

A HOSPITALIDADE EM MOVIMENTO: UMA ANÁLISE DO *OMOTENASHI* NOS TRENS JAPONESES

Hospitality in motion: an analysis of *omotenashi* in Japanese trains

Marcos Hideyuki Yokoyama¹ & Tiago Juliano²

RESUMO

A relação entre hospitalidade e mobilidade turística representa um campo de estudo ainda pouco explorado. Este artigo investiga como o *omotenashi*, a noção japonesa de hospitalidade, se manifesta em um serviço de transporte de massa, questionando de que forma suas dimensões são percebidas no sistema ferroviário do Japão. O objetivo principal é identificar e ilustrar as práticas de acolhimento que caracterizam a experiência de mobilidade no país. A pesquisa, de natureza descritiva, utiliza como base o framework analítico de Nagao e Umemuro (2012), que categoriza o *omotenashi* em doze dimensões essenciais. A metodologia envolveu revisão de literatura, análise de fontes oficiais e observações de campo realizadas em 19 cidades japonesas, abrangendo as principais operadoras ferroviárias. Os resultados indicam a presença de seis dimensões do *omotenashi* no serviço, destacando-se a adaptação ao outro, modéstia, estilo, cordialidade, padrões e segurança. Conclui-se que o acolhimento nos trens japoneses é construído por uma fusão entre elementos tangíveis, como pontualidade e limpeza, e aspectos socioculturais distintivos, como a reverência e a cultura do silêncio, adaptando a tradição hoteleira à eficiência dos chamados "super serviços" contemporâneos.

PALAVRAS-CHAVE

Omotenashi; Hospitalidade no Turismo; Ferrovias; Japão.

ABSTRACT

The intersection of hospitality and tourist mobility remains an underexplored field of study. This paper examines the manifestations of *omotenashi*, the Japanese concept of hospitality, within the Japanese rail transport system. The main objective is to identify and examine the welcoming practices that characterize the mobility experience in the country. This descriptive research is based on the analytical framework of Nagao and Umemuro (2012), which categorizes

¹ **Marcos Hideyuki Yokoyama** - Doutor em *Business Administration*. Docente da Subárea de Turismo e Hospitalidade, Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7581348521996846>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8304-6172>. E-mail: marcoshy@ifsp.edu.br.

² **Tiago Juliano** - Doutor em Ambiente e Sociedade. Docente do Departamento de Turismo e Patrimônio, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro (UNIRIO), Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7064218048398448>. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6018-8477>. E-mail: tiago.juliano@unirio.br.

omotenashi into twelve essential dimensions. The methodology involved a literature review, analysis of official sources, and field observations conducted in 19 Japanese cities, covering the major railway operators. The results indicate the presence of six dimensions of *omotenashi* in service, highlighting adaptation to other, modesty, style, cordiality, standards and safety. It is concluded that the sense of welcome on Japanese trains arises from a blend of tangible factors, such as punctuality and cleanliness, and unique sociocultural traits, including bowing and the culture of silence. This integration adapts traditional hospitality to the efficiency of contemporary “super services”.

KEYWORDS

Omotenashi; Hospitality in Tourism; Railroads; Japan.

INTRODUÇÃO

A relevância do sistema ferroviário para o turismo está associada à própria origem das viagens modernas e à diversidade de experiências turísticas contemporâneas (Palhares, 2002; Di Roná, 2002; Page, 2008). A competitividade do transporte ferroviário pode ser avaliada a partir do equilíbrio entre suas vantagens, como a fluidez no acesso a destinos e a flexibilidade para gerenciar a demanda turística; e seus desafios, como dificuldades técnicas, custos de padronização e a necessidade de alto fluxo de passageiros para viabilidade comercial. Essa dinâmica determina o desenvolvimento socioeconômico e turístico de um território, tornando essencial compreender como a oferta de seus serviços impacta os arranjos turísticos e os projetos de mobilidade (Fraga, 2013).

O papel dos transportes na indução ao desenvolvimento de um destino turístico é determinado por diferentes variáveis como a oferta, a qualidade, a diversidade e a intermodalidade do sistema de transportes. Localidades acessadas de forma eficiente a partir de uma maior gama de modais de transporte apresentarão vantagens no mercado turístico, alcançando segmentos de passageiros e turistas considerados estratégicos. Já a decisão e a percepção acerca da satisfação no uso de um determinado transporte no contexto das experiências turísticas são processos complexos e que envolvem atributos interdependentes, como a diversidade de serviços, a segurança, o conforto, a regularidade, os preços, a velocidade, o alcance geográfico, dentre outros fatores decisivos (Lohmann, Fraga & Castro, 2013).

Em um cenário no qual perspectivas disciplinares privilegiaram historicamente o estudo de aspectos técnicos dos transportes, os nexos entre hospitalidade e mobilidades turísticas

configuram um tema ainda pouco explorado e podem indicar um campo promissor de estudos (Allis & Fraga, 2016; Allis, Castro & Fraga, 2025). Em caráter descritivo, essa pesquisa busca compreender como o sentido de acolhimento em transportes é socialmente construído em um contexto cultural particular e questiona-se como práticas do *omotenashi* se manifestam no sistema de serviços ferroviários do Japão. O principal objetivo é identificar e ilustrar como dimensões da noção japonesa de hospitalidade podem ser percebidas por passageiros nas experiências turísticas do Japão contemporâneo.

O estudo emprega como procedimentos de pesquisa a revisão de literatura no campo dos transportes turísticos e da hospitalidade oriental, para estabelecer parâmetros analíticos do *omotenashi* no transporte ferroviário. Com base nas dimensões do *omotenashi* categorizadas por Nagao e Umemuro (2012), foram coletados dados primários a partir de levantamentos de campo em 19 cidades e 10 províncias atendidas pelo sistema ferroviário japonês. As observações foram sistematizadas por meio de registros, notas e diários de campo. Por fim, foram levantados e analisados conteúdos em fontes oficiais de informações, como a *Japan National Tourism Organization* (JNTO) e a *Japan Railways Company* (JR), que concorreram para compreender o papel do *omotenashi* na concepção dos serviços de trens.

O sistema de transporte japonês é reconhecido como um dos melhores do mundo devido à sua pontualidade, segurança, conforto e serviços de excelência, situando o transporte como elemento estratégico das políticas de desenvolvimento turístico do Japão (Yudhistira, Firdaus & Agushinta, 2015). Tais características têm colaborado para o crescimento econômico e para atração de um número crescente de turistas estrangeiros, que alcançou o patamar de 42,7 milhões de visitantes internacionais em 2025 (JNTO, 2026). Nesse sentido, estudos que se debrucem sobre experiências do transporte ferroviário japonês podem trazer novos olhares sobre as relações entre a percepção de acolhimento em serviços de mobilidade e o papel do contexto cultural no qual essa percepção é concebida e vivenciada. Compreender o serviço ferroviário japonês oferece parâmetros de excelência e de qualidade para outras realidades, como a brasileira. Na perspectiva teórica, contribui com correntes de pensamento que abordam os componentes de transporte como espaços de sociabilidade e a hospitalidade como elemento que transforma o mero deslocamento em experiência turística.

