. Essa estratégia interpretativa evidencia que funcionários e clientes raramente ocupam o mesmo plano de igualdade, seja no enquadramento visual, seja nas interações narrativas. Tal contraste entre posições hierárquicas constitui uma evidência empírica que sustenta a interpretação teórica, refletindo a dualidade apontada por Gimenes-Minasse e Lopes (2024), segundo os quais a hospitalidade pode coexistir com inospitalidade e hostilidade. Dessa forma, as imagens analisadas operam como suporte empírico para revelar tensões que fragilizam o vínculo social no ato de acolher.

Na Figura 2, observam-se os colaboradores do resort aguardando a chegada dos hóspedes com um sorriso no rosto. Conforme exemplificado por Neil e Wyer (2023), “a primeira temporada de *The White Lotus*, ambientada no Havaí, tem como centrais para o enredo as questões de raça e etnia”. A partir disso, torna-se relevante analisar a representação dos funcionários do hotel,

destacando-se que apenas a estagiária Lani, interpretada pela atriz Jolene Purdy, de ascendência havaiana, está inserida no grupo de recepção. Essa disparidade é discutida por Gomes, Pereira e Campos (2021) ao analisarem como o cinema e as produções audiovisuais retratam a hospitalidade e a identidade cultural, muitas vezes reforçando estereótipos e relações assimétricas entre anfitriões e hóspedes.

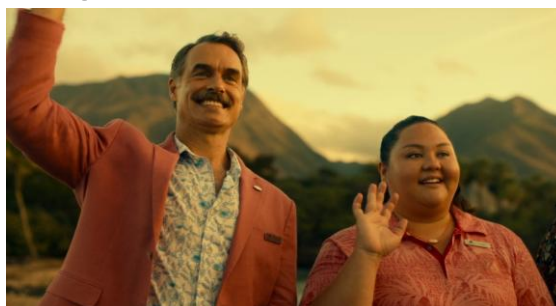
Em uma tentativa desesperada de manter sua posição, Lani decide ocultar sua condição gestacional para não perder a oportunidade de trabalho, o que pode ser interpretado como uma crítica à dificuldade que os nativos enfrentam para obter emprego na região, em contraste com os demais profissionais que atuam no resort. Complementando essa análise, a Figura 3 apresenta o personagem que será o foco guia da análise, o gerente Armond, posicionado à esquerda, vestindo um terno, estando ao lado da estagiária Lani, a quem ele orienta sobre como sorrir e acenar de maneira adequada. Essa padronização comportamental aproxima-se do que Silva e Lacerda (2024) apontam sobre a hotelaria: a excelência no acolhimento está muitas vezes associada à reprodução de gestos e protocolos predefinidos, o que pode reduzir a espontaneidade e enfraquecer a genuinidade do ato de servir.

**Figura 2** - Quadro aos 05 min 34 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

**Figura 3** - Quadro aos 05 min 37 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Num primeiro momento, um simples ato de aceno e sorriso, mesmo a uma distância em que muitos hóspedes ainda nem haviam reparado, pode ser entendido como o ato de receber, já que Galvão (2022) apresenta que a jornada da hospitalidade antecede a chegada do hóspede ao estabelecimento. Em acordo, Guizi (2022) apresenta que as interações entre colaborador e cliente não acontecem somente no instante em que este comparece ao local, mas se prolongam em toda a experiência. Esse aspecto se relaciona ao que Castelli (2017) denomina “ritual da hospitalidade”, no qual o acolhimento começa muito antes da prestação efetiva do serviço e se estende até a despedida, constituindo um ciclo emocional que reforça o vínculo social.

Em seguida, com a chegada dos hóspedes de fato ao hotel, o recebimento começa a trazer pontos relevantes, e com isso vamos para além da imagem e da narrativa, utilizando também as falas dos personagens. Os diálogos, imagens, efeitos sonoros e visuais apresentam uma natureza etnográfica que permite evidenciar símbolos, elementos materiais e expressões culturais, ajudando a compor uma análise mais completa (Siciliano, Moratelli & Aucar, 2024). Matias et al.

