

**Entre aparatos tecnológicos e relações interpessoais na recepção  
hoteleira**

**Between technological devices and interpersonal relationships in hotel  
reception**

**Celso Maciel de Meira**

Doutorando em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (AMO)  
Docente do Eixo Tecnológico de Turismo, Hospitalidade e Lazer do Instituto Federal de  
Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), Brasil  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5988-9559>  
E-mail: [celsotour@gmail.com](mailto:celsotour@gmail.com)

**Airton José Cavenaghi**

Doutor em História Social pela Universidade de São Paulo (USP)  
Docente do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi  
Morumbi (AMO), Brasil  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1084-8158>  
E-mail: [airton.cavenaghi@ulife.com.br](mailto:airton.cavenaghi@ulife.com.br)

**Elisabeth Kyoko Wada**

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP)  
Docente do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi  
Morumbi (AMO), Brasil  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7016-7365>  
E-mail: [elisabeth.wada@animaeducacao.com.br](mailto:elisabeth.wada@animaeducacao.com.br)

**Mirian Rejowski**

Doutora em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (USP)  
Docente do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi  
Morumbi (AMO), Brasil  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6135-0221>  
E-mail: [mirian.rejowski@ulife.com.br](mailto:mirian.rejowski@ulife.com.br)

**Sênia Regina Bastos**

Doutora em História pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC)  
Docente do Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi  
Morumbi (AMO), Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9978-1836>

E-mail: [senia.bastos@ulife.com.br](mailto:senia.bastos@ulife.com.br)

**Resumo**

A maior interação entre o cliente e a equipe hoteleira ocorre na recepção do hotel, desde a sua chegada até a sua partida, contribuindo para a construção de percepções e sentimentos, tanto de quem é recebido quanto de quem recebe. Entretanto, artefatos como robôs e inteligência artificial têm alterado os processos operacionais, afetando a dinâmica relacional no ambiente hoteleiro, sobretudo em seus aspectos sociais e emocionais. Posto isso, os escopos da pesquisa que deram origem a este artigo foram discorrer e analisar artigos oriundos de pesquisas publicadas em periódicos que abordam os temas recepção e hotel. Selecionaram-se artigos na base de dados *Web Of Science*, os quais foram examinados a partir de técnicas de revisão de literatura, do tipo narrativa, com abordagem qualitativa. Por meio de leituras sincréticas, analíticas e sintéticas, foram estabelecidos dois blocos temáticos. No bloco Aparatos Tecnológicos, definiram-se quatro categorias de análise: mudanças tecnológicas na recepção em hotéis; interações entre humanos e robôs; questões éticas ao trabalho de humanos; e efeitos das mudanças e confiança nos serviços. No bloco Relações interpessoais, definiram-se outras quatro categorias de análise: demonstração de cortesia; recepção de pessoas e efeito social; autonomia do cliente; e atendimento de qualidade. Em linhas gerais, os resultados evidenciaram que prevalecem atendimentos em sentido instrumental, dado o avanço de meios automatizados, que resultaram na reputação do hotel e no distanciamento do conceito de acolhimento, em sua perspectiva socioantropológica.

**Palavras-chave:** Hospitalidade. Recepção Hoteleira. Acolhimento. Automatização. Robôs.

**Abstract**

The greatest interaction between the guest and the hotel staff occurs at the hotel reception, from their arrival to their departure, contributing to the formation of perceptions and feelings for both the guest and the staff. However, artifacts such as robots and artificial intelligence have altered operational processes, affecting relational dynamics in the hotel environment, especially in its social and emotional aspects. Given this, the scope of the research that gave rise to this article was to "discuss and analyze published research articles, in the format of scientific articles, that addressed the themes reception and hotel. Articles specifically on these topics were selected, found in the Web of Science database, which were examined using literature review techniques, of the narrative type, with a qualitative approach. Through syncretic, analytical, and synthetic readings, two thematic blocks were established: 1) Technological Apparatuses; and 2) Interpersonal Relationships. From block 1, four categories of analysis were defined: technological changes in hotel reception; interactions between humans and robots; ethical issues in human work; and effects of changes and trust in services. And from block 2, four other categories of analysis were defined: demonstration of courtesy; reception of people and social effect; customer autonomy; and quality service. Generally speaking, the results

showed that instrumental service prevails, given the advancement of automated means, which reverberates in the hotel's reputation and the distancing from the concept of hospitality from a socio-entropological perspective.

**Keywords:** Hospitality. Hotel Reception. Reception. Automation. Robots.

## 1 INTRODUÇÃO

A recepção de um hotel é o departamento no qual ocorre a maior interação entre o cliente e o equipamento hoteleiro. A participação da recepção na hotelaria contemporânea alcança um espectro mais amplo, indicando a passagem de um comportamento operacional direcionado no produto e/ou serviço para um olhar centrado no hóspede (Oliveira; Sohn, 2025). Desde a chegada até a partida do hóspede, o relacionamento passa pela referida seção, tendo importância significativa na construção de percepções e sentimentos, tanto de quem é recebido quanto de quem recebe. Ademais, a recepção é um local estratégico, haja vista que é onde se tomam decisões importantes, em particular no pós-venda e na lealdade do hóspede.

Nesse contexto, o recepcionista tem a função de desempenhar com qualidade cada uma das ações do ciclo da hospedagem – *check-in*, permanência e *checkout* –, para que resultem em percepção positiva por parte do cliente, como citado por Vieira e Cândido (2002).

Depreende-se da citação desses autores a definição mercantil dada para a recepção de hotel, enquanto departamento de uma empresa, e a compreensão das funções de recepcionistas na atualidade. Passadas mais de duas décadas, observam-se transformações significativas, que, do ponto de vista da inovação, são consideradas um avanço, com a inserção de inteligência artificial e agentes robóticos aos processos. Porém, no contexto dessas mudanças, há de se ponderar questões organizacionais, éticas, sociais, relacionais e emocionais.