REVISÃO DE LITERATURA

A HOSPITALIDADE NA CULTURA ORIENTAL: PERSPECTIVAS SOBRE O *OMOTENASHI*

Todo indivíduo é um sujeito dialógico, já que o sentido de sua existência é dado pela coexistência e interdependência com outros sujeitos. Partindo dessa premissa, a acepção sobre hospitalidade se forja na própria história da cultura e, particularmente, na origem da civilização urbana. Da ideia de dever sagrado em receber o estrangeiro à dimensão coletiva da urbanidade, o conceito de hospitalidade é atravessado por registros de diferentes ordens, que perpassam por bases religiosas, morais, sociais e econômicas (Salles, Bueno & Bastos, 2010). O entendimento do significado integral da hospitalidade é desafiado por sua abrangência semântica e natureza ambígua. Trata-se da compreensão dos sistemas de trocas predominantes em uma cultura e que se constituem uma questão antiga e atual, constantemente ressignificada e que, hoje, contempla domínios públicos e sociais das cidades, bem como o domínio comercial de organizações privadas, com destaque para os serviços turísticos (Camargo, 2021).

4

A hospitalidade tem como função estabelecer novas relações ou promover as já existentes. Envolve a possibilidade de encontros que propiciam a troca e o benefício mútuo entre anfitrião e hóspede (Lashley, 2004). Em que pese a amplitude de leituras acerca da hospitalidade, esta pode ser definida, em termos gerais, como o ato humano de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas deslocadas de seu habitat cotidiano, potencializando um repertório diversificado de trocas performadas em contextos domésticos, públicos, privados ou mesmo virtuais, referenciados por Camargo (2015) como ‘domínios da hospitalidade’.

Na sociedade ocidental, duas escolas de pensamento centralizaram o campo de estudos sobre a hospitalidade. Por um lado, a escola francesa demonstrou maior interesse pela hospitalidade doméstica e pública e é baseada na tríade ‘dar, receber e retribuir’, enquanto matriz das relações hospitaleiras. Por outro, a escola americana deu relevo a dimensões da hospitalidade comercial, enfatizando o contrato e trocas motivados pela prestação de serviços em bases econômicas (Camargo, 2005). No entanto, cabe ressaltar que essas linhas de pensamento não se excluem. Andrade e Polo (2018) sinalizam as convergências entre ambas as correntes, trazendo as raízes antropológicas para as práticas mercadológicas, sem deixar de reconhecer e respeitar as especificidades de cada abordagem. No contexto turístico, De Freitas (2020) argumenta que os turistas valorizam tanto as atitudes hospitaleiras inatas aos anfitriões quanto a hospitalidade comercial presente na prestação de serviços. Em outras palavras, a experiência

positiva em viagens e sua consequente lealdade ao destino dependem tanto da hospitalidade doméstica quanto da hospitalidade comercial.

Contudo, a perspectiva ocidental sobre relações de troca humana não é exclusiva. Diferentes culturas atribuem interpretações e práticas particulares que indicam nuances ainda mais diversificadas sobre o entendimento e o papel da hospitalidade para as diferentes sociedades. O conceito de hospitalidade japonesa – *omotenashi* – é ilustrativo dessas idiossincrasias. Embora de origem remota, a noção de *omotenashi* sofreu importante resignificação e ganhou maior visibilidade a partir de 2013, quando o país foi selecionado como sede dos Jogos Olímpicos de Verão de 2020 e empreendeu um processo sistemático para atração de um número crescente de visitantes de outras culturas (Wada, 2015; Morishita, 2021).

Mesmo antes da seleção como sede dos jogos olímpicos, já eram observadas articulações para fomentar o turismo internacional e a melhoria da qualidade dos serviços turísticos, como a publicação do Plano Básico de Promoção da Nação Turística, em 2012 (Sganzerla & Yokoyama, 2022). Esse documento evidencia a intenção das autoridades em associar a imagem turística do Japão ao conceito de *omotenashi*, considerada uma característica única dos japoneses e um ativo diferencial para o crescimento do turismo no país (*Japan Tourism Agency*, 2016).

Em sentido mais amplo, o *omotenashi* se fundamenta a partir de pilares imbrincados à cultura japonesa como um todo. Segundo Bastos e Tuji (2022), o conceito vai além da relação comercial e da relação entre anfitrião e hóspede, pois está enraizado na cultura do Japão há séculos (Nagao & Umemuro, 2012). Essas interações podem ser exemplificadas mediante a utilização de termos japoneses como *motenasu*, que significa atitude, maneira e comportamento acolhedor de uma pessoa para com os outros; e *ichigo ichie*, que sinaliza a gratidão pela chance de conhecer pessoas e criar um ambiente e momento únicos (Al-Alsheikh, 2014; Dennis, 2019; Morishita, 2021). Ambos os termos convergem para busca por proximidade com aquele que é recebido, com o intuito de criar um ambiente adequado para que o serviço seja executado de forma acolhedora, única, gentil e de coração (Belal, Shirahada & Kosaka, 2013; Morishita & Kosaka, 2017).

O *omotenashi* é caracterizado pela atenção aos hóspedes e pela previsão das necessidades baseada na comunicação não-verbal. Nessa perspectiva, pode ser compreendido como um método em que se deve fazer tudo sem dizer nada. Há uma relação de cuidado e de ação natural,

conforme o entendimento das intenções entre o anfitrião e o hóspede. Diferenciar as características que particularizam o *omotenashi* frente às noções e práticas ocidentais de hospitalidade é uma questão cada vez mais debatida. Bastos e Tuji (2022) sugerem que o *omotenashi* tem como pilar a atitude de oferecer algo sem esperar nada em troca. Na cultura japonesa, essa atitude é evidente na dispensa de gorjetas em serviços de qualidade, por exemplo. A noção subjetiva de ‘atender com o coração’, como valor cultural transmitido de geração em geração, marcaria uma linha distintiva das hospitalidades ocidental e oriental. Assim, o *omotenashi* pressupõe uma conduta que transcende a mera simpatia. A polidez e a gentileza que caracterizam os serviços japoneses se justificariam pelo prazer em agir conforme o coração. Portanto, a ausência de expectativa de retorno e a naturalidade com que ocorre nas relações cotidianas seriam os diferenciais da noção de *omotenashi*.

Ogawa (2021) chama a atenção que há diferenças significativas entre o *omotenashi* percebido pela própria sociedade japonesa e aquele percebido pelos visitantes estrangeiros. Para os japoneses, o *omotenashi* vai além do atendimento interpessoal ao cliente e representa uma característica própria e distintiva do seu povo, uma parte de hábitos diários. Para o autor, os estrangeiros não conseguem reconhecer o *omotenashi* integralmente e parecem priorizar a comunicação com o anfitrião.

Historicamente, o *omotenashi* foi registrado no mais antigo livro de poemas da cultura japonesa, o *man-yo-shu*, por meio das tradicionais cerimônias do chá. As bases fundamentais desta cerimônia exigiam características como modéstia, sofisticação, honra e cortesia (Aishima & Sato, 2015). Nagao e Umemuro (2012) explicam a origem da hospitalidade advinda de tradições históricas como a cerimônia do chá (*sadō*) e a hospedagem japonesa (*ryokan*): o *sadō* é uma cerimônia utilizada para servir um chá preparado minuciosamente em uma sala projetada especialmente para esse fim, para estabelecer confiança mútua e uma relação de igualdade entre o anfitrião e o convidado; enquanto o *ryokan* é caracterizado por uma experiência exclusiva de hospedagem por meio da oferta de comidas, instalações, equipamentos ou pessoas administrados por empresas familiares de pequeno porte.