(2024) ressaltam que a utilização do cinema como instrumento analítico e educativo potencializa essa dimensão simbólica, permitindo compreender o acolhimento não apenas como prática operacional, mas como experiência social e emocional.

Por exemplo, Armond informa a Lani, como forma de preparação na cena que ocorre pela representação da Figura 4, que “falar de si mesmo não é bom, principalmente com os vips que chegaram no barco. É melhor não ser muito específico, como presença ou identidade. É melhor ser genérico”. Apresenta-se uma diferença em relação ao que Guizi (2022) discute, pois, embora todos os seres possuam identidade cultural e valores próprios, na série busca-se tornar o atendimento homogêneo e despersonalizado, aproximando-se da crítica de Gimenes-Minasse e Lopes (2024) sobre o apagamento da individualidade nas relações de serviço. Essa padronização reflete o que Rocha (2020) observa nas representações turísticas mediadas pelo cinema, em que a hospitalidade é muitas vezes retratada como performance e não como relação autêntica.

**Figura 4** - Quadro aos 06 min 59 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

**Figura 5** - Quadro aos 07 min 02 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Além da construção de uma identidade neutra para os colaboradores, em que não expressem suas opiniões particulares, a cena continua na Figura 5 com a aplicação do segundo ponto do ciclo de um serviço: “receber o cliente, dando-lhe boas-vindas e perguntando se fez boa viagem até o local” (Guizi, 2022), onde Armond realiza as boas-vindas da família Mossbacher e questiona sobre a viagem. A senhora Mossbacher informa que o percurso foi longo, e Armond busca trazer um ponto positivo à conversa, comentando sobre a vista privilegiada proporcionada pelo barco. Essa cordialidade encenada, segundo Silva e Barreto (2023), representa a tentativa contemporânea de equilibrar eficiência e sensibilidade no atendimento, mas nem sempre garante a presença genuína da empatia.

A figura da estagiária Lani, sempre ao lado de Armond no momento de recepção dos hóspedes, como na Figura 4, limita-se à interação através da palavra “aloha”, cuja importância cultural caracteriza o povo havaiano e é utilizada tanto como cumprimento quanto despedida (ALOHA, 2023). Em complemento, Munhoz e Rebecchi (2024) indicam que a saudação é amplamente retratada em séries e filmes que representam turistas sendo recepcionados com colares de flores por mulheres havaianas, como parte do ritual de boas-vindas. Contudo, a representação de *The White Lotus* é mais contida, preservando a saudação “Aloha” e os colares

de flores, mas de modo simbólico. Essa leitura se alinha a Gomes et al. (2021), que apontam o cinema como meio de reforço e, ao mesmo tempo, de ressignificação dos imaginários sociais sobre hospitalidade.

Outro aspecto do atendimento inicial é a organização do serviço de forma a evitar esperas. Por esse motivo, o terceiro e quarto pontos do ciclo não se aplicam a essa representação. No entanto, o quinto ponto: “levar o cliente até o ponto de serviço e instalá-lo confortavelmente” (Guizi, 2022), é executado de maneira personalizada, onde cada hóspede é acompanhado por um funcionário até sua unidade habitacional (UH), proporcionando uma experiência imediata e diferenciada. Vale destacar que, por se tratar de um resort com centenas de funcionários, há diversos outros momentos no atendimento que podem ser decisivos para encantar o hóspede (Galvão, 2022).

Na Figura 6, durante a recepção do casal Patton, Armond demonstra conhecimento prévio, chamando-os pelo sobrenome de casados, abordando o primeiro ponto: “buscar saber detalhes sobre o cliente e suas expectativas” (Guizi, 2022). Em seguida, a personagem Rachel Patton demonstra confusão ao lidar com a recente mudança de sobrenome, e Armond sugere que ela relaxe tomando um daiquiri (um coquetel clássico de origem cubana). Além disso, ele informa que a colaboradora Christie os acompanhará até a suíte de lua de mel, conforme a Figura 7. Essa ação representa uma adaptação do quarto ponto, que pode ser ajustado conforme a situação, reforçando o que Silva e Lacerda (2024) e Castelli (2017) defendem: a hospitalidade deve ser flexível e sensível às singularidades de cada hóspede.

