

# A HOSPITALIDADE COMO PRINCÍPIO ÉTICO E PRÁTICA SOCIAL

ADALBERTO DIAS DE CARVALHO\*

ISCET-INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS EMPRESARIAIS E DO TURISMO

## RESUMO

Com a problemática da hospitalidade emerge também a esfera ética do turismo como fenómeno de natureza antropológica e sociológica ao privilegiar-se nele a relação da individualidade com a socialidade, ou seja, as conexões entre o que é do domínio próprio e do domínio da alteridade. Sendo de evitar aqui os discursos demagógicos que pretendem expandir a ideia de que o turismo é, à partida, uma prática que, sem mais, aproxima as pessoas, importa realçar que, tratando-se de um fenómeno que envolve, em princípio, a visita de uns ao habitat de outros, contém um potencial intrusivo de uns em relação aos outros – e a eventual reação destes relativamente aos primeiros – e, deste modo, um potencial de conflitualidade.

## PALAVRAS-CHAVE

Hospitalidade, ética, antropologia, interculturalidade, alteridade.

## ABSTRACT

With the problem of hospitality, the ethical sphere of tourism also emerges as an anthropological and sociological phenomenon, with emphasis on the relationship between the individuality and sociality, that is, the connections between what is one's own domain and the domain of otherness. Avoiding the demagogic discourses which intend to expand the idea that tourism is, at the outset, a practice that, without further, brings people together, it is important to emphasize that, in the case of a phenomenon that involves, in principle, the visit from one to the habitat of others, contains an intrusive potential of one in relation to the others – and the eventual reaction of these to the first – and, therefore, a potential for conflict.

## KEYWORDS

Hospitality, ethics, anthropology, interculturality, otherness.

## ÉTICA E HOSPITALIDADE

Nos nossos dias a hospitalidade – como princípio ético e como prática social – tem sido objeto de usos indevidos, demagógicos, contraditórios e até pretexto para o uso da violência física e simbólica. Os casos das enormes correntes de refugiados que procuram seja a Europa, seja a América do Norte, bem como daqueles que circulam em contextos regionais um pouco por todo o mundo, trouxeram ao de cima atitudes que recusam pura e simplesmente a hospitalidade para os que chegam, atitudes estas que decorrem dos usos dissimulados e abusivos do conceito e da prática, justificando-os inclusive. Há assim países que, sem mais, recusam esses refugiados e outros que, recebendo-os, o fazem na perspetiva de suportarem somente a sua passagem, enclausurando-os, entretanto – em nome do humanitarismo – em campos de exceção, chamados de acolhimento. Guillaume Le Blanc e Fabienne Brugère (2017: 13-15) fazem eco destas contradições e violências, escrevendo:

“Deixando de acolher, afastamos mundos que contudo não deixam de estar aí, fabricamos a invisibilidade e acreditamos podermos desembaraçarmo-nos assim de vidas humanas que batem à nossa porta.

‘Segundo Elfriede Jelinek, desembaraçamo-nos destes seres humanos. Alguém tem uma objeção para colocar? Não. Vamos levantar muros por todo o lado e tudo fica resolvido. Quando não vemos alguém, não há ninguém’. Fazer com que não haja mais ninguém onde há alguém é o contrário da hospitalidade, é a inospitalidade. Ora, a inospitalidade torna-se hostilidade ou mesmo ódio”.

(...)

“Todos estes lugares da impossível migração são locais onde aparece ao vivo o reverso das nossas sociedades,

\* Professor Coordenador Principal. adalberto.carvalho@iscet.pt.

mas são também lugares onde nascem pensamentos e práticas que definem uma humanidade comum”.

Perante esta negação objetiva de um real acolhimento, desenham-se por vezes movimentos de indivíduos ou de comunidades locais que rebatem no terreno as justificações políticas estribadas nos lugares-comuns dos interesses nacionais que, na prática, não reconhecem a conceção antropológica e o princípio ético de uma humanidade comum.