Influenciado pela crescente abertura do país ao mercado global, o *omotenashi* também vem sendo utilizado no contexto da oferta de serviços. Neste quesito econômico, pode-se observar a existência de uma forma correta de oferecer o serviço através do *kata* ou *shikata*, além da oferta de ‘super serviços’ de qualidade que pretendem prever e satisfazer as necessidades dos

clientes (Al-Alsheikh, 2014; Belal et al., 2013; Morishita & Kosaka, 2017). Essa característica reforça a importância de definir padrões e procedimentos como o *shitsurai* (ambiente físico), o *furumai* (preparação do serviço e disposição dos anfitriões a receberem os hóspedes) e o *shikake* (participação do cliente), assim como a necessidade de treinamento para a equipe que oferece o serviço (Al-Alsheikh, 2014).

Embora enraizada na cultura japonesa e constantemente ressignificada por novos tipos de relações estabelecidas pela sociedade nipônica, a noção de *omotenashi* compartilha o mesmo desafio dos conceitos ocidentais de hospitalidade no que tange à sua mensuração e formas de avaliar sua percepção. Por meio de pesquisa bibliográfica, entrevistas com especialistas e grupos focais, Nagao e Umemuro (2012) propuseram uma abordagem a partir da identificação de 55 variáveis que constituem o *omotenashi*. Com base nessas variáveis e suas relações, analisadas por meio de técnicas de análise fatorial, os autores encontraram 12 dimensões consideradas essenciais, conforme apresentada a seguir.

Quadro 1. Dimensões essenciais do *omotenashi*

Dimensões	Descrição
Adaptação ao outro	ajustes de acordo com as necessidades, situação, preferências, momento e propósito da outra pessoa.
Modéstia e casualidade	senso apropriado de distância entre o anfitrião e o convidado, considerando-se modéstia, naturalidade e sensação moderada de tensão em toda a hospitalidade.
Estilo	itens que expressam formato, estilo e estrutura do <i>omotenashi</i>. Indicam características únicas da hospitalidade como a construção do ambiente, do espaço, do fluxo e dos encontros únicos na vida.
Cordialidade	o calor das pessoas, das casas, do terreno e da estação, buscando aproveitar e fazer uso dos produtos sazonais
Encarar um ao outro	anfitrião e cliente se encontram e criam uma relação exclusiva.
Modelo e conexão	exige um certo nível de padrões e manuais de estilo; a conexão pode ser enriquecida pela cooperação harmoniosa de múltiplos anfitriões.
Performance	aspecto de entretenimento e surpresa do <i>omotenashi</i>.
Segurança e proteção	garante a segurança pessoal do convidado e faz com que ele se sinta à vontade.
Qualidade	conceito não mensurável, não sendo possível medir o quanto se deve proceder para satisfazer o convidado.
Não se sentir desigual	não se deve permitir desigualdades entre os próprios convidados.
Troca anfitrião-convidado	a posição e o papel do anfitrião e do convidado podem mudar na próxima ocasião ou ainda na atual situação.
Igualdade entre anfitrião-convidado	o relacionamento entre o anfitrião e o convidado devem ser de igualdade.

Fonte: adaptado de Nagao e Umemuro (2012).

A percepção acerca das diferentes dimensões do *omotenashi* pode ser influenciada por diversos fatores, destacando-se as possíveis maneiras como a hospitalidade oriental é idealizada, promovida e vivenciada por turistas. Há mais de uma década, o Japão tem implementado políticas com o objetivo de revitalizar a economia por meio de novas estratégias de desenvolvimento, que incluem o fomento ao turismo. Nesse processo, observam-se incentivos às comunidades regionais para o aproveitamento turístico de bens naturais, artes tradicionais e heranças históricas e culturais que se destacariam pela exclusividade da cultura japonesa (*Japan Tourism Agency*, 2016).

Portanto, o conceito de *omotenashi* é antigo e integra o sistema cultural japonês. Porém, novas estratégias de posicionamento do país no cenário global têm concorrido para a emergência de novas acepções em torno da hospitalidade japonesa. O apelo dos chamados ‘super serviços’, caracterizados pela incontestável qualidade e pelo reconhecimento das expectativas dos clientes, cria dinâmicas no sistema de trocas culturais em diferentes âmbitos da sociedade japonesa. Fundamental para o desenvolvimento do turismo, os serviços de transportes encontram nas dimensões da hospitalidade um atributo relevante para a escolha de modais e para a percepção que passageiros e turistas formarão sobre esses serviços.

TRANSPORTES E DESENVOLVIMENTO DO TURISMO: O PAPEL DO MODAL FERROVIÁRIO

Os transportes são componentes inerentes à experiência turística e desempenharam um papel fundamental no desenvolvimento histórico do turismo. Palhares (2002) argumenta que o atual padrão da atividade turística só pôde ser alcançado graças à evolução técnica dos transportes. Com efeito, o avanço e o aperfeiçoamento de tecnologias e infraestruturas necessárias ao deslocamento humano acompanharam os contextos sociais de cada período. O desenvolvimento de destinos turísticos pode ser alavancado ou inibido em função da existência, qualidade, funcionalidade e diversidade dos sistemas de transportes.

Page (2008) define ‘sistema de transporte turístico’ como estrutura que incorpora toda a experiência turística de viajar em uma forma específica de transporte. Dentro de um sistema de transportes, uma ‘rede de transportes’ pode ser compreendida como o conjunto de ligações ou conexões (rodovias, ferrovias, rotas aéreas, marítimas e afins) e terminais de um ou mais modais de transporte. Quando conectadas de forma eficiente, essas redes facilitam o acesso a destinos

turísticos, induzindo o desenvolvimento regional do turismo e de outras atividades econômicas (Lohmann, Fraga & Castro, 2013).

La Torre (2002) lembra que o transporte é um elemento socioeconômico, que não foi criado em função do turismo. No contexto turístico, o transporte seria um elemento ou recurso que forma a base da distribuição geográfica dos movimentos turísticos. Em perspectiva semelhante, Palhares (2002) indica que os transportes turísticos podem ser entendidos como um subproduto da atividade turística. É uma atividade-meio compreendida por uma série de atributos que interliga a origem de uma viagem turística a um determinado destino (e vice-versa), que interliga vários destinos turísticos entre si (primários e secundários) ou que faz com que os visitantes se desloquem dentro de um mesmo destino.

O campo de estudos sobre transportes e turismo tem dedicado esforço considerável para entender os fatores que definem a escolha por um modal de transportes. Trata-se de um processo complexo que abrange um conjunto numeroso de variáveis, destacando-se a economia de custos e preço; velocidade; duração da viagem; acesso ao modal; segurança; frequência; regularidade do serviço; pontualidade; conforto; comodidade; alcance geográfico; e qualidade técnica e humana dos serviços (Di Roná, 2002; La Torre, 2002).