**Figura 6** - Quadro aos 07 min 40 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

**Figura 7** - Quadro aos 08 min 39 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Ao sexto ponto: “desenvolver o serviço, buscando atender a todas as expectativas” (Guizi, 2022), pode-se atribuir a responsabilidade de atingir desejos individuais, nem sempre explícitos. Na cena da Figura 8, a hóspede MacQuoid deseja “desesperadamente uma massagem”, e mesmo sem vagas, a funcionária Belinda assume o compromisso de tentar encaixá-la, após insistência da cliente (Figura 9). A situação remete ao conceito apresentado por Silva e Lacerda (2024) sobre o ditado “os hóspedes são reis”, mostrando como o valor pago pelo serviço impõe a busca por soluções que nem sempre são viáveis, criando tensões entre cortesia e exaustão.

Figura 8 - Quadro aos 09 min 13 seg



Fonte: Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Figura 9 - Quadro aos 09 min 34 seg



Fonte: Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Eventualmente, imprevistos podem ocorrer durante a estada, com isso o sétimo ponto: “certificar-se se está tudo bem e se há algo mais que o cliente deseja” (Guizi, 2022), torna-se essencial para corrigir falhas e transformar a experiência. Contudo, como mostrado na Figura 10, ao tentar aplicar esse princípio, Armond se depara com a reclamação do Sr. Patton sobre a suíte reservada. Sua resposta negativa e evasiva evidencia o que Gimenes-Minasse e Lopes (2024) chamam de ruptura da dádiva: o ciclo relacional da hospitalidade é quebrado quando a reciprocidade e a confiança são substituídas pela defesa institucional.

Ao final da cena, ilustrada na Figura 11, observa-se uma contradição ao oitavo ponto: “oferecer diversas formas de pagamento e cobrar um valor justo” (Guizi, 2022). Armond revela à estagiária Lani que cometeu um caso de overbooking, ou seja, excedeu a capacidade de reservas disponíveis em relação à estrutura oferecida pelo hotel. Apesar de o casal ter pago por uma categoria superior de UH, foi realocado em suíte inferior, sem esclarecimento, revelando falhas éticas no serviço. Essa situação reforça o alerta de Silva e Barreto (2023) sobre a importância de alinhar promessa e entrega na experiência do cliente.

Figura 10 - Quadro aos 17 min 26 seg



Fonte: Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Figura 11 - Quadro aos 19 min 25 seg



Fonte: Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Diante do impasse, a orientação dada por Armond é manter uma postura positiva diante dos hóspedes, destacando os benefícios que eles já possuem. Em sua fala, ele recorre a uma analogia que retrata os hóspedes como “crianças sensíveis” e os funcionários como uma “madrasta malvada” que lhes nega o quarto desejado, evidenciando uma tentativa de amenizar o conflito por

meio do discurso, sem resolver efetivamente o problema. Esse cenário reflete a hospitalidade superficial descrita por Matias et al. (2024), em que o acolhimento é reduzido à aparência.

Como a série retrata os conflitos e as interações dos personagens enquanto hóspedes, é natural que cada um deles se encontre em diferentes etapas do ciclo de um serviço. Diferente do casal Patton que passavam pelo nono ponto, os dois integrantes da família Mossbacher estavam no seu sétimo ponto. Observa-se que Armond inicialmente busca compreender a necessidade do hóspede, adotando uma postura de facilitador. No entanto, quando as opções solicitadas não estão disponíveis, ele precisa recusá-las, como ilustrado na Figura 12. Essa tensão entre atender e negar reflete o que Gimenes-Minasse e Lopes (2024) destacam como fragilidade do vínculo relacional, quando a hospitalidade se confronta com limites operacionais e emocionais.

A dificuldade de equilibrar cordialidade e frustração aproxima-se do conceito de hospitalidade simbólica de Gomes, Pereira e Campos (2021), no qual o acolhimento se configura como um jogo de aparências, poder e identidade cultural. A quebra de expectativa, ilustrada na Figura 13, suscita a pergunta “E então, o que sugere?”, permitindo que Armond transforme a insatisfação inicial em uma oportunidade de encantamento, ao criar expectativa em torno da atividade proposta, que consiste na aquisição de equipamentos simples de mergulho para observação da vida marinha na praia, incluindo a possibilidade de avistamento de tubarões.