Do ponto de vista antropológico, acolher é um ato ético e político que traduz em receber o outro, aceitando-o em sua diferença e considerando-o em sua alteridade. Esse comportamento implica um dever social de hospitalidade e a criação de um espaço de reciprocidade no qual acolhedor e acolhido têm a possibilidade de se transformar, a partir da relação entre ambos (Dartiguenave, 2021).

Em face do exposto, formulou-se a seguinte pergunta orientadora deste estudo: como o acolhimento é abordado na bibliografia sobre hotelaria publicada no exterior em língua inglesa? Considerando que um dos termos, em língua inglesa, mais próximo a acolhimento é *reception*, este estudo visa discorrer e analisar os artigos científicos sobre recepção em hotel publicados em periódicos de língua inglesa nos últimos cinco anos.

Para essa pesquisa, no entanto, o termo selecionado não se limita à forma como alguém é acolhido, pois abriga, simultaneamente, ação de receber. Em busca de atingir o objetivo, optou-se por realizar uma revisão narrativa, método de pesquisa que busca apresentar o estado da arte de determinado tema, a fim de identificar e apresentar possíveis lacunas, novas abordagens e perspectivas aos diversos campos de estudo (Rother, 2007; Casarin *et al.* 2020; Mota de Sousa, 2018).

A fonte de dados selecionada foi a base *Web of Science*, por ter ampla cobertura dos periódicos internacionais, especialmente de língua inglesa, em todas as áreas de conhecimento e categorias de assunto, sendo uma delas *a Hospitality, Leisure, Sport & Tourism*. A amostra final foi composta por 17 artigos, cuja análise possibilitou organizar

dois blocos temáticos: aparatos tecnológicos (1) e relações interpessoais (2), além de quatro categorias de análises para cada um deles.

No próximo item, apresentam-se os procedimentos metodológicos a partir das estratégias de busca dos artigos e composição da amostra final, bem como as estratégias de coleta e análise dos dados. Logo após, descreve-se sinteticamente o conteúdo dos artigos e apresentam-se os resultados em cada um dos blocos temáticos e respectivas categorias, encaminhando-se às considerações finais.

## 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Foram utilizadas técnicas de revisão narrativa da literatura, de natureza qualitativa (Rother, 2007; Casarin *et al.* 2020; Mota de Sousa, 2022). “Os artigos de revisão narrativa são produções com maior amplitude, apropriadas para descrever e discutir o desenvolvimento de um determinado assunto, sob o ponto de vista teórico ou contextual” (Rother, 2007).

Para o desenvolvimento de um artigo de revisão narrativa de literatura, é dispensável rigidez para a busca e exame das obras. Em outras palavras, não é preciso esgotar as fontes disponíveis, assim como pode se valer de subjetividade, flexibilidade e criatividade no desenvolvimento do trabalho (Casarin *et al.* 2020).

Alguns passos são sugeridos à pesquisa dessa natureza: seleção de um tema de revisão, pesquisa das publicações, seleção/recolha, leitura e análise da literatura, redação da revisão e referências (Mota de Sousa, 2022). Critérios de conveniência também podem ser acrescentados às etapas de seleção (Rother, 2007).

Em que pese a não exigência de requisitos rígidos para a seleção e análise do material (Casarin *et al.* 2020), seguiram-se alguns passos para a elaboração da pesquisa que deu origem a esse trabalho. A base de dados *Web of Science* foi escolhida como fonte para as buscas de acordo com a conveniência e interesse do pesquisador, e por se tratar de uma base que dispõe de acesso via Portal de Periódicos Capes.

Sobre os temas buscados, optou-se por *Reception and hotel*, com o recorte temporal estabelecido no período de 2020 a 2024. Chegou-se a essas palavras após traduzir os termos “acolhimento” e “hotel” do idioma português para o idioma inglês.

A busca e a seleção ocorreram no dia 2 de junho de 2025, sendo refeitas, a efeito de confirmação e auditoria, no dia 4 do referido mês. Inicialmente, encontraram-se 57 artigos que apresentavam alguma aderência ao tema. Todavia, desse quantitativo, foram selecionados 17 que versavam especificamente sobre o tema em questão. Desconsideraram-se, ainda, oito artigos, em razão de seus acessos estarem restritos, por serem artigos publicados em anais de eventos e/ou por ter tido acesso apenas aos seus resumos. Assim, o *corpus* de análise se restringiu a nove artigos.

Os nove artigos selecionados (Quadro 1) foram publicados nos anos de 2020, 2021 e 2022, com maior frequência em 2021 (6). Observou-se que os artigos foram publicados em nove diferentes periódicos não especializados em turismo ou hotelaria. Seis artigos tratam de aspectos da robótica e/ou inteligência artificial e os demais abordam temas variados entre desempenho do serviço, interações de atendimento e hospitalidade de impacto.