A noção de hospitalidade, tão usada nos programas turísticos e muito especialmente naqueles que incidem em destinos insulares, sofre de usos perversos que podem comprometer o seu sentido e impacto. Importa por isso empreender uma abordagem abrangente que capte as suas conotações positivas e negativas, sem prejuízo de finalmente valorizarmos a sua importância para a atividade turística, desde que esclarecida e situada.

Em *Ética de la Hospitalidade*, Daniel Innerarity diz-nos que a categoria da hospitalidade “abrange o empenho de atuarmos interpretativamente com a rica estranheza da vida dos outros, da cultura em que vivemos, às vezes demasiado opaca, até roçar o incompreensível ou hostil, mas que está na origem dessa aprendizagem do novo, do contacto com o que é diferente e a harmonização do díspar em que consiste a nossa vida” (Innerarity, 2008: 17). Trata-se de uma abordagem que claramente realça os desafios das relações sociais em que emerge a estranheza do outro – distante ou próximo –, a oscilar entre o enigma e a recusa, mas, em última instância, apelando-se à solidariedade do diverso enquanto horizonte antropológico. Esboça-se uma problemática que, sendo hermenêutica pelo empenhamento na busca do sentido da estranheza que aí aflora, é igualmente ética ao traçar a “harmonização do díspar” como um princípio ou um referencial de comportamento que abre por esta via necessariamente sobre as noções de solidariedade, a qual, por sua vez, implica as de solicitude e de acolhimento. Solidariedade que decorre da referida harmonização do mesmo com o diferente, solicitude na medida em que implica que cada um se dirija para o outro prestando-lhe a sua atenção e acolhimento pela ideia de atuarmos pensando na vida dos outros e não para além delas. Sempre presente como

um risco iminente a hostilidade surge como uma possibilidade proporcionada pela estranheza do outro.

Poder-se-á concluir que, sem a moldura ética da solidariedade, a conflitualidade inerente às margens da incompreensão tende a degenerar em conflituosidade por sobreposição da hostilidade relativamente à hospitalidade. A ética apela então à interatividade – solicitude para com o outro e acolhimento do outro – como condição da solidariedade. O turismo que busca o exótico por si mesmo pode experienciar a diferença pelo voyeurismo, mas nunca a compreende porque, em última análise, a recusa ao recusar a reciprocidade pela qual cada um toca os outros, estando disponível para ser por eles tocado, não significando isto que aceite ou seja aceitado sem mais. O *Código Mundial de Ética para o Turismo* salvaguarda estes aspetos logo no seu artigo 1.º onde se pode ler: “As atividades turísticas devem conduzir-se em harmonia com as especificidades e tradições das regiões e países de acolhimento, e observando as suas leis, usos e costumes; As comunidades de acolhimento por um lado, e os atores profissionais locais por outro, devem aprender a conhecer e respeitar os turistas que os visitam, e informar-se sobre os seus modos de vida, gostos e expectativas; a educação e formação ministradas aos profissionais contribuem para um acolhimento hospitaleiro”.

Embora o isolamento de algumas comunidades se vá esbatendo com a globalização, a verdade é que a atividade turística ainda se confronta com o choque de duas lógicas: a societária e a comunitária. A primeira, contemplando uma multiplicidade de representações e de tipos de laços sociais, revela-se tão recetiva à coexistência interna de modelos sociais diversificados como avessa a paradigmas socioculturais alternativos, nomeadamente os de perfil comunitário tradicional, precisamente por se organizarem em torno de um só tipo de laços sociais, normalmente o familiar. O monolitismo organizativo destas comunidades torna-se assim objeto de curiosidade e, por vezes, do delineamento de utopias sobre a sua vivência que o marketing turístico assiduamente promove explorando o fascínio pelo mistério daquilo que é estranho e que simultaneamente aparece com a atração pela alegada pureza de um “primitivo” ideológico em contraste com um certo cansaço relativamente às agruras ou desen-