Essa tentativa de reconduzir a experiência negativa ilustra o esforço de manutenção da imagem de excelência no serviço, tal como analisado por Silva e Barreto (2023), que apontam a importância da criatividade e da empatia na gestão das emoções dos clientes. No entanto, conforme discutem Matias et al. (2024), o encantamento só ocorre quando a experiência é significativa e autêntica; quando o ato de servir é transformado em performance, o vínculo humano se fragiliza e a hospitalidade perde seu caráter educativo e relacional.

**Figura 12** - Quadro aos 30 min 18 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

**Figura 13** - Quadro aos 30 min 59 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

Contudo, a experiência vivenciada pelos dois membros da família Mossbacher revela-se frustrante, uma vez que a sugestão oferecida por Armond não corresponde na prática ao que havia sido prometido. Essa situação remete ao sexto ponto do ciclo de serviço: “desenvolver o serviço, buscando atender a todas as expectativas” (Guizi, 2022) e reflete a distância entre o discurso e a entrega do serviço, um fenômeno amplamente discutido por Rocha (2020) ao tratar do turismo

cinematográfico e da construção de imaginários idealizados. Assim como as representações fílmicas criam expectativas nem sempre correspondentes à realidade, a promessa de Armond simboliza a criação de um “imaginário de hospitalidade” que não se concretiza na prática.

Dessa forma, o planejamento prévio e a transparência tornam-se fundamentais para alinhar o que é oferecido com o que pode efetivamente ser entregue, reduzindo frustrações e reforçando a confiança entre hóspede e anfitrião (Silva & Barreto, 2023). Para o profissional que atua na hotelaria, é fundamental compreender que adotar uma postura positiva diante da insatisfação do hóspede, como Armond fez na Figura 14, pode ser uma estratégia válida. No entanto, essa abordagem nem sempre é a mais adequada.

Em algumas situações, reconhecer a frustração do cliente de forma empática pode ser mais eficaz. Essa atitude está em consonância com o que Silva e Lacerda (2024) e Castelli (2017) afirmam sobre a necessidade de humanização no atendimento, ressaltando que o verdadeiro diferencial competitivo da hospitalidade está na escuta e na empatia genuína. Nesse contexto, aplicar o oitavo ponto, especialmente por meio da pergunta: “Em que posso ajudar com essa situação?”, representa uma forma assertiva de lidar com o descontentamento e restaurar o vínculo relacional, aproximando-se do conceito de reciprocidade social apresentado por Gimenes-Minasse e Lopes (2024).

**Figura 14** - Quadro aos 43 min 20 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

**Figura 15** - Quadro aos 43 min 23 seg



**Fonte:** Adaptado de *The White Lotus*, por Mike White, 2021, HBO.

O ciclo de um serviço é concluído com o décimo ponto: “expressar que foi um prazer servi-lo e que estará sempre à disposição do cliente quando retornar” (Guizi, 2022). Ao longo do episódio, elementos aplicados por Armond, como o sorriso, a cordialidade e a valorização de aspectos positivos, podem ser associados a esse princípio. No entanto, as ações e escolhas que se desenvolvem a partir do primeiro episódio rompem com esse sentimento inicialmente construído.

Dessa forma, o ciclo do serviço não se encerra de maneira plena, uma vez que a estrutura narrativa da série interfere diretamente na presença de Armond na despedida dos hóspedes que ele próprio recepcionou e acompanhou. Esse encerramento incompleto remete à análise de Gomes et al. (2021) sobre as ambiguidades do acolhimento e à reflexão de Gimenes-Minasse e Lopes (2024) sobre a inospitalidade velada que emerge quando o serviço se sobrepõe ao vínculo humano. O ponto em que o “dar, receber e retribuir” se interrompe, revelando, assim, que a

hospitalidade autêntica não se encerra no gesto técnico, mas na continuidade ética e emocional da relação (Silva & Barreto, 2023).