**Quadro 1 – Detalhamento dos artigos selecionados**

<b>Título do artigo</b>	<b>Meio de publicação</b>	<b>Autor(es)</b>	<b>Ano</b>
Robôs ou funcionários da linha de frente? Explorando as atribuições de responsabilidade e estabilidade dos clientes após falha ou sucesso do serviço	Journal of Service Management	Belanche, D., <i>et al.</i>	2020
Inteligência artificial para a vantagem competitiva dos hotéis. Um estudo exploratório dos Emirados Árabes Unidos	Foresight	Hussein Al-shami, A., <i>et al</i>	2021
Análise multidimensional da implantação de robótica em hotéis tailandeses	International Journal of Social Robotics	Pornrat, S.	2021
Desafios na reformulação de operações e empregos para incorporar IA e robótica em serviços. Descobertas de um caso no setor de hospitalidade	Electronic Markets	Mingotto, E., <i>et al.</i>	2021
Respostas afetivas e cognitivas de usuários a robôs humanoides em diferentes contextos de serviços especializados	Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking	Jung, Y., <i>et al.</i>	2021
O efeito dos comportamentos de empoderamento do cliente no desempenho do serviço no setor de hospitalidade	International journal of contemporary economics and administrative Science	Öksüz, M.	2021
Estilo de apego ansioso e respostas emocionais fisiológicas do consumidor em interações de serviço homem-robô	Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics	Pozharliev, R., <i>et al.</i>	2021
A cortesia nas interações de atendimento em hotel na Espanha: o ponto de vista do recepcionista	Pragmatics and Society	Fernández-Amaya, L.	2022
Hospitalidade de impacto: criando impacto social por meio da hospitalidade	Sustainability	Mitchell, C.W.	2022

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Vencida essa etapa, realizou-se uma leitura preliminar (sincrética) do material. Em ato contínuo, os artigos foram exportados, de forma não automática, da base de dados para uma tabela, elaborada por meio do Programa Excel. Após isso, foram feitas leituras analíticas e sintéticas dos artigos selecionados.

Ressalta-se que a investigação de início buscou identificar os objetivos, os procedimentos metodológicos e os resultados, considerados como características gerais das pesquisas dos artigos selecionados. De forma sequencial, considerando aspectos

recorrentes e elementares, os artigos foram classificados em dois blocos temáticos, sendo: 1) Aparatos tecnológicos; e 2) Relações interpessoais. Em cada um desses blocos, definiram-se categorias de análise, considerando subtemas em realce. Os resultados são descritos e analisados em cada um desses blocos temáticos em dois subitens. No primeiro, trata-se da síntese do conteúdo dos artigos com base em seus objetivos, métodos e principais resultados e conclusões, em ordem crescente da data de publicação. No segundo, as categorias são definidas e analisadas em cada subtema, ordenadas conforme foram sendo identificadas em um ou mais artigos.

### 3 RESULTADOS

#### 3.1 Aparatos tecnológicos

Experiências automatizadas são realidades em recepções hoteleiras, haja vista que “[...] o uso de robôs está se tornando cada vez mais comum em diversos contextos sociais e empresariais” (Jung *et al.*, p. 300). Esse assunto é abordado neste bloco temático e, por meio dele, é possível estabelecer relações com possíveis impactos às relações humanas.

##### 3.1.1 Síntese do conteúdo

No artigo “Robôs ou funcionários da linha de frente? Explorando as atribuições de responsabilidade e estabilidade dos clientes após falha ou sucesso do serviço”, Belanche *et al.* (2020) fornecem percepções empíricas, baseando-se na teoria da atribuição. Para o experimento, foram utilizadas vinhetas, em duas etapas. A primeira etapa foi realizada para analisar incumbências de responsabilidades e confiança percebida pelos clientes na interação com robôs. Participaram dessa etapa 331 pessoas, quando foram analisadas suas percepções, atentando-se ao êxito ou insucessos nos serviços. Na segunda etapa, compararam-se as percepções dos clientes em um contexto de insucessos de um robô mecânico, um robô analítico e um funcionário de *front office*. Participaram dessa etapa 229 pessoas.

A coleta de dados aconteceu com a participação de humanos, selecionados de forma aleatória, tendo os participantes sido direcionados a espaços específicos de um hotel, em ambientes de serviços de recepção e de salão, isto é, onde os garçons realizam seus trabalhos. Os resultados demonstraram que as empresas estão mais suscetíveis a reclamações e responsabilizações com utilização de robôs, pois, quando as tarefas são executadas por humanos, a resolução de alguma falha, por exemplo, pode ser resolvida no ato da tarefa, minimizando as insatisfações. Os robôs são percebidos como agentes inalteráveis, tendo em vista que, quando o serviço é executado de forma errada por eles, há uma expectativa de que permanecerão nos erros, distintos de humanos, que podem alterar seu modo de fazer e desempenhar a tarefa de forma exitosa. Os autores também constataram que robôs com funções mecânicas são percebidos como agentes repetitivos e, assim, são mais criticados que os robôs analíticos.

No artigo “Inteligência Artificial para a vantagem competitiva dos hotéis: um estudo exploratório nos Emirados Árabes Unidos”, Hussein Al-shami *et al.* (2021) exploram como os hotéis utilizam Inteligência Artificial para realizar tarefas de serviço. A pesquisa foi aplicada em cinco hotéis, categoria cinco estrelas. Utilizaram-se técnicas da pesquisa qualitativa e a coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas semiestruturadas, aplicadas a gestores dos hotéis. Como resultados, os pesquisadores apontam que os hotéis investigados fazem uso de Inteligência artificial para

gerenciamento de serviços, como planejamento de viagens, serviços de recepção e serviços de quarto. Também, verificou-se que quatro fatores são elementares à gestão e indicam a utilização eficaz da inteligência artificial, quais sejam: flexibilidade da infraestrutura dessa tecnologia, alinhamento estratégico, gestão e habilidades. De acordo com os autores, a qualidade, o custo, a participação de mercado e a satisfação do cliente têm seus resultados ampliados com o uso da Inteligência Artificial.