cantos do quotidiano. Contudo, quando assim acontece, a rutura entre dois tipos de solidariedade – a “orgânica” e a “mecânica”, para utilizar os conceitos de Durkheim – traz dificuldades acrescidas a que se crie um verdadeiro encontro. Os visitantes facilmente receiam a insegurança da fragilidade – real ou representada – de coletivos regulados essencialmente por formas de solidariedade pouco institucionais porque fundamentalmente assentes em laços grupais, sobretudo familiares ou de vizinhança. Ao mesmo tempo, são grandes os riscos de se introduzir danos nos equilíbrios comunitários, perturbando-se a sua identidade sem lhes ser proporcionadas reais alternativas.

### **A HOSPITALIDADE COMO CONCEITO E PRÁTICA MULTIDIMENSIONAL**

Ora, normalmente, tanto o hospedeiro como o hóspede aspiram pela hospitalidade na medida em que esta, sendo um valor, é pressentida e sentida como suscetível de lhes trazer bem-estar, precisamente porque a presença do outro contém um potencial de recompensa, ainda que de formas diversas conforme as expectativas geradas pela situação e perfil de cada um. Uma recompensa que pode situar-se no plano da gratuidade – pelas relações de afeto – ou/e porque, com ela, advêm vantagens económicas, sociais, culturais ou estritamente pessoais enquanto lazer, aventura, descoberta ou prazer. Estas recompensas são-no, no fundo, porque somos seres vulneráveis marcados por necessidades primeiras e segundas – naturais e adquiridas – e, por isso, seres suscetíveis de felicidade ou sofrimento.

Sabemos bem que é com base nestas necessidades que o marketing desenvolve as suas estratégias com vista à captação de clientes. Necessidades estas que, em princípio, evoluirão para manifestações de vontade e de procura de produtos turísticos compatíveis. Produtos que poderão gerar satisfação ou insatisfação na medida em que correspondam – ou excedam até! – as expectativas criadas. Dever-se-á reforçar assim uma interatividade reciprocamente vantajosa entre o turista e as empresas e outras entidades que não só promovem como lhes proporcionam o acesso aos referidos produtos e serviços.

Ora, para nós, é precisamente na qualificação desta interatividade que reside a hospitalidade.

A hospitalidade tem, deste modo, a ver com os atos de dar e receber que estarão idealmente pressupostos na interatividade promovida pelo marketing turístico. Uma interatividade que, na sua dimensão coletiva, se deverá traduzir pela aceitação recíproca de uma certa civilidade dos comportamentos suscetível de reunir visitantes e visitados. A quebra deste *status quo*, a ocorrer, fratura a harmonia dessas relações, emergindo então, potencialmente, situações de alheamento e até de hostilidade.

É que, no caso do turismo, a hospitalidade, para além da sua dimensão social e ética, torna-se uma componente económica e social decisiva pois remete para a satisfação do turista no que respeita ao serviço adquirido e para as comunidades de destino, que são igualmente as comunidades de acolhimento, as quais aspiram a retirar vantagens no que respeita ao incremento do seu bem-estar. Todavia, sabemos também, tais vantagens, sobretudo em sociedades com estruturas democráticas mais frágeis, tendem a ser desviadas para empresas estrangeiras nomeadamente dos países emissores de turistas, para estruturas centrais dos estados que escapam ao controlo das populações ou para grupos de interesses locais.