Embora inerente ao processo de escolha do modal de transportes, a noção de hospitalidade apresenta nuances em suas interfaces com as mobilidades turísticas, ainda pouco debatidas (Allis, Castro & Fraga, 2025). Cabe mencionar contribuições importantes, como a de Grinover (2007) ao propor os âmbitos da acessibilidade, legibilidade e identidade para análise de espaços de passagem, como os terminais de transportes; bem como a de Lashley e Morrison (2004) que destacam a natureza distinta do acolhimento humano e técnico, cuja dinâmica entre os domínios comercial, social e privado pode ser uma chave de leitura na compreensão da hospitalidade no setor de transportes.

No contexto brasileiro, um conjunto de estudos tem concorrido para uma maior aproximação entre os campos da hospitalidade e dos transportes no contexto turístico. Sem a pretensão de contemplar toda produção, alguns destes estudos ilustram a diversidade de frentes temáticas que surge da interação entre estes campos. Simon, Gastal e Santos (2014), por exemplo, buscaram identificar sinalizadores de hospitalidade no transporte público de Caxias do Sul (RS) a partir das dimensões de acessibilidade, legibilidade e identidade. Dias (2010) analisou a

hospitalidade em terminais de desembarque da região metropolitana de São Paulo (SP), tendo como premissa a lógica de transporte de escoamento na projeção destes espaços. Kaperaviczus, Cavenaghi e Oliveira (2020) estudaram a forma como a hospitalidade é percebida a bordo do transporte aéreo brasileiro, identificando fatores tangíveis e intangíveis chaves para formação desta percepção. Já Oliveira e Brusadin (2024) investigaram as relações de hospitalidade urbana na perspectiva de moradores frente às transformações do território de São João Del Rey (MG) com o uso do complexo ferroviário local.

No caso do modal ferroviário, sua importância para o turismo pode estar associada ao processo histórico de configuração das redes ferroviárias e seu aproveitamento atual no contexto das viagens turísticas (Boyer, 2003). O desenvolvimento do trem como meio de transporte foi viabilizado pela criação e emprego da máquina a vapor, inicialmente projetada para uso nas fábricas e, posteriormente, adaptada para veículos sobre rodas. Para além da dimensão técnica, novos hábitos de viagens e perfis de viajantes surgiram, tornando as viagens mais populares e colocando novas localidades no mapa das ferrovias que se expandiam também motivadas por um novo fenômeno social: o turismo (Rejowski, 2002; Di Roná, 2002).

No início do século XX, o transporte turístico era dominado por trens e navios transoceânicos. A partir da década de 1920, tecnologias militares foram adaptadas para fins comerciais e o trem começou a perder espaço para outros veículos terrestres, como o automóvel e o ônibus. Essa transformação viabilizou a massificação do turismo, entre as décadas de 1950 e 1970, impulsionada pela popularização do automóvel em viagens domésticas e do avião nas viagens internacionais (Palhares, 2002).

A expansão do transporte rodoviário impactou a tecnologia ferroviária de formas distintas. Nos Estados Unidos, a popularização do automóvel acelerou o declínio do trem na década de 1930. Já na Europa, essa redução foi menos severa, pois a menor adesão ao carro, a padronização das vias e a distribuição da população urbana mantiveram a viabilidade do sistema. Contudo, o modal ferroviário recuperou sua competitividade a partir do desenvolvimento dos trens de alta velocidade (TAV), a partir dos anos 1960 no Japão e da década de 1980 na Europa (Palhares, 2002). O sucesso dos trens de alta velocidade (TAV), como no Japão, deve-se em grande parte à sua dinâmica operacional e comercial de realizar poucas paradas, focadas em cidades com alto fluxo de passageiros. Além disso, a configuração da rede e o tipo de serviço ofertado geram diferentes impactos no desenvolvimento turístico das localidades (Fraga, 2013).

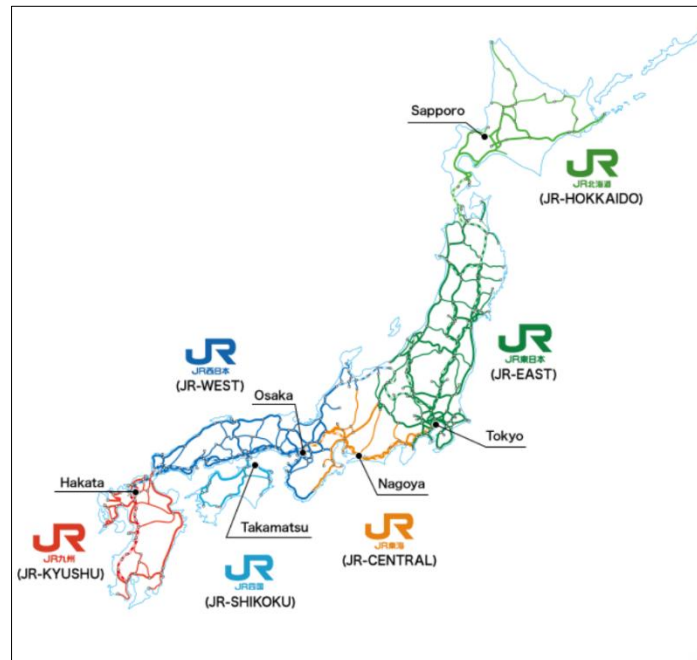
Na gestão de serviços de transportes turísticos, a escolha de um modal por um passageiro ou turista contempla tanto dimensões mensuráveis e tangíveis como fatores subjetivos que envolvem a percepção dos viajantes sobre estes serviços (Page, 2008). Compreender o papel do *omotenashi* na dimensão do transporte ferroviário japonês oferece inferências sobre a configuração, operação e gestão de um modal amplamente usado e que constitui, muitas vezes, a própria experiência turística do crescente número de visitantes do Japão.

METODOLOGIA

Essa pesquisa consiste em uma análise de natureza descritiva (Dencker, 1998), que tem como procedimentos de pesquisa a revisão de literatura e a observação de campo. Com o objetivo de identificar como componentes do conceito japonês de hospitalidade – *omotenashi* – podem ser percebidos por passageiros e turistas no serviço ferroviário do Japão, adotou-se o *framework* proposto por Nagao e Umemuro (2012), que organizaram variáveis do *omotenashi* em doze dimensões. A partir desse quadro teórico conceitual, foram coletados dados a partir de registros realizados em observações de campo e análise de informações em fontes oficiais.

Enquanto procedimento de pesquisa, a observação pode ser compreendida como a análise sistemática de uma realidade social, por meio de visitas que empregam técnicas de registro de campo e níveis de participação nessa realidade (Gil, 2008). As observações foram sistematizadas em registros, notas e diários de campo, envolvendo atividades de planejamento e uso do sistema ferroviário. Essas atividades ocorreram no período de outubro a dezembro de 2023, contemplando 19 cidades japonesas de 10 diferentes províncias atendidas pelo sistema ferroviário. No total, foram realizadas observações em 5 das 6 empresas ferroviárias regionais da *Japan Railways* (JR), a principal empresa ferroviária do Japão (Figura 1), totalizando visitas em 6 das 7 regiões geográficas do país.