No artigo intitulado “Análise multidimensional da implantação de robótica em hotéis tailandeses”, Pornrat (2021) trata das percepções dos *stakeholders* e investiga os fatores envolvidos na implementação de robôs em hotéis tailandeses. Utilizaram-se recursos de pesquisa qualitativa, com análise fenomenológica interpretativa, para desenvolvimento da investigação. Os participantes da pesquisa foram executivos, gerentes de recursos humanos, gerentes de recepção, funcionários de hotel e hóspedes de três hotéis, no Corredor Econômico da Tailândia Oriental. Foi oportunizado aos participantes que manifestassem suas percepções sobre a interação com um robô humanoide, por meio de entrevistas em profundidade. Os resultados indicaram que as interações entre o robô e os participantes reverberaram em insights e *feedbacks* significativos à gestão hoteleira, embora tenham sido observadas limitações, devido a algumas características do robô, em relação às interações sociais. Além disso, os autores sugerem que os gestores ponderem a inserção de robôs às tarefas hoteleiras, considerando as necessidades específicas de cada empresa, e que, para a efetiva aplicabilidade de robôs à hotelaria, ainda precisam de mais pesquisas, para melhor aproveitamento dos resultados alcançados, notadamente do ponto de vista qualitativo.

No artigo “Desafios na reformulação de operações e empregos para incorporar inteligência artificial e robótica em serviços: descobertas de um caso no setor de hospitalidade”, Mingotto *et al.* (2021) buscam implementar, em um resort italiano, um robô social humanoide. A pesquisa foi desenvolvida de forma prática e colaborativa, com a participação dos pesquisadores, funcionários do hotel e de um robô humanoide, instruído por meio de Inteligência Artificial e com aprendizagem supervisionada. Os pesquisadores e funcionários fizeram observações contínuas das interações estabelecidas, a fim de analisar os efeitos das operações.

Questionamentos diversos dos hóspedes foram coletados e auxiliaram na elaboração de um banco de dados com 280 questões relativas ao processo de recepção, em três idiomas. Os resultados indicaram que a implementação tem potencial para contribuir com os funcionários da linha de frente do resort, otimizando a relação recepção-cliente, pois os hóspedes também são impulsionadores da execução do projeto, devido às suas ativas participações nos processos. Em síntese, os autores ressaltaram que a pesquisa contribui para a introdução de uma nova forma de supervisão dos processos de front office.

No artigo “Respostas afetivas e cognitivas de usuários a robôs humanóides em diferentes contextos de serviços especializados”, Jung *et al.* (2021) analisam como as interações com robôs humanóides influenciam a percepção e a confiança em humanos. A pesquisa do tipo quantitativa foi utilizada como método. Em seu desenvolvimento, selecionaram cinco figuras de robôs humanóides, com distintas aparências humanas, em dois cenários: na recepção de hotel e em trabalho de tutoria, respectivamente considerados de baixa e alta complexidade. Para avaliação das imagens, critérios como relação dos robôs a humanos, conveniência e credibilidade foram considerados, por meio da aplicação de questionários elaborados a partir da escala de Likert. Um quantitativo de 505 pessoas respondeu ao questionário, elaborado em busca de questões demográficas e exame das figuras. Nesse sentido, a pesquisa demonstrou que as interações afetivas e cognitivas são variadas, conforme o grau de especialização da tarefa, e, em cenários de recepção de

hotel, não se observou, a partir dos critérios considerados, o mesmo êxito que em trabalhos de tutoria, com exceção dos robôs com aparência totalmente humana. Ademais, sugeriram que não se exigiu tanto de sua aparência dos robôs utilizados para tarefas mais elaboradas, diminuindo assim o efeito do estranhamento, haja vista que os pesquisadores consideraram o modelo do vale da estranheza (UCV), conhecido como sendo uma teoria direcionadora nos estudos de interações entre humanos e robôs.

No artigo intitulado “Estilo de apego ansioso e respostas emocionais fisiológicas do consumidor em interações de serviço homem-robô”, Pozharliev *et al.* (2021) examinam como as diferenças relacionadas ao consumidor em modelos de funcionamento de comportamento social, especificamente “estilos de apego”, afetam suas reações emocionais em face a robôs de serviço, nos espaços de serviços de recepção. Foi realizado um experimento para mensurar os efeitos do estilo de apego ansioso na resposta emocional fisiológica dos indivíduos, por meio de variabilidade da frequência cardíaca (VFC), envolvendo humanos versus robô, com voz masculina, em uma interação de serviço virtual. A amostra reuniu 116 pessoas. A aplicação de RV e biossensores ao estudo indicou que os participantes com apego ansioso elevado podem apresentar reações negativas quando robôs estão no lugar de humanos em situações de serviços. Cuidado e empatia foram atitudes enfatizadas por esse público. As pessoas que formaram esse grupo, dado o mal-estar provocado durante a interação, demonstraram menor inclinação à lealdade e um baixo nível de satisfação com os serviços automatizados. Comportamentos neutros ou positivos foram constatados no grupo de indivíduos com menor apego ansioso.

### 3.1.2 Análise das categorias

Neste bloco, os artigos foram classificados em quatro categorias de análise não excludentes, ou seja, um artigo pode estar em mais de uma categoria (Quadro 3).

**Quadro 3 – Categorias do bloco temático Aparatos Tecnológicos**

<b>Artigos (autor, ano de publicação)</b>	<b>Categorias</b>
Hussein Al-shami, A., <i>et al.</i> (2021); Pornrat, S. (2021); Mingotto, E., <i>et al.</i> (2021)	Mudanças tecnológicas na recepção em hotéis
Pornrat, S. (2021); Mingotto, E., <i>et al.</i> (2021)	Questões e impasses éticos ao trabalho de humanos
Pornrat, S. (2021); Jung, Y., <i>et al.</i> (2021); Pozharliev, R., <i>et al.</i> (2021)	Interações entre seres humanos e agentes robóticos
Jung Y. <i>et al.</i> (2021); Belanche, D., <i>et al.</i> (2020); Pozharliev, R., <i>et al.</i> (2021)	Efeitos das mudanças e confiança nos serviços

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Sobre as “mudanças tecnológicas na recepção em hotéis”, as pesquisas sinalizaram que a recepção hoteleira, temporalmente ligada às relações interpessoais, vem se transformando celeremente com o uso de aparatos tecnológicos, sobretudo por meio de inteligência artificial e robôs, que simulam os conhecimentos, habilidades e atitudes humanas.