O efeito da distância entre a residência e o destino, ao poder reforçar sentimentos de insegurança, faz aumentar a importância da questão da hospitalidade, sendo um facto também que o contraste ou, pelo contrário, a semelhança entre as condições que são proporcionadas – e aquelas que se deixaram – pode, respetivamente, conforme os casos, agudizar ou pelo menos fazer diminuir, senão neutralizar, tais sentimentos. Por isso, muito especialmente o turismo para a terceira idade está normalmente atento a esta condicionante, chegando mesmo a explorar em seu proveito a atenuação do diferente, tornando essa atenuação um fator positivo. Se é flagrante a tendência para que os fluxos turísticos ocorram no sentido inverso dos grandes movimentos migratórios, ou seja, se em larga medida os turistas se cruzam com os migrantes – os primeiros em busca de prazer, os segundos à procura de satisfazer as suas necessidades básicas –, é verdade igualmente que a hospitalidade, com cambiantes diferentes, é esperada por todos. Componente decisiva desta

hospitalidade é invariavelmente a da segurança, exigida pelos primeiros, simplesmente esperada pelos segundos, imposta por uns com a força da supremacia económica, prometida aos outros, mas muitas vezes não assegurada dada a fragilidade dos segundos.

Estamos a assumir que, muito especialmente no caso do turismo, o marketing não se pode reduzir a estritos imperativos económicos, mas que, inclusive para se atingir objetivos deste cariz, importa mobilizar igualmente a dimensão humana dos valores éticos necessariamente presente na hospitalidade, a qual não pode nunca ser reduzida à estrita dimensão do acolhimento hoteleiro, como frequentemente o fazem diversos autores anglo-saxónicos, do que é exemplo o manual *Marketing for Hospitality and Tourism* de autoria de Philip Kotler et al. (2017: 30, 31) que não hesita mesmo em distinguir, no âmbito do turismo, a noção de hospitalidade da noção de viagem – “The two main industries that comprise the activities we call tourism are the hospitality and travel industries” – para, logo de seguida, explicitar a visão economicista da interatividade em causa: “Marketing is the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from the customer in return”.

## INTERCULTURALIDADE E INTERATIVIDADE NO TURISMO

Desde logo a propósito da relação entre turistas e populações hospedeiras, a qual só passará de um mero patamar multicultural para uma plataforma autenticamente intercultural se superar os constrangimentos, diremos nós neocolonialistas, se ascender a uma vivência pós-moderna em que os turistas interiorizem uma postura não só de questionamento do sentido das culturas dos povos que visitam, como igualmente deixem interpelar a sua própria identidade, aceitando e valorizando que a alteridade pode e deve ser constitutiva do que é próprio. Como escreveu Islam (1996: vii), a viagem é uma “implementação formativa de se tornar-outro”, pois quem viaja tem a oportunidade de apreender mais-valias que eram exteriores ao seu quadro de referenciais no processo de construção ou de reconstrução do seu *self*.

A este propósito reproduzimos aqui a conclusão do artigo de Ankor e Wearing (2016: 188) anteriormente já citado, o qual sintetiza com clareza e exaustividade o papel da interatividade na relação entre visitante, visitado e a respetiva envolvência que constitui a pedra de toque da interculturalidade em turismo – e com esta a possibilidade de uma real hospitalidade – assumida na sua plena horizontalidade e, portanto, na recusa de um qualquer tipo de enculturação, seja qual for o sentido desta:

“In many tourism practices, the other does not exist except in relation to a discourse dictated by a dominant Western culture of dualistic opposition. We began our examination with the concept of the disengaged gaze of the flâneur, which supported discourses of observational neutrality. However, the concept of the choraster challenges the validity of a dichotomous stance of the self–Other relationship through establishing the role of context and the indivisibility of gaze, embodiment and emplacement. The tourist space inheres interactions between tourist, the host’s culture and values and the destabilizing of preconceived understanding. The gaze is confounded by the alterity of the other and it is necessary to understand that gaze is much more than a tool of observation but is fundamental to concepts of being and existence. If traveling is an activity that enables the individual negotiation of identity and subjectivity through a non-reductive relation with the other, then the return of the gaze is an invitation for simultaneous generosity. In acknowledging the host’s separateness, the tourist takes the host gaze into their own, in a response of opening to difference. We offer this conception to a subject-centred understanding of tourism that allows for the host’s role in tourist cultures”.