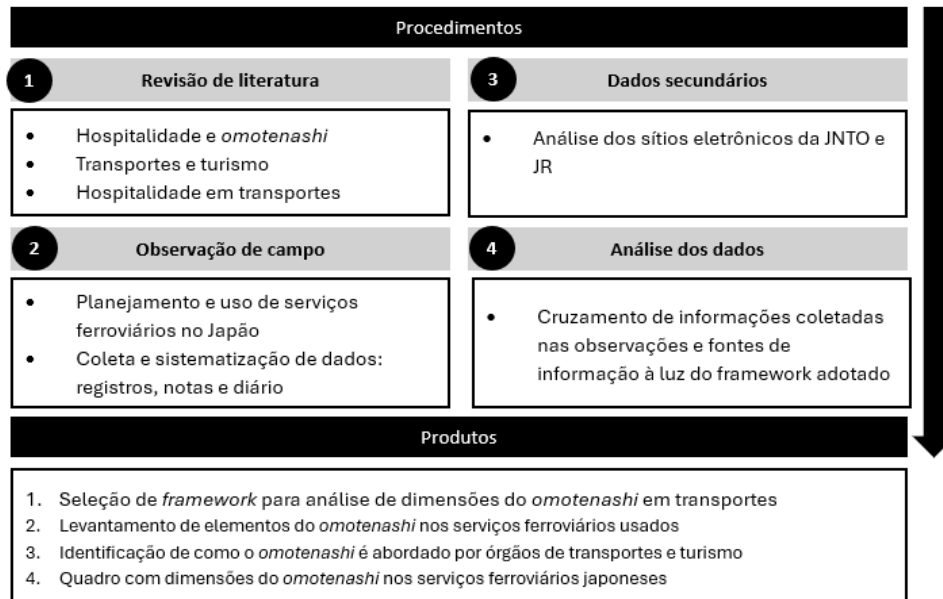
Figura 1. Rede ferroviária do Grupo *Japan Railways* (JR)



Fonte: Japan Rail (2026).

No caso das fontes oficiais de informação, buscou-se identificar a presença do *omotenashi* nas informações disponibilizadas para turistas e usuários do sistema ferroviário japonês, bem como a maneira como esse conceito é promovido em duas plataformas online: os sites da *Japan National Tourism Organization* (JNTO) e da *Japan Railways* (JR). Os registros sistematizados por meio da observação e análise de fontes oficiais permitiram elencar evidências das dimensões propostas por Nagao e Umemuro (2012), destacando os componentes do *omotenashi* em um modal de transportes reconhecido por sua eficiência e qualidade. A figura 2 sintetiza as etapas de pesquisa, apontando os procedimentos realizados e seus principais produtos.

Figura 2. Procedimentos de pesquisa adotados



Fonte: Os autores.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

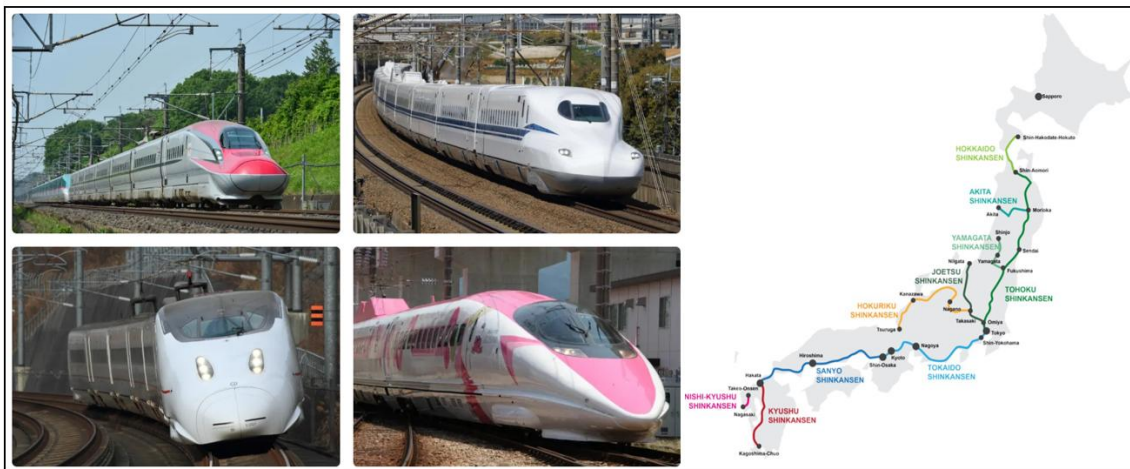
O TRANSPORTE FERROVIÁRIO NO JAPÃO: UMA BREVE DESCRIÇÃO

A primeira seção ferroviária no Japão foi inaugurada em 1872, conectando uma distância de 29 km entre Shimbashi e Yokohama. Em curto espaço de tempo, o surgimento do transporte ferroviário em massa mudou o estilo de viajar no país, influenciando também o desenvolvimento do turismo doméstico. Cabe destacar que a moderna indústria de viagens e turismo do Japão se desenvolveu a partir da organização, intermediação, transporte e acomodação de excursões escolares, enquanto atividades oficialmente planejadas e realizadas como parte do currículo educacional no país. Conforme se expandiram, as ferrovias foram cada vez mais utilizadas como símbolo de modernização, poder e prestígio do governo, dando à população jovem a oportunidade de conhecer uma nova sociedade japonesa (Saimyo, 2010).

A tecnologia desenvolvida pelo Japão para a operação dos trens de alta velocidade (TAV) começou a ser aprimorada nos anos 1930, tendo como linha piloto o trecho Tóquio–Osaka. Os estudos para essa operação foram interrompidos por conta da II Guerra e retomados em 1958, sendo inaugurado em 1964, no contexto dos Jogos Olímpicos de Tóquio. Nesse ano, o trecho do TAV percorria 515 km, realizando apenas 2 paradas e atendeu 31 milhões de passageiros apenas no primeiro ano de operação (Palhares, 2002). Esse trem é popularmente conhecido como

shinkansen e, desde sua inauguração, tem desempenhado um papel importante nas viagens de negócios e lazer no Japão (Figura 3). Anteriormente, o serviço convencional *Limited Express* levava 6 horas e 30 minutos de Tóquio a Osaka, mas o *shinkansen* encurtou a viagem para 3 horas e 10 minutos, permitindo viagens de ida e volta em um único dia entre as duas maiores metrópoles do Japão (Takatsu, 2007). Atualmente, esse trem consegue atingir a velocidade de 300 km/h, possui alto nível de segurança, inclusive com um sistema de detecção de terremoto que automaticamente paralisa os trens para segurança dos passageiros (Yudhistira et al., 2015).

Figura 3. Tipos de *shinkansen* e rede ferroviária dos TAV no Japão



Fonte: JNTO (2026).

De maneira geral, a velocidade como fator competitivo frente às demais opções de transporte tem sido o grande diferencial do *shinkansen*. Porém, a expansão desse tipo de serviço também se justifica por outros diferenciais, como a frequência de serviços, regularidade dos intervalos de partida, conforto dos carros, preços compatíveis com as necessidades dos passageiros, integração modal e qualidade dos serviços a bordo e nas estações ferroviárias. Os TAV também influenciaram a participação de outros modais de transportes das regiões atendidas e o desenvolvimento econômico e turístico das localidades. No caso do *shinkansen*, foram necessárias ações para dispersar atividades que se tornaram ainda mais concentradas em centros urbanos como Tóquio, Nagoya e Osaka (Lohmann, Fraga & Castro, 2013).