Além disso, a análise das cenas evidencia padrões recorrentes que atravessam todo o episódio e permitem compreender a representação da hospitalidade para além de situações pontuais. Observa-se que as práticas de acolhimento e recepção são reiteradamente marcadas por gestos cordiais e discursos positivos, os quais, embora alinhados aos ciclo de um serviço, revelam uma hospitalidade performativa, fortemente mediada por normas institucionais. Paralelamente, a gestão das interações e das expectativas dos hóspedes manifesta-se como um exercício constante de mediação, no qual a promessa de experiências personalizadas nem sempre se concretiza, gerando frustrações e tensionamentos ao longo do ciclo do serviço (Guizi, 2022).

Essas recorrências tornam-se ainda mais evidentes quando analisadas à luz das tensões éticas e hierárquicas presentes nas interações entre colaboradores e clientes, nas quais se destacam assimetrias de poder e rupturas no vínculo relacional. Conforme orienta Rose (2002), essa leitura integrada do material audiovisual possibilita articular os eixos de codificação aos objetivos do estudo, demonstrando que a hospitalidade representada na série se constrói de modo ambíguo, oscilando entre o cumprimento técnico do serviço e a fragilização da reciprocidade que sustenta o acolhimento enquanto prática social e ética.

## 5 Considerações finais

A análise da representação em uma obra de ficção que aborda a atuação de um profissional envolvido com o turismo, em especial a hotelaria, revela-se essencial para compreender de que forma símbolos, gestos e narrativas podem influenciar tanto a percepção dos serviços quanto a escolha profissional. O papel do profissional hoteleiro vai além de obter lucro ou cumprir protocolos automatizados: ele envolve a prática da hospitalidade como um ato ético, relacional e simbólico, conforme destacam Gimenes-Minasse e Lopes (2024). Encantar o hóspede exige mais do que cordialidade; requer compreender sua trajetória, interpretar suas necessidades e transformá-las em experiências significativas. Assim, a hospitalidade é um fenômeno que ultrapassa o atendimento técnico e se consolida como construção social de vínculos e reciprocidades.

Nessa perspectiva, o ciclo de um serviço proposto por Guizi (2022), embora relevante, apresenta lacunas passíveis de aprimoramento, sobretudo quanto à sua flexibilidade diante das subjetividades dos hóspedes. Os resultados obtidos sugerem que os pontos três e quatro do ciclo poderiam ser reinterpretados para contemplar situações de desconforto, confusão ou insatisfação, substituindo o enfoque na espera por um quarto por ações de acolhimento simbólico, como oferecer uma bebida, um gesto de cortesia ou uma escuta empática. Tal proposta dialoga com Silva e Barreto (2023), que defendem a importância da humanização das interações mediadas pela tecnologia e da personalização das experiências, bem como com Silva e Lacerda (2024), que reforçam que o ato de servir deve integrar sensibilidade e autenticidade.

As contribuições deste estudo manifestam-se em múltiplas dimensões. Ao propor uma leitura da hospitalidade a partir de uma obra audiovisual contemporânea como *The White Lotus*, o trabalho amplia o debate sobre o acolhimento no contexto do entretenimento e do turismo. De acordo com Gomes, Pereira e Campos (2021), o cinema é um instrumento poderoso para construir imaginários e reforçar valores culturais associados à hospitalidade. A série, ao retratar conflitos, gestos e ambiguidades, espelha questões reais que permeiam a profissão, como os limites da empatia e as pressões hierárquicas na prestação do serviço. Essa análise contribui para fortalecer uma visão crítica e ética da hospitalidade, na qual o profissional é mediador de experiências e não apenas executor de funções.

Do ponto de vista metodológico e científico, o estudo avança ao empregar uma abordagem semiótica da imagem como ferramenta de interpretação crítica, evidenciando o potencial analítico do audiovisual na pesquisa em hospitalidade. Essa escolha se alinha ao que Matias et al. (2024) defendem ao utilizarem o cinema como metodologia ativa de ensino, estimulando a reflexão sobre práticas profissionais e comportamentos sociais. De modo semelhante, Rocha (2020) demonstra que o audiovisual tem o poder de criar imaginários turísticos e despertar emoções que moldam a percepção da hospitalidade. Dessa forma, o uso de obras ficcionais como *The White Lotus* se mostra relevante para o campo acadêmico, permitindo compreender como o acolhimento é simbolizado, dramatizado e ressignificado na cultura contemporânea.