Mas, para efeito de um enquadramento exigente da problemática ético-antropológica subjacente ao questionamento do fenómeno da interculturalidade no âmbito do turismo, parece-nos útil a mobilização da meticolosa análise que Paul Ricoeur faz em *Soi-même comme un Autre*, designadamente quando este filósofo privilegia as intervenções históricas de Locke e de Kant.

Locke, recordemo-lo, distingue a identidade do homem como pessoa da do homem como mero ser vivo, nomeadamente pela capacidade daquela em refletir. A este propósito, escreveu Ricoeur: “basta considerar a memória como expansão retrospectiva da reflexão” para se verificar, radicalizando o próprio Locke, que “a viragem da memória e da reflexão marcava de facto uma mudança em que a ipseidade se substituíva silenciosamente à mesmidade” (*op. cit.*: 151). Kant, por sua vez, ainda segundo a interpretação de Ricoeur, introduz, com o segundo imperativo categórico, uma tensão entre dois termos: o de “humanidade” e o de “pessoa”, entendida esta como um fim em si e aquela enquanto expressão de uma universalidade abstracta, apesar de tudo credora de uma linha de continuidade em relação ao “princípio de autonomia”. Esclarece, então, Paul Ricoeur: “(a ideia de humanidade) apresenta a mesma estrutura dialógica que a solicitude, mas elimina desta toda a alteridade radical, limitando-se a vincular o princípio da autonomia da unidade, que não considera as pessoas em si, à pluralidade” (*idem*: 261). Por outras palavras, com Kant inaugurar-se-á uma tensão, plena de consequências, entre a ideia de uma autonomia tributária da pluralidade introduzida pela noção de pessoa e o esmagamento da alteridade pela ideia de humanidade implícita, por exemplo, na concepção de “natureza racional”.

Neste contexto crítico, a nossa proposta vai no sentido de, explorando as achegas de Ricoeur, afirmarmos a interculturalidade enquanto expressão e condição da pessoa humana e da sua identidade, o que significa retirar a esta noção as conotações culturalistas que, ao esvaziarem as condições do exercício primeiro da reciprocidade interpessoal, ameaçam a autenticidade do seu estatuto antropológico. A interculturalidade será, pois, focalizada como emergindo – no espaço e no tempo – da própria alteridade originária da identidade de si, o que lhe confere inalienáveis competências dialógicas e bloqueia o universalismo decorrente de uma humanidade abstrata que, revelando-se ser ditado por uma hegemonia etnocêntrica de sentido, tendencialmente ameaçará o fundamento daquelas.

Raúl Fornet-Betancourt (2011), na esteira da hermenêutica de si de Paul Ricoeur, a qual defende que o mais curto caminho de si para si mesmo é o outro, propõe-nos uma superação do universalismo da globalização através

do qual o mundo ocidental, segundo ele, impõe uma uniformização cultural a partir dos modelos que veicula. Em contraposição, alvitra uma universalidade concreta e plural capaz de, inspirada numa filosofia da libertação, contemplar e promover até as diferenças entre as diversas identidades culturais através de processos dinâmicos de transculturalização assentes numa valorização das dimensões relacionais das culturas e não em pressupostos etnocêntricos de superioridade de uma dada cultura sobre as outras. Não se tratará sequer, por esta via, da construção de uma cultura comum, mas antes da transformação das várias culturas pelo aprofundamento do diálogo e da interação entre si e o desenvolvimento da auto-crítica por parte de cada uma delas com vista à criação de um “espaço de vida comum”.

Para melhor se compreender a posição deste autor e o seu alcance no que se refere a um efetivo encontro com os outros povos, baseado na hospitalidade e não na dominação e através do qual se possa construir um “novo horizonte de compreensão”, vale a pena retermos a seguinte passagem da obra que aqui seguimos:

“Seria questão de elaborar uma forma de racionalidade que ultrapasse os limites atuais da nossa teoria do entendimento e nos permita abordar o mundo e a história do ponto de vista da periferia ou da exterioridade do outro.