Atualmente, o grupo JR contempla a maioria das cidades e vilas japonesas, constituindo uma rede de trens organizada e sólida em todo o país. Além da JR, operam empresas ferroviárias privadas, organizações governamentais locais e *joint ventures* de empresas privadas e governos locais (Yudhistira et al., 2015). A extensa malha ferroviária do Japão interconecta quase todas as

idades e regiões do país com velocidade e conveniência. Os *shinkansens* e as ferrovias locais de longa distância geralmente têm classes diferentes com assentos reclináveis, mesas dobráveis e serviços a bordo. Os trens japoneses são simbolizados pelas partidas silenciosas nas estações, combinando altas velocidades e conforto; e permitindo aos viajantes deslocar-se pelo país em intervalos regulares. Tais viagens levam os passageiros diretamente aos centros urbanos, economizando tempo e dinheiro gasto de um aeroporto a outro, sem necessidade de fazer check-ins demorados (JNTO, 2026).

Vale ressaltar que as operações da empresa JR têm um efeito mais amplo da indução do desenvolvimento turístico das regiões atendidas. Os esforços da operadora ferroviária contemplam melhorias no acesso aos terminais ferroviários, sinergia entre as operações dos trens e outras formas de acesso aos atrativos turísticos e introdução de trens panorâmicos, com *design* especial. Embora os resultados do *shinkansen* na atração de novos visitantes para algumas regiões turísticas não sejam imediatos, as estratégias das operadoras ferroviárias fazem parte de um conjunto de esforços políticos e ações coordenadas entre diferentes agentes públicos e privados, que visam à promoção do turismo como forma de dinamização econômica e territorial do Japão (Kurihara & Wu, 2016).

DIMENSÕES DO OMOTENASHI NO MODAL FERROVIÁRIO DO JAPÃO

O modelo de Nagao e Umemuro (2012) demonstrou ser uma ferramenta analítica válida para sinalizar particularidades do *omotenashi* em serviços de transportes, uma vez que seis das doze dimensões propostas puderam ser identificadas por meio de observação de campo e de evidências em canais de órgãos oficiais de transportes e turismo. A primeira dimensão do *omotenashi* destacada nos trens japoneses é a ‘adaptação ao outro’. Essa dimensão se relaciona à capacidade de prever e propor soluções às necessidades dos viajantes e pode ser percebida na grande variedade de passes e cartões de viagem que oferecem descontos conforme as demandas por flexibilidade do passageiro e atende viagens locais, regionais ou nacionais. Como exemplo, o *Japan Rail Pass*, oferecido em conjunto pelas seis empresas regionais do Grupo JR, é uma opção para viagens ilimitadas nos transportes da rede JR ao longo de todo o Japão. Esse passe é uma oferta exclusiva para visitantes estrangeiros que viajam na condição de visitante temporário (JNTO, 2026). Além da flexibilidade, é importante mencionar a preparação das estações ferroviárias para o atendimento de pessoas com deficiência. O órgão oficial de turismo do Japão aponta que 95% das estações ferroviárias são acessíveis, sendo contempladas por

tecnologias, como elevadores; e equipes qualificadas para atendimento nas estações e no interior dos trens. Quando solicitado, a pessoa com deficiência é acompanhada por um agente da empresa ferroviária nos procedimentos de embarque e desembarque. Outras iniciativas como os programas *For Safe and Convenient Accessibility* e *Accessible Japan* oferecem informações prévias sobre acessibilidade nas estações e equipes de atendimento.

A segunda dimensão identificada corresponde às ideias de ‘modéstia e casualidade’, traduzidas pela naturalidade com que os japoneses utilizam a linguagem formal para se comunicar com o passageiro. O *sonkeigo* é uma forma de linguagem utilizada para expressar respeito e exaltar o ouvinte. No transporte público japonês, qualquer comunicação, seja nos anúncios escritos ou falados, seja na interação com os funcionários, é realizada por meio de uma linguagem formal. Mesmo frente a pequenos atrasos (2 ou 3 minutos), os atendentes realizam um pedido de desculpas formal aos passageiros. Tais características ilustram o que Nagao e Umemuro (2012) chamam de ‘tensão’ entre anfitrião e convidado, uma vez que o *omotenashi* preconiza um senso apropriado de distância entre as partes envolvidas e a formalidade no tratamento dispensado reafirma as posições do prestador de serviços e do passageiro.

A terceira dimensão sinalizada refere-se ao ‘estilo do *omotenashi*’, elementos que expressam formato, estrutura, ambiente e espaço da hospitalidade japonesa. Essa dimensão foi observada em características valorizadas pelo turista estrangeiro e promovidas pelos órgãos oficiais de turismo. São exemplos o uso de uniformes por toda a equipe da operadora ferroviária: condutores, auxiliares, agentes da estação, seguranças e agentes de limpeza. Suas vestimentas geralmente são compostas de terno ou *tailleur*, chapéu e luvas brancas, cujo objetivo é passar a imagem de limpeza, conservação e capricho (Figura 4).

Figura 4. Uniforme e postura dos agentes dos trens japoneses



Fonte: <https://mediarail.wordpress.com/why-are-japanese-trains-so-punctual/>.

Além do aspecto de apresentação pessoal, os funcionários das empresas ferroviárias possuem o hábito de fazer uma reverência a cada vez que chegam ao fim de um carro, antes de seguir em frente. Quando estes estão na plataforma, fazem uma reverência e ficam nesta posição até que o trem passe por completo. Por sua vez, aspectos de estrutura e ambiente do estilo da hospitalidade japonesa são ilustrados pela limpeza dos carros, já que dificilmente são encontrados resíduos nos carros e plataformas; bem como pelo nível de conservação destes, dada à inexistência de danos, como rabiscos ou pichações, em vidros, janelas e assentos. Ainda na dimensão 'estilo', outra característica preponderante dos trens japoneses é o silêncio no interior dos carros. Mesmo em horários de pico, os passageiros compartilham um hábito coletivo de silêncio, comunicando-se em voz baixa e usando fones de ouvido em dispositivos móveis. Placas e anúncios em japonês e inglês indicam a necessidade de manter o celular em modo silencioso e a proibição de se falar ao telefone dentro do trem, tendo como justificativa o respeito aos demais passageiros (Figura 5).

Figura 5. Regras de uso de dispositivos móveis e cultura do silêncio no interior dos trens



Fonte: Os autores.

Esses hábitos e regras sociais são percebidos como parte da construção de um ambiente agradável, cômodo e confortável para os viajantes. Portanto, pode-se considerar a construção deste estilo de comunicação como parte fundamental para o *omotenashi*. Assim, percebe-se uma extensa sinalização por meio de placas ao longo das estações e dentro dos trens. Tais sinalizações costumam ser traduzidas em inglês, chinês e coreano. Em cidades com comunidades de brasileiros, notou-se também placas e anúncios em português. Ao longo do

percurso, há anúncios sobre as próximas estações, lado que a porta será aberta, transferência de linhas, além de regras e cuidados dentro do trem.

A quarta dimensão evidenciada nos serviços ferroviários japoneses foi a ‘cordialidade’. Na perspectiva de Nagao e Umemuro (2012), cordialidade se refere ao calor das pessoas e ao senso de lugar. A JNTO promove o turismo ferroviário regional, buscando valorizar as particularidades culturais, históricas e paisagísticas de cada região do país. Esses aspectos são materializados nos serviços ferroviários por meio do emprego de cores e símbolos representativas da região e da aparência particular no interior e exterior dos trens, bem como pelos trens temáticos que destacam personagens característicos de animes japoneses, como *Pokemon* da JR East, colocado em operação como forma de recuperar a estima de crianças da região de Tohoku após o grande terremoto que atingiu o leste japonês, em 2011 (Figura 6).