A inserção de inteligência artificial e de robôs à recepção hoteleira trata-se de uma reestruturação dos processos, que afeta diretamente a hospitalidade. Há indicativos de ganhos por parte das empresas, mas a hospitalidade no domínio comercial, para

efetivação das relações, depende de integração de fluxos operacionais, associados aos contatos humanos. Quando esses processos passam a ser totalmente automatizados, corre-se o risco de converter o encontro entre pessoas em procedimentos estritamente funcionais. Assim, a vantagem da empresa transforma-se em prejuízo aos hóspedes e às relações sociais (Lockwood, 2004).

Para os defensores “desse novo mundo”, trata-se da consolidação de inovações inerentes aos processos aplicados à recepção hoteleira contemporânea, à eficácia do atendimento nos serviços prestados, sem nenhuma ou com pouca participação humana, e à competitividade dos negócios de hotéis. Todavia, no bojo desses acontecimentos, embora sejam considerados os possíveis benefícios desses avanços tecnológicos, impasses éticos, organizacionais e relacionais carecem de ponderações.

Nesse sentido, observou-se que a implantação da robótica em hotéis tailandeses, dentre outras tomadas de decisões, necessitou de adequações estruturais (materiais e humanas) na gestão empresarial. De imediato, as empresas têm a responsabilidade de estruturar os fluxos de trabalho e os espaços físicos para adaptação e inserção dos robôs, não desconsiderando o entusiasmo dos funcionários e os escopos entre colaboradores em relação às máquinas, a fim de minimizar os impactos dessa nova dinâmica de trabalho (Pornrat, 2021).

No entanto, surge a preocupação por parte dos trabalhadores em função da possibilidade de serem substituídos por robôs, causando sentimento de insegurança, afetando-os psicologicamente. A problemática e os impasses éticos ao trabalho de humanos são salientados por Pornrat *et al.* (2021) e Mingotto *et al.* (2021), com foco na troca de humanos por robôs ou transferência de funcionários para outras tarefas. Essas mudanças não são tidas como um procedimento apenas técnico, mas ocorrências que exigem um olhar tão complexo quanto o próprio fenômeno. Em outras palavras, essas mudanças se apresentam carregadas de consequências éticas e relacionais. Os pesquisadores preconizam que as empresas que decidirem pela aplicação desses artefatos tecnológicos devem seguir caminhos transparentes e humanizados, considerando que, para além da eficácia das operações, existem outros valores implícitos nesses processos.

O uso dessas máquinas e seus efeitos é uma das questões mais discutidas nas organizações, levando-se em consideração seus impactos na sensação de pertencimento e no empenho dos funcionários, salvo se haja suporte da empresa, por meio de programas de capacitação e incentivo ao desenvolvimento de competências interpessoais (Mingotto *et al.*, 2021). A operacionalização hoteleira carece de coordenação entre funções interdependentes, por isso, qualquer alteração reverbera na organização dos papéis. A introdução de aparatos tecnológicos aos processos de recepção altera as atribuições dos trabalhadores, da execução à supervisão. Com efeito, os trabalhadores deixam suas funções específicas para assumir postos híbridos de trabalho, alternando a operacionalização, mediada por robôs, e intervenção relacional (Lockwood, 2004).

Embora essas questões façam parte dos debates, depreende-se das leituras dos textos que existe o desejo dos empresários em suprimir a participação de humanos em ambientes de atendimento e recepção para diminuir despesas, otimizar os processos e reduzir custos operacionais. Em que pese a eficácia das operações, o avanço exacerbado da automação pode impactar na natureza da hospitalidade, reduzindo a humanização dos serviços, haja vista que na hotelaria as relações interpessoais e o envolvimento emocional são inseparáveis dos processos de recepção e acolhimento (Garbuio; Lima da Rosa; Branco, 2025).

Com base nas lentes teóricas da hospitalidade, de Lashley, Lynch e Morrison (2007), depreende-se que a automação aplicada à recepção hoteleira tensiona o domínio comercial da Hospitalidade, devido à substituição da relação entre sujeitos pela interação com aparatos tecnológicos. Quando o atendimento passa a ser mediado por robôs, o serviço permanece, mas a hospitalidade genuína distancia-se dos processos. Nesse contexto, a hospitalidade praticada nas organizações de serviços, comumente afetada pelos efeitos da monetização, perde ainda mais de sua camada relacional.

Sob outra ótica, Pornrat (2021) e Jung *et al.* (2021) abordam as interações entre seres humanos e robôs com ênfase à subjetividade. Dessa forma, as interações hóspedes-robôs não estão apenas condicionadas à eficácia operacional. Fatores como empatia, fruição natural da comunicação, desconfianças dos humanos, aparências dos robôs e os contextos em que ocorrem os contatos devem ser considerados. Nesse sentido, “[...] os efeitos da semelhança humana ou antropomorfismo passam a depender de fatores situacionais, nosso conhecimento sobre como o UCV funciona em diferentes contextos de aplicação permanece limitado” (Jung *et al.*, 2021, p. 300). Dessa forma, depreende-se que, para os autores, embora essas experiências devam ser levadas em conta, estudos para efetiva compreensão de fatores emocionais nas interações hóspedes-robôs ainda são insuficientes.

Os estudos de Pornrat (2021), Jung *et al.* (2021) e Pozharliev *et al.* (2021), em conjunto, evidenciam que a aceitação de robôs na recepção hoteleira independe de suas capacidades operacionais, mas da qualidade das relações percebidas. Embora os robôs possam desenvolver tarefas com acuidade, continuam limitados quando relacionados a situações subjetivas, notadamente com empatia. Essas evidências indicam que o desempenho técnico não substitui os elementos da hospitalidade hoteleira, emergentes das relações humanas.