Tratar-se-ia em seguida de não fazer da nossa própria maneira de pensar o critério do encontro com o outro. Por outras palavras, não erigir as nossas categorias teóricas como o horizonte exclusivo a partir do qual “abordamos” o outro, o compreendemos e o definimos. Esta maneira de “compreender” assimila e incorpora o outro por redução, mas não se desenvolve como um processo de conhecimento que reconheça no outro uma origem de sentido igualmente digna e original. Por esta razão, conviria não o abordar a partir da nossa maneira de pensar, mas antes do contexto histórico do encontro com ele, do momento em que a sua presença é testemunhada de diferentes maneiras – resistência, memória, etc. –, e a partir do “reverso da história”, da força alternativa da sua visão. O encontro com o outro é assim uma interpelação a partir da qual a nossa maneira de pensar deveria ser revista.

(...) Apesar da sua história de opressão, o outro incarna sempre um discurso original que abala as nossas certezas e convicções. Mais ainda, enquanto interpelação, dá sentido ao discurso alternativo e confronta-nos assim com os limites do nosso próprio ponto de vista” (*op. cit.*: 48).

Resulta daqui que, desde o sentido da hospitalidade ao da procura de autenticidade por parte do turista, designadamente em destinos insulares tidos como exóticos, assumem um novo enquadramento que importa confrontar com os pressupostos expressos e implícitos da oferta, da procura e do marketing que, no seu conjunto, o inspiram e subjazem às suas opções. A interculturalidade poderá ser assim olhada como exercendo – ou devendo exercer – uma função interativa consubstancial ao próprio processo de construção recíproca de identidades pessoais e coletivas transculturais – processos, portanto, de transculturalização – e não ser reduzida ao exercício de uma mera tolerância (negativa) para com os outros. No caso do turismo, este simplismo redundaria em atitudes opressoras sobre as comunidades de acolhimento em função de uma suposta neutralidade ou universalidade antropológica das culturas e referenciais sociais das sociedades de origem dos turistas, referenciais estes que tendem ainda a ser exacerbados e até forjados em prol da imposição de interesses próprios.

Tratando-se do turismo insular, sem nunca podermos generalizar sem mais, é patente a tendência nos materiais publicitários para se valorizar precisamente as diferenças entre as culturas como um fator de valorização da oferta. Esta atitude é então envolta em posicionamentos mais ou menos implícitos de admiração e, portanto, de respeito pelos hábitos e valores das comunidades a visitar, valorizadas com frequência desde logo pela simpatia do acolhimento que proporcionam. Acontece que assim se tende a postular clichés como a brandura de costumes e a pureza das mentalidades que, ocultando as contradições e problemas realmente existentes, permitem a formação ou consolidação de estereótipos que redundam numa desfocagem das representações que se constroem em torno dos povos visados.

É neste quadro artificial que se jogam as distâncias culturais existentes e, a partir daqui, o reforço ou esvaziamento

das competências interculturais, entendidas estas como estruturantes da capacidade de interação com culturas diferentes no que concerne ao que delas se pensa e ao modo de agir (cf. Friedman & Antal, 2005/ Redmond, 2000), competência esta que se organiza segundo seis competências específicas: a linguística, a de adaptação, a de descentração social, a de comunicação efetiva, a de integração social e o conhecimento da cultura de acolhimento. Em princípio, o turista será assim capaz de superar os constrangimentos inerentes à sua própria cultura. Interessante é também reter, a este propósito, os seis estádios com que Bennett (1986) caracterizou a evolução corrente de uma pessoa quando se confronta com uma cultura diferente, os quais vão desde a negação da diferença à integração, passando pela atitude de defesa, a minimização, a aceitação e a adaptação, sendo que a inexistência ou limitação no que respeita à interação com uma cultura terceira não permite que se ultrapassem os estádios da negação ou da defesa (cf. Sharma et al., 2009). Pelo contrário, a abertura e solicitude para com outras culturas acompanha o conhecimento das mesmas, traduzindo-se numa aproximação intercultural importante a que Hartman et al. (2009) apelidaram de *cultural cushion*.