Figura 6. Trem temático JR East



Fonte: JNTO (2026).

A quinta dimensão identificada sinaliza para ‘modelo e conexão’, que se manifestam culturalmente nas noções do *kata* e *shikata*, preconizando um certo padrão na prestação de serviços, ou ainda, uma maneira considerada correta de oferecer um serviço (Al-Alsheikh, 2014). Neste quesito, a malha ferroviária japonesa é reconhecida pelo seu alto nível de previsibilidade, em que a pontualidade dos trens chega ao nível de minutos. Essa rigidez garante um alto nível de confiabilidade nos trens, facilitando o planejamento de viagens, conexões e troca de modais. Os serviços são regulares e os *headways* – intervalos de tempo entre os trens – são reduzidos em grandes centros urbanos, embora em áreas rurais os serviços possam ser mais restritos.

Esses padrões de serviços facilitam o planejamento da experiência turística e geram o sentimento de confiança. A importância dos padrões no uso do transporte ferroviário japonês também pode ser identificada em canais de órgãos oficiais de turismo, que indicam ao turista as principais regras que devem ser cumpridas no interior dos carros. As orientações são normas gerais de conduta, mas representam aspectos comportamentais considerados importantes na cultura japonesa. Podem ser mencionadas orientações para não fumar no interior dos carros; transportar bagagens de mão de maneira correta e em local adequado; ceder lugar em assentos prioritários; observar carros exclusivos para mulheres; e avisar outros passageiros ao reclinar um assento. Em viagens de longa distância, a alimentação a bordo é considerada um passatempo comum e tradicional, inclusive com diversas opções de *ekiben*, um tipo de marmita comumente vendida em estação de trem. No entanto, o consumo de alimentos em metrô ou trens locais geralmente é considerado um comportamento desagradável pelos japoneses.

A sexta dimensão do *omotenashi* presente nos serviços de trens japoneses foi ‘segurança e proteção’, que se referem aos cuidados que visam criar uma sensação de segurança e permitir que o passageiro se sinta à vontade no interior dos carros e estações. Esta preocupação se manifesta em anúncios ao longo do percurso, alertando para trechos com curvas que podem ocasionar pequenos desequilíbrios. Outros aspectos de segurança destacados são orientações para identificar eventuais riscos de terrorismo, como procedimentos em caso de malas abandonadas nos trens ou estações. Por fim, os esforços em oferecer uma sensação de proteção ao passageiro são presenciados em regiões afetadas pelo acidente nuclear de Fukushima. Nestas regiões, os trens voltaram a circular apenas recentemente e condicionados à verificação de condições após o terremoto e níveis de radiação. Devido ao baixo fluxo de passageiros, as estações destas regiões operam sem funcionários locais, sendo dotadas de máquinas de autoatendimento e aparelhos que medem o nível de radiação (Figura 7).

Figura 7. Estações de trem na Província de Fukushima

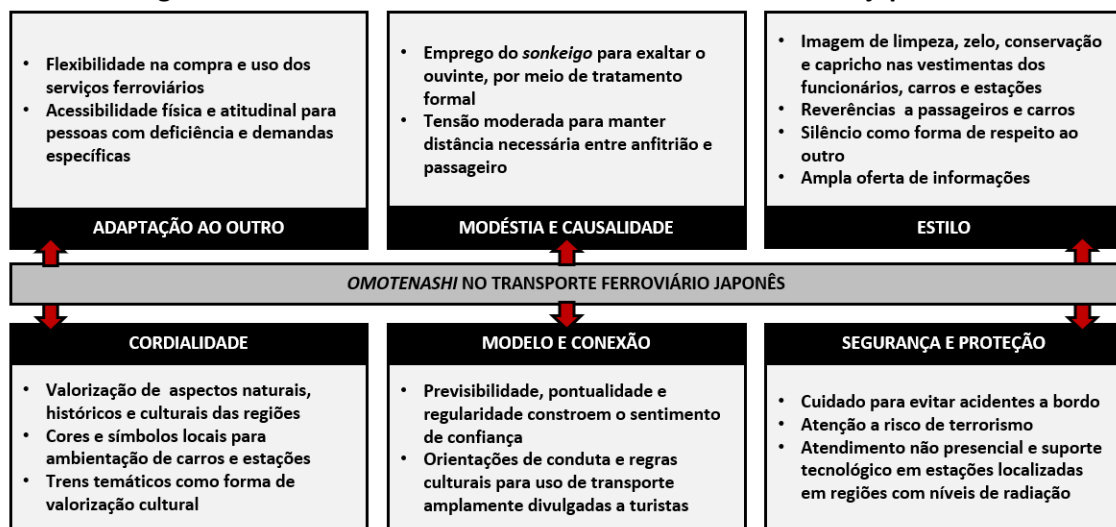


Fonte: Os autores.

Com base na proposta de Nagao e Umemuro (2012), o esquema abaixo representa os componentes de dimensões do omotenashi identificados nos serviços ferroviários japoneses.

20

Figura 8. Elementos de dimensões do *omotenashi* nos trens japoneses



Fonte: Os autores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Perspectivas não ocidentais sobre a hospitalidade colocam em cena novas nuances sobre o sentido de acolhimento, que podem ressignificar as trocas entre os sujeitos que performam a experiência turística. O conceito de *omotenashi* é um elemento distintivo da sociedade japonesa, fortemente enraizado na história da cultura do Japão (Bastos & Tuji, 2022). Nas

últimas décadas, este país tem fomentado a chegada de turistas internacionais como estratégia de revigoração econômico de suas regiões (Morishita, 2021). Neste processo, a hospitalidade japonesa é apresentada como importante ativo turístico do país, ao mesmo tempo em que a crescente presença de turistas tende a criar acepções diferentes sobre o *omotenashi*.

Este artigo buscou identificar componentes do *omotenashi* presentes nos serviços ferroviários do Japão, percebidos por passageiros e turistas. Para tanto, o modelo teórico conceitual proposto por Nagao e Umemuro (2012) demonstrou validade analítica, permitindo sinalizar seis dimensões do *omotenashi* no modal ferroviário japonês. As principais dimensões apontam para aspectos de adaptação ao outro; modéstia e causalidade; estilo; cordialidade; modelo e conexão; e segurança e proteção. Constata-se que enquanto elementos tangíveis permanecem como importantes para a percepção de acolhimento nos trens japoneses, aspectos socioculturais – como o hábito de reverenciar os passageiros e o silêncio como sinal de respeito – indicam características da hospitalidade japonesa, que corroboram sua natureza distintiva em relação aos padrões ocidentais de acolhimento.