Os achados oferecem subsídios para profissionais e gestores da hotelaria e do turismo que desejam aprimorar suas estratégias de atendimento a partir de uma leitura sensível da experiência do hóspede. As representações de falhas e acertos observadas na série reforçam o que Gimenes-Minasse e Lopes (2024) descrevem como a coexistência entre hospitalidade e hostilidade, uma dualidade que, quando reconhecida, pode orientar a formação de profissionais mais conscientes e empáticos. Nesse sentido, a série também se revela, conforme apontam Matias et al. (2024), um recurso pedagógico eficaz, capaz de promover aprendizado experiencial, análise crítica e desenvolvimento de competências relacionais aplicáveis à prática profissional.

Por fim, recomenda-se que pesquisas futuras ampliem esse debate ao realizar estudos comparativos entre diferentes produções audiovisuais que abordem a hospitalidade e o turismo, como filmes e séries ou reality shows ambientados em espaços turísticos. Além disso, seria pertinente investigar a recepção dessas obras pelo público e seu impacto na imagem de destinos ou profissões ligadas ao acolhimento. A exploração do potencial didático dos produtos audiovisuais, como defendem Matias et al. (2024) e Rocha (2020), pode contribuir para o fortalecimento de práticas educativas mais dinâmicas e reflexivas em cursos técnicos, de graduação e extensão. Dessa forma, o estudo reafirma a importância de uma hospitalidade que transcende o serviço e se enraíza na ética, na cultura e na sensibilidade humana, fundamentos indispensáveis para uma atuação verdadeiramente transformadora no campo da hotelaria e do turismo.

## Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001.

## Referências

- ALOHA. (2023) In: CAMBRIDGE Dictionary Online. Cambridge: Cambridge University Press, de <https://dictionary.cambridge.org/pt/dicionario/ingles/be-nothing-short-of>.
- Andrade, D. A. C. (2013). A hospitalidade nos sertões de “Cordel encantado”. *Revista Hospitalidade*, 11(2), 234-248. <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/512/539>
- ONA, R. J. & DEL-VECHIO, R. (2010). A semiótica dos filmes como prática educativa. In XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Novo Hamburgo, 1-12. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2010/resumos/R20-1247-1.pdf>
- Brazo, D. A., & Leite, I. S. (2023). Representações de hospitalidade e hostilidade no filme de animação Dragon Ball Z: A batalha dos deuses. *Revista Hospitalidade*, 20, 324– 355. <https://doi.org/10.29147/revhosp.v20.1079>
- British Broadcasting Corporation (BBC). (2025). Measuring the 'White Lotus effect': How TV and film locations impact travel, de <https://www.bbc.com/travel/article/20250213-how-tv-and-film-locations-impact-travel-the-white-lotus-effect>.
- Camargo, L. O. L. (2008). A pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 5(2), 15–51. Recuperado de <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/151>
- Castelli, G. (2010). Hospitalidade - A inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços. (1ª. ed.). Editora Saraiva.
- Castelli, G. (2017). Hospitalidade: olhares e conexões (1ª ed.). Castelli Escola Superior de Hotelaria.
- Galvão, R. (2022). hospedagens memoráveis: como criar estadias inesquecíveis na era digital e da experiência (1ª ed.). Editora Freitas Bastos.
- Gimenes-Minasse, M. H. S. G., & Lopes, M. S. (2024). Dinâmicas de hospitalidade, inospitalidade e hostilidade em cenas de comensalidade: uma reflexão preliminar. *Revista Hospitalidade*, 21, 441–466. <https://doi.org/10.29147/revhosp.v21.1163>
- Godoy, K. E., & Leite, I. S. (2019). Turismo e fotografia: um estudo bibliométrico sobre o uso de metodologias de análise da imagem nas pesquisas em turismo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(3), 71–91. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i3.1573>
- Gomes, C. L., Pereira, J. K. C., & Campos, J. L. A. (2021). Hospitalidade em foco: um panorama de produções audiovisuais apoiadas pelo Programa “Filme em Minas”. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 13(2), 409–433. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i2p409>
- Guizi, A. A. (2022). hospitalidade e experiências em serviço (1ª ed.). Editora Intersaberes.
- Joly, M. (2012). Introdução à análise da imagem (14ª ed.). Editora Papirus.

