

**HOSPITALIDADE E EXPERIENCESCAPE NA COMUNICAÇÃO DIGITAL:  
ANÁLISE NA HOTELARIA DE LUXO PAULISTANA**

**FABÍOLA TRONOLONE CAMPOS**  
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

**ALAN GUIZI**  
UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI (UAM)

**Agradecimento à orgão de fomento:**  
Anhembi Morumbi

## Introdução

A hospitalidade é uma prática simbólica e cultural que envolve rituais de acolhimento, cuidado e escuta. No luxo, ganha relevância ao expressar distinção, singularidade e intangibilidade. Este estudo analisa como cinco hotéis paulistanos de alto padrão, certificados com o selo Virtuoso, comunicam digitalmente elementos como cuidado, personalização, escuta e ritualização. A pesquisa, de natureza qualitativa e interpretativa, analisa sites e perfis no Instagram, buscando sinais que contribuam para valor intangível, diferenciação e antecipação da experiência.

## Problema de Pesquisa e Objetivo

Problema:

Como os elementos relativos à hospitalidade e experiencescape são comunicados nos canais digitais de cinco hotéis de luxo da cidade de São Paulo.

Objetivo: Analisar de que forma os elementos relativos à hospitalidade e a experiencescape estão presentes na comunicação em canais digitais de cinco hotéis de luxo da cidade de São Paulo.

## Fundamentação Teórica

A hospitalidade, segundo Camargo (2021) e Grassi (2011), é uma recepção incondicional e genuína que promove pertencimento e reconhecimento. Vai além do gesto físico, atuando como princípio ético e simbólico. No luxo, assume papel relacional e afetivo. Lugosi (2008) define a meta-hospitalidade como experiência descontinuada e simbólica, co-criada entre anfitrião e hóspede. Apoiada nos quatro Es do luxo (Ferreirinha e Crepaldi, 2024), torna-se diferencial estratégico e emocional na experiência contemporânea.

## Metodologia

Trata-se de um estudo qualitativo, exploratório e interpretativo, com análise de conteúdo das comunicações digitais de cinco hotéis de luxo da cidade de São Paulo pertencentes à rede Virtuoso: Emiliano, Fasano, Hotel Unique, Palácio Tangará e Rosewood. A pesquisa investiga como os elementos da hospitalidade e do experiencescape são comunicados em sites e redes sociais. Foram analisados sinais visuais, verbais e estruturais que revelam cuidado, escuta e ritualização como construções simbólicas de imagem e experiência.

## Análise dos Resultados

A análise das comunicações digitais de cinco hotéis de luxo paulistanos da rede Virtuoso identificou a presença expressiva dos fundamentos da hospitalidade e do experiencescape por meio de sinais visuais, textuais e simbólicos. A pesquisa evidenciou quatro dimensões centrais: social, sensorial, cultural e funcional/natural. Constatou-se que a hospitalidade opera como linguagem simbólica e relacional, estruturando experiências imersivas e afetivas que antecipam vínculos e ressignificam o luxo como pertencimento, presença e valor intangível.

## Conclusão

Conclui-se que, na hotelaria de luxo paulistana, a hospitalidade comunicada digitalmente transcende o serviço e atua como linguagem simbólica de diferenciação. Elementos como cuidado, personalização, estética sensorial e narrativa relacional antecipam experiências e fortalecem vínculos. A integração entre hospitalidade, meta-hospitalidade e experiencescape transforma o luxo em espaço de pertencimento. Propõe-se, como continuidade, a análise da percepção dos hóspedes sobre essa comunicação.

## Contribuição / Impacto

A pesquisa oferece insights estratégicos sobre como a hospitalidade e o experiencescape podem ser comunicados de forma eficaz nos canais digitais, reforçando o valor simbólico das marcas de luxo. Ao demonstrar que a hospitalidade vai além da prestação de serviços e atua como linguagem relacional e afetiva, o estudo contribui para que hotéis desenvolvam comunicações mais sensíveis, personalizadas e coerentes com seus valores. Isso permite a diferenciação competitiva, fidelização do público e fortalecimento da imagem de marca, desde o ambiente digital até a experiência física. Além disso, propõe

## Referências Bibliográficas

- CAMARGO, Luiz Octávio Lima. Hospitalidade: princípios e práticas. São Paulo: Senac, 2021.
- FERREIRINHA, C.; CREPALDI, L. O olhar para o extraordinário. São Paulo: DVS Editora, 2024.
- GRASSI, Marie-Claire. Hospitalidade: transpor a soleira. In: MONTANDON, Alain (Org.). O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Editora Senac, 2011. p. 533-545.
- LUGOSI, Peter. Hospitality spaces, hospitable moments: consumer encounters and affective experiences in commercial settings. *Journal of Foodservice Business Research*, v. 11, n. 4, p. 369-383, 2008.