Dentre outros assuntos técnicos, Jung *et al.* (2021), Belanche *et al.* (2020) e Mingotto *et al.* (2021) tratam dos “efeitos das mudanças e confiança nos serviços”. Jung *et al.* (2021) demonstram que a aceitação de robôs muito parecidos com seres humanos é baixa. Essa estranheza tem relação com a impossibilidade de reprodução de tarefas semelhantes e com as mesmas competências de humanos. Constataram, ainda, que clareza nas atividades executadas (por robôs), integração com os objetivos das atividades e adequação assertiva dos espaços onde acontecem os serviços aumentam a percepção de qualidade dos consumidores e diminuem o nível de desconfiança. Além disso, Belanche *et al.* (2020) mencionam que, em atividades específicas, os clientes têm demonstrado confiança nas tarefas desempenhadas por robôs, notadamente em razão de suas especializações e estabilidades técnicas, quando comparados com humanos. No entanto, recomendam que as especificidades e funções técnicas dos robôs sejam comunicadas aos hóspedes, sob pena de insatisfação, em função de possíveis falhas na prestação dos serviços.

Embora Belanche (2020), Jung *et al.* (2021) e Mingotto *et al.* (2021) apontem para vantagens operacionais com o uso dos aparatos tecnológicos, seus achados assemelham-se ao sinalizar que a confiança tecnológica é permanentemente contextual e sob condições. A aderência dos hóspedes se alterna de acordo com o tipo de execução, o nível de antropomorfismo do aparato e expectativa emocional presente. Ressalta-se que confiança, no campo da hospitalidade, não é uma condição estritamente técnica, mas das relações resultantes da subjetividade envolvida.

Esses três artigos apresentam caráter técnico e com objetivos práticos definidos, em busca de analisar interações entre robôs e humanos e fornecer percepções empíricas pautadas na teoria da atribuição. Isso significa que foram escritos para ressaltar questões

técnicas, apresentar características dos robôs e analisar como acontecem as interações, visando fundamentar a implementação de robôs e seus benefícios práticos e mercantis, “[...] enfatizando para os clientes que a decisão de implementar a tecnologia foi consciente e focada no cliente, apontando assim para as vantagens do serviço robótico para os clientes” (Belanche *et al.*, 2021, p. 283).

Ressalvadas as diferenças, essa lógica instrumental não é exclusividade da era automatizada. No trabalho do setor de hospitalidade, o atendimento humano temporalmente foi implicado por desempenhos socialmente definidos. A cordialidade, o acolhimento e a atenção são também atribuições, em parte, encenadas na prática profissional hoteleira (Guerrier; Abib, 2004). A inserção de robôs, portanto, não produz mediação performática da hospitalidade, mas adensa o processo existente, ao direcionar aos aparatos tecnológicos práticas que anteriormente eram incumbências de humanos.

A pesquisa apresentada por Pozharliev *et al.* (2021) perpassa pelas categorias “interações entre seres humanos e agentes robóticos” e “efeitos das mudanças e confiança nos serviços”, constatando que pessoas menos ansiosas apresentaram neutralidade ou baixo nível de desconforto na interação com robôs. Os achados também indicam que desconfortos são gerados em indivíduos com ansiedade elevada. Isso reforça a ideia de que robôs impactam as experiências no atendimento às pessoas e suas emoções. Logo, as pessoas têm o direito de “escolher o tipo de atendimento preferido (humano ou robótico). Porém, isso pode gerar conflitos, pois investidores pressionam as empresas a reduzir custos trabalhistas com a adoção de robôs no atendimento (Pozharliev *et al.*, 2021).

### 3.2 Relações interpessoais

Questões afetivas e sociais nas interações de recepção, por meio de técnicas de serviços e apelos emocionais, são assuntos reunidos neste bloco temático. O desempenho eficaz, a qualidade de serviços e o alcance de escopos empresariais ocorrem em contextos em que a hospitalidade é vista como setor de mercado.

Embora em contextos organizacionais a Hospitalidade seja operacionalizada de maneira contumaz, por meio de estratégias e práticas de serviços, sua natureza não é sucumbida à instrumentalização dos processos. Salienta-se que a Hospitalidade deva ser compreendida como essência relacional, independentemente das técnicas utilizadas. Dessa forma, mesmo em face da adoção de técnicas de recepção automatizadas, a Hospitalidade mantém sua característica orgânica (Golubovskaya; Robinson; Solnet, 2017). A relação entre hóspede e anfitrião é inseparável de acolhimento. Nesse sentido, é pouco provável que esse comportamento humano seja substituído ou reproduzido por interações tecnológicas.

#### 3.2.1 Síntese do conteúdo

No artigo “O efeito dos comportamentos de empoderamento do cliente no desempenho do serviço no setor de hospitalidade”, Öksüz (2021) explica os comportamentos de empoderamento de clientes e seus impactos aos funcionários do setor de serviços. O método de pesquisa usado foi quantitativo. A coleta de dados se deu a partir da aplicação de 421 questionários para funcionários de front office de hotéis de quatro e cinco estrelas, nas regiões sul e sudoeste da Turquia. Consideraram-se como comportamentos de empoderamento as atitudes dos hóspedes, o ato de expressar confiança no trabalho dos recepcionistas, gentileza nos contatos, feedbacks positivos e considerações relativas às tomadas de decisões. Em síntese, a pesquisa revelou que

comportamentos de empoderamento dos clientes têm efeito direto e positivo no desempenho dos funcionários, aumentando suas motivações, concentrações e melhorando suas performances. Embora o pesquisador tenha ponderado que clientes mais rigorosos pudessem influenciar negativamente a interação hóspedes-recepcionistas, verificou-se que, na prática, isso não ocorreu.