Vemos, desta maneira, que se o turismo constitui uma oportunidade excelente de encontro intercultural, não é contudo evidente que tal ocorra de facto, exigindo-se com clara acuidade a formação cívica do turista, principalmente aquando da sua visita a comunidades como as das pequenas ilhas por estas estarem persistentemente envolvidas em cenários de exotismo e até de um certo primitivismo... Então, o projeto de viagem eivado de curiosidade e predisposto até a uma partilha de vida alternativa, na exata medida em que está enraizado em ilusórios estereótipos decorrentes de um inconsciente complexo de superioridade, poderá facilmente redundar em comportamentos que violentem de facto a realidade profunda e íntima das populações residentes. Estas, por um simétrico complexo de inferioridade marcado pela dependência económica e social, estarão com alguma frequência disponíveis para manifestações práticas de uma hospitalidade que aparenta corresponder adequadamente ao que os turistas lhes oferecem, podendo redundar mesmo em subserviência.

A passagem da hospitalidade à hostilidade surge também quando a comunidade de acolhimento, mais do que cada um dos seus membros isolados, se apercebe da arrogância contida nas atitudes dos turistas, o mesmo ocorrendo quando o desconhecimento e a ausência de receptividade relativamente aos usos dos hospedeiros, leva os turistas a interpretar inclusive as eventuais falhas destes por ausência de profissionalismo como afrontamentos e provocações. Os conflitos emergem então pelo aprofundamento negativo da distância cultural e consequente agravamento do fosso entre visitantes e visitados (cf. Ellemers & Barreto, 2001).

## BIBLIOGRAFIA

ANKOR, J.; WEARING, S. (2016), "Gaze, encounter and philosophies of otherness", in *ResearchGate*, pp.178-189 [Consult. a 30/09/2017].

Disponível em: [www.researchgate.net/publication](http://www.researchgate.net/publication)

BENNETT, M. J. (1986), "Towards ethno relativism: a developmental model of intercultural sensitivity", in *Cross Cultural Orientation: New Conceptualizations and Applications*, Nova Iorque: University Press of America, pp. 27-70.

ELLEMERS, N.; BARRETO, E. (2001), "The impact of relative group status; affective, perceptual and behavioural consequences", in R. J. Brown e S. Gaertner (eds.), *The Blackwell Handbook of Social Psychology*, vol. 4, Oxford: Blackwell, pp. 324-343.

FORNET-BETANCOURT, R. (2011), *La Philosophie Interculturelle, Penser Autrement le Monde* (trad.), Paris: Les Éditions de l'Atelier/Éditions Ouvrières.

FRIEDMAN, V. J.; ANTAL, A. B. (2005), "Negotiating reality: a theory of action approach to intercultural competence", in *Management Learning*, 36 (1), pp. 69-86.

HARTMAN, K. B. et al. (2009), "Culture cushion: inherently inter-cultural tourist experience", in *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 3 (3), pp. 259-268.

INNERARITI, D. (2008), *Ética de la Hospitalidade*, Barcelona: Ed. Península.

ISLAM, S. M. (1996), *The Ethics of Travel: From Marco Polo to Kafka*, Manchester: Manchester University Press.

KOTLER, P. et al. (2017), *Marketing for Hospitality and Tourism*, Edimburgo: Pearson Education Limited.

LE BLANC, G.; BRUGÈRE, F. (2017), *La Fin de l'hospitalité*, Paris: Flammarion.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (s/d), Código *Mundial de Ética para o Turismo* [Consult. a 30/09/2017]. Disponível em: <https://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/portugal.pdf>

RICOEUR, P. (1991), *Ideologia e Utopia* (trad.), Lisboa: Edições 70.

SHARMA, P. et al. (2009), "Demystifying intercultural service encounters: toward comprehensive conceptual framework", in *Journal of Service Research*, 12 (2), pp. 227-242.