21

Na experiência de transporte ferroviário no Japão, é interessante observar que as práticas de hospitalidade são vivenciadas de forma diferenciada entre passageiros japoneses e turistas estrangeiros. Enquanto o acolhimento sem expectativa de retorno é um marcador cultural próprio da sociedade japonesa, o *omotenashi* tem se transformado em um símbolo turístico cada vez mais valorizado por turistas ocidentais. Por certo, a oferta dos serviços de trens no Japão é reconhecida como parâmetro de qualidade para modelos de transporte em todo o mundo. Ainda que o panorama ferroviário brasileiro ilustre uma política que priorizou historicamente o transporte de cargas, o conhecimento sobre o papel da hospitalidade no transporte de passageiros no Japão pode contribuir com novas formas de conceber as funcionalidades do transporte ferroviário, notadamente, em um cenário em que se observam esforços para fomentar maior uso deste modal por meio do turismo. Estudos futuros podem estender as reflexões a partir de outros modais de transporte, bem como explorar aspectos de inospitalidade recorrentes nos padrões de mobilidade japonesa.

REFERÊNCIAS

- Aishima, T., & Sato, Y. (2015). The origin of Japanese *omotenashi* in Man-yo-shu. *Business & accounting review*, (16), 103-122.
- Al-Alsheikh, A. (2014). The origin of Japanese excellent customer service. *Studies in business and accounting*, (8), 23-42.
- Allis, T., Castro, R. T. de, & Fraga, C. (2025). Transportes e turismo: abordagens possíveis e agendas futuras. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 19, 3040.
- Allis, T., Fraga, C. (2016). Mobilidades turísticas e hospitalidade urbana: análise bibliográfica a partir de publicações em turismo no Brasil. *Revista Turismo e Desenvolvimento*, 1(26), 155-165.
- Andrade, D.A.C., & Polo, E.F. (2018). Hospitalidade como recurso estratégico na hotelaria: proposição de um modelo teórico-conceitual. *Revista Hospitalidade*, 18-41.
- Bastos, S. & Tuji, R. (2022). *Customer Experience Omotenashi: CXO*. São Paulo: Ciostri.
- Belal, H.M., Shirahada, K., & Kosaka, M. (2013). Value co-creation with customer through recursive approach based on Japanese *Omotenashi* service. *International Journal of Business Administration*. 4 (1), 28-38
- Boyer, M. (2003). *História do turismo de massa*. Bauru-SP: Edusc.
- Camargo, L.O.L. (2005) *Hospitalidade*. Aleph.
- Camargo, L.O.L. (2015). Os interstícios da hospitalidade. *Revista hospitalidade*, 42-69.
- Camargo, L.O.L. (2021). As leis da hospitalidade. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15(2), 1-16.
- De Freitas, T.D.M. (2020). Hospitalidade nos destinos turísticos: uma revisão sistemática da literatura. *Research, Society and Development*, 9(7), e461974274-e461974274.
- Dencker, A.F.M. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futura.
- Dennis, W.H. (2019). Decentred Hospitality: *omotenashi* culture and the foreign visitor in Japan. *北陸大学紀要*, (46), 53-70.
- Dias, D. (2010). *Hospitalidade nos terminais de desembarque da Grande São Paulo*. Trabalho apresentado no I SemintUR Jr. – Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, Caxias do Sul, RS, Brasil.
- Di Roná, R. (2002). *Transportes no turismo*. Barueri-SP: Manole.

Yokoyama, M. H., & Juliano, T. (2026). A hospitalidade em movimento: uma análise do omotenashi nos trens japoneses, 18(00), e026023.

<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v18ip026023>

Fraga, C. (2013). Transportes terrestres e destinos turísticos. In G. Lohmann. (Org). *Transportes e destinos turísticos: planejamento e gestão*. (1 ed., Cap. 7, pp. 177-211). Rio de Janeiro: Elsevier.

Gil, A.C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. São Paulo: Atlas.

Grinover, L. (2007). A hospitalidade, a cidade e o turismo. São Paulo: Aleph.

JNTO - Japan National Tourism Organization (2024). Travel Japan – O Guia Oficial do Japão.

Disponível em: [Link](#). Acesso em 20 de abr. de 2026.

Japan Tourism Agency (2016). *Tourism nation promotion basic law*, Disponível em: [Link](#). Acesso em 14 de jul. de 2020.

Kaperaviczus, A. F., Cavenaghi, A. J., & de Oliveira, P. S. G. (2020). Modelo para Aferir a Hospitalidade a Bordo das Aeronaves do Transporte Aéreo Doméstico Brasileiro. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 14(2), 64–82.

Kurihara, T., & Wu, L. (2016). The impact of highspeed rail on tourism development: A case study of Japan. *The Open Transportation Journal*, 10(1).

La Torre, F. (2002). *Sistemas de transporte turístico*. São Paulo: Roca.

Lashley, C., & Morrison, A. (2004). *Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado*. Barueri: Manole.

Lohmann, G., Fraga, C., & Castro, R. (2013). *Transportes e destinos turísticos: planejamento e gestão*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Morishita, S. (2021). What is *Omotenashi*? A comparative analysis with service and hospitality in the Japanese lodging industry. *Journal of Advanced Management Science*, 9(4).

Morishita, S., & Kosaka, M. (2017). Service management for co-creating *Omotenashi* with customers A case study of the traditional Japanese ‘Kagaya’Inn. *Journal of Global Tourism Research*, 2(2), 147-152.

Nagao, Y., & Umemuro, H. (2012). Elements constructing *omotenashi* and development of *omotenashi* evaluation tool. *Journal of Japan Industrial Management Association*, 63(3), 126-137.

Oliveira, D. C. S., & Brusadin, L. B. (2025). Hospitalidade, patrimônio cultural e turismo: apropriações urbanas em face às transformações do Complexo Ferroviário de São João del-Rei (MG). *Revista Turismo Em Análise*, 35, 164-183.

Ogawa Y. (2021). A consideration of customer service for foreign visitors and management policies: the development of human resources. *文化学園大学・文化学園大学短期大学部紀要*, 52, 24-36.

Yokoyama, M. H., & Juliano, T. (2026). A hospitalidade em movimento: uma análise do omotenashi nos trens japoneses, *18*(00), e026023.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v18ip026023>

- Page, S. J. (2008). *Transportes e turismo: perspectivas globais*. Porto Alegre: Bookman.
- Palhares, G. L. (2002). *Transportes turísticos*. São Paulo: Aleph.
- Rejowski, M. (2002). *Turismo no percurso do tempo*. São Paulo: Aleph.
- Saimyo, H. (2010). Relationships between railways and tourism. *Japan Railway & Transport Review*, 55, 1-15.
- Sganzerla, G. e Yokoyama, M.H. 2022. Turismo no Japão: o desenvolvimento de políticas para a recuperação econômica e revitalização regional no país. *Estudos Japoneses*. 46 (set. 2022), 11–27.
- Salles, M.R.R., & Bueno, M.S., Bastos, S. (2010). Desafios da pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, 7(1), 3-14.
- Simon, S., Gastal, S. de A., & Santos, M. M. C. dos. (2014). Mobilidade e Turismo: Hospitalidade no Transporte Coletivo em Caxias do Sul/RS. *Revista Brasileira De Pesquisa Em Turismo*, 8(3), 552–567.
- Takatsu, T. (2007). The history and future of high-speed railways in Japan. *Japan Railway & Transport Review*, 48, 6-21.
- Wada, E.K. (2015). *Omotenashi: tradição de hospitalidade a serviço da competitividade*. *Anais do XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 1-13.
- Yudhistira, G., Firdaus, M.I., & Agushinta, L. (2015). Transportation System in Japan: A Literature Study. *Jurnal Manajemen Transportasi & Logistik*, 2(3), 333-352.