No artigo “A cortesia nas interações de atendimento em hotel na Espanha: o ponto de vista do recepcionista”, Fenández-Amaya (2022) investigou as percepções dos recepcionistas sobre a polidez em suas interações com os clientes. Trata-se de uma pesquisa quantitativa, com a utilização de questionários, aplicados de forma aleatória a 100 recepcionistas de hotéis espanhóis. Os resultados revelaram que os recepcionistas reúnem compreensões insuficientes referentes ao comportamento considerado adequado, em particular no que diz respeito às interações necessárias à função que exercem. Ademais, foi observado que há um pragmatismo apregoadado às formalidades nos atendimentos, que parecem não ser suficientes aos propósitos. Segundo o autor, isso pode ser minimizado por meio de capacitações que visem à melhoria da comunicação desses profissionais, haja vista que a relação com o cliente é considerada elementar para o êxito das interações e, por conseguinte, à qualidade nos serviços prestados.

No artigo “Hospitalidade de impacto: criando impacto social por meio da hospitalidade”, Mitchell (2022) apresenta uma nova forma de hospitalidade projetada para atender ao duplo objetivo: obter lucro e atender pessoas. Tratou-se de uma pesquisa baseada em um estudo de caso, aplicada em um intervalo de seis meses, durante o período da pandemia de COVID-19, quando os empresários Donte Johnson e Jason Bass, proprietários do Hotel Revival, em Baltimore, Maryland (EUA), optaram por manter sua empresa em funcionamento, para recepcionar a comunidade local, com intenção de dar suporte às pessoas durante o citado período e manter suas receitas, sob a narrativa de que tal ação estaria pautada em preceitos de hospitalidade.

Dados sobre questões econômicas, envolvendo a Prefeitura de Baltimore, o Centro Beeck de Impacto Social e Inovação da Universidade de Georgetown e os proprietários do hotel foram apurados, para melhor compreensão do contexto local, durante a pandemia. Os dados principais foram obtidos por meio de entrevistas aplicadas aos referidos empresários, em busca de suas compreensões sobre hospitalidade, e a fornecedores, a fim de avaliar o impacto do relacionamento deles com o hotel.

O caso do Hotel Revival ressalta que a hospitalidade se efetiva para além de decisões estratégicas. As práticas de trabalho humanizado dão sustentação às relações de cuidado, atenção e presença no cotidiano organizacional. O suporte ofertado pelo hotel transformou o atendimento em vínculos sociais. Para Guerrier e Adib (2004), o trabalho no setor de hospitalidade é diferenciado, em particular por requerer dos trabalhadores não somente competências técnicas. O saber cuidar, somado à inteligência emocional, constitui o conjunto de competências demandadas pela função exercida. Esses elementos são inerentes aos processos, pois alcançam a dimensão humana dos serviços.

Em síntese, os resultados revelaram que, para os empresários, a hospitalidade pode ser definida como “apenas cuidar das pessoas”. Apurou-se que a tomada de decisão por manter o hotel funcionando reverberou em lições de vida, aprendizados sociais e êxitos mercantis, isto é, vantagem mercadológica com propósito e produção de “hospitalidade de impacto”, devido ao alcance social e econômico da ação empreendida. Resultados (dados e informações) sobre os impactos do relacionamento entre fornecedores e o hotel não foram observados na pesquisa.

A Hospitalidade, compreendida como fenômeno social, cuja centralidade está na relação entre pessoas, sobrepõe as técnicas comerciais. Ainda que direcionada às práticas de serviços e orientando a obtenção de lucros, a Hospitalidade é constituída por aspectos culturais, simbólicos e relacionais, haja vista que isso faz parte de sua natureza. Com efeito, seu significado ultrapassa a lógica da entrega de produtos e serviços (Lashley; Lynch; Morrison, 2007).

### 3.2.2 Análise das categorias

Neste bloco, os artigos foram classificados também em quatro categorias de análise não excludentes, ou seja, um artigo pode estar em mais de uma categoria (Quadro 4).

**Quadro 4 – Categorias definidas a partir do bloco temático 2**

<b>Artigos (autor, ano)</b>	<b>Categoria</b>
Fernández-Amaya (2022)	Demonstração de cortesia
Mitchell (2022)	Recepção de pessoas e efeito social
Öksüz (2021)	Autonomia do cliente e atendimento de qualidade
Öksüz (2021); Fernández-Amaya (2022); Mitchell (2022)	Questões emocionais e relações humanas

Fonte: elaborado pelos autores (2025).

Fernández-Amaya (2022) trata de “demonstração de cortesia”, analisando como os elementos comunicacionais (abordados) afetam as interpretações dos hóspedes em relação aos serviços recebidos. A investigação salienta que o modo cortês de receber não se condiciona apenas a regras para se comunicar, mas a um aspecto indispensável para esses encontros, incluindo respeito, empatia e recepção calorosa. A cortesia não seria somente um protocolo de serviço, trata-se de um comportamento em direção à hospitalidade enquanto prática relacional. A cortesia no ambiente de recepção, como elemento de construção simbólica, permite transformar o atendimento técnico em experiências hospitalares (Lashley; Lynch; Morrison, 2007).

Por meio das análises das interações entre funcionários da recepção e consumidores, percebeu-se que questões emocionais e comunicacionais são inseparáveis das relações, essenciais para experiências significativas no ‘setor de hospitalidade’. A língua utilizada para as comunicações em hotéis é entendida como “língua da hospitalidade”, que congrega expressões alinhadas e representativas da hospitalidade. Além disso, “[...] o contexto da linguagem da hospitalidade, os aspectos sociopragmáticos e interpessoais da comunicação são comprovadamente os mais importantes quando se trata da satisfação do cliente” (Hernández-López; Garcés-Conejos Blitvich, 2014, *apud* Fernández-Amaya, 2022, p. 2). Sendo assim, nota-se que a hospitalidade, como mencionada, acontece em uma perspectiva do espaço comercial.