- Marconi, M. A., & Lakatos, E. M. (2022). Metodologia científica (7ª ed.). Atlas.
- Margutti, A. N., & Marques, R. B. (2022). Hospitalidade e varejo: um ensaio teórico. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(2), 335-356. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i2p356>
- Matias, E. M., Brasileiro, I. L. G., Monteiro, I. F., & Ferreira, M. C. (2024). A grande tela: o recurso fílmico como metodologia ativa de ensino no curso de turismo. *Revista Turismo: Estudos & Práticas*, 13(1), 1–17. A grande tela: o recurso fílmico como metodologia ativa de ensino no curso de turismo
- Munhoz, L. R., & Rebechi, R. R. (2024). Aloha! Domesticação e estrangeirização na dublagem de Lilo & Stitch em português brasileiro. *Tradterm*, 47, 137-176. <https://doi.org/10.11606/issn.2317-9511.v47p107-142>
- Neil, M. R., & Wyer, S. C. (2023). Sicily can be very seductive: *The White Lotus* and the transnational “making” of the Mediterranean. *The Italianist*, 43(2), 241–261. <https://doi.org/10.1080/02614340.2023.2256064>
- Rocha, G. A. M. (2020). *Imagens e imaginários de Nova York: a relação entre o turismo e o cinema* [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Federal de Ouro Preto]. Repositório Institucional UFOP. <http://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/2729>
- Rose, D. (2002). Análise de imagens em movimento. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Orgs.), *Pesquisa qualitativa em texto, imagem e som: um manual prático* (p. 343–363). Vozes.
- Siciliano, T., Moratelli, V., & Aucar, B. (2024). ‘Programados pela testosterona’: Gerações e masculinidade em *The White Lotus*. *Revista Eco-Pós*, 27(3), 556–582. <https://doi.org/10.29146/eco-ps.v27i3.28096>
- Silva, F. F., & Barreto, L. M. T. S. (2023). Evidências da Relação entre Tecnologia e Interação com os Funcionários na Jornada do Cliente de Parques Temáticos. *Revista Hospitalidade*, 20, 61–90. <https://doi.org/10.29147/revhosp.v20.1041>
- Silva, J. V. S., & Lacerda, J. O. S. (2024). “Hermès”: um estudo sobre a representação da hospitalidade no dorama *Sorriso Real*. In anais da 18ª edição do Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 1–20. <https://www.sisapeventos.com.br/staff/app/files/submissions/60/3577-14172-68.pdf>
- TelaViva. (2025). Primeiro episódio da terceira temporada de "The White Lotus" triplica sua audiência na América Latina, de <https://telaviva.com.br/19/02/2025/primeiro-episodio-da-terceira-temporada-de-the-white-lotus-triplica-sua-audiencia-na-america-latina>
- The White Lotus*. Direção e produção de Mile White. (2021). HBO Max.

## **SOBRE OS AUTORES**

### **João Vitor Santos da Silva**

Contribuições: conceituação, análise formal, obtenção de financiamento, investigação, método, administração do projeto, visualização, redação original e final.

E-mail: [vitorsilva121212@gmail.com](mailto:vitorsilva121212@gmail.com) / ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-3469-0762>

**Sérgio Rodrigues Leal**

Contribuições: conceituação, curadoria dos dados, análise formal, investigação, administração do projeto, supervisão, redação original e final.

E-mail: [sergio.rleal@ufpe.br](mailto:sergio.rleal@ufpe.br) / ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4898-4489>

**COMO CITAR**

Da Silva, J. V. S. & Leal, S. R. (2025). "Aloha": estudo sobre a representação do ciclo de um serviço na série The White Lotus. *Revista Hospitalidade*, 22, e1269. <https://doi.org/10.29147/revhosp.v22.1269>