No âmbito das organizações de serviços, a Hospitalidade passa a ser considerada como trabalho estruturado, por meio de processos, normas e rotinas. O ato de acolher não acontece de maneira exclusivamente natural, pois passa, em alguma medida, a ser sistemático e orientado. Todavia, não implica em ausência de Hospitalidade, pois o que ocorre é uma recondução das práticas profissionais (Lashley; Morrison, 2004; Telfer,

2004). Todavia, a Hospitalidade não se desfaz, ainda que ressignificada para contextos de serviços.

No âmbito da categoria “recepção de pessoas e efeito social”, Mitchell (2022), por meio do estudo realizado no Hotel Revival, concebeu a prática de recepção de hóspedes durante a pandemia de Covid-19 como sendo ações éticas e relacionais, de caráter social e humanista, fundamentadas pela ideia de que a hospitalidade pode ser definida como “simplesmente cuidar das pessoas”, conforme seus proprietários. Os termos acolhimento e hospitalidade também estão presentes em seus depoimentos.

Ademais, segundo os proprietários do hotel, “quando o mundo fechou suas portas, eles abriram as suas”. Em que pese a narrativa, com “apelo generoso”, sob a ótica da hospitalidade genuína, os planos dos proprietários seriam a prática de “[...] uma nova forma de hospitalidade projetada para atender à dupla linha de fundo de lucro e pessoas (Mitchell, 2022, p. 1). Mesmo com objetos de estudos distintos, Fernández-Amaya (2022) e Mitchell (2022), em síntese, apresentam as mesmas intenções, isto é, lucro por meio da “hospitalidade”.

Referente à “autonomia do cliente e atendimento de qualidade”, para Öksyz (2021), o empoderamento ou autonomia como comportamentos dos clientes acarretaram motivações aos recepcionistas, contribuindo para melhor desempenho, criação de ambientes cooperativos e distensionados, além de estabilidade emocional dos atendentes. Dessa forma, sugere um ambiente de cocriação, a partir dos estímulos gerados pelas atitudes dos clientes. No momento em que o hóspede se apresenta empoderado, gera, entre os funcionários, maior capacidade de autorregulação, autoconfiança e condições de tratar com eficácia as situações complexas do ambiente laboral. Em outras palavras, eles [os funcionários] desempenham suas funções com mais autonomia, alargando suas criatividade, motivações e engajamentos em suas lidas.

Para o autor anteposto, a ideia de empoderamento pode resultar em benefícios para as empresas, assim como para os hóspedes, e culminar em qualidade de vida aos funcionários da linha de frente dos hotéis. Atenção especial com a saúde mental dos recepcionistas também é citada como sendo uma das incumbências dos gestores, visando não assoberbar esses profissionais com demandas excessivas durante suas jornadas e/ou fora dos horários de expediente, quando não é incomum receberem mensagens com demandas de trabalho.

A administração de emoções é permanentemente demandada aos trabalhadores do setor de hospitalidade. Manter cordialidade e dar ênfase às interações positivas são condições para ocuparem os postos de trabalho, mas os contextos tendem a ser desfavoráveis. Do ponto de vista psicológico, esses comportamentos exigem muito do trabalhador (Guerrier, 2004). Considerando o espectro da hospitalidade, há de se considerar que, do outro lado, também se encontra um ser humano (atendente), que carece de atenção, cuidados e acolhimento.

Em suma, mesmo com objetos de estudos diferentes, todos os artigos do bloco temático 2 estão de acordo com a categoria “questões emocionais e relações humanas”, pois abordam relações interpessoais em seus conteúdos. Tomados em comparação, os estudos de Öksyz (2021), Fernández-Amaya (2022) e Mitchell (2022) demonstram que, apesar de partirem de objetos diferentes, se encontram em uma questão central: a hospitalidade efetiva na qualidade do envolvimento entre pessoas, embora o desempenho dos serviços seja indissociável dos processos contemporâneos. O elemento central ainda continua sendo fundamentado nas relações sociais. Dessa forma, indicam que, para além das técnicas comerciais aplicadas à recepção, as relações humanas são indissociáveis do atendimento e da recepção de pessoas na hotelaria.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Referente aos objetivos da pesquisa que deu origem a este trabalho, quais sejam, discorrer e analisar artigos sobre pesquisas publicadas, em formato de artigos científicos, que abordaram os temas “recepção” e “hotel, no intervalo de 2020 a 2024, encontrados na base de dados *Web of Science*, julga-se tê-los alcançados.

A presente pesquisa oportunizou apresentar como os temas “recepção” e “hotel” estão sendo estudados. Os resultados revelaram que os assuntos vêm sendo abordados por meio de olhares distintos, demonstrando que existem significativas mudanças em curso, notadamente sob os vieses tecnológicos e emocionais. Nesse sentido, as análises dos artigos selecionados, por meio dos blocos temáticos, contribuíram para a compreensão mais ampla sobre os ambientes de recepção hoteleiros contemporâneos. Esses departamentos hoteleiros não se resumem à oferta de serviços de entrada ou saída de hóspedes, de caráter meramente funcional; o que efetivamente ocorre são encontros humanos, que exigem análises mais apuradas, dada a complexidade resultante dessas interações.

Os resultados também evidenciam que as relações interpessoais nesses contextos ocorrem em paralelo às técnicas aplicadas, pois as pessoas permanecem humanas. O que se observa em transformação são as práticas e os recursos utilizados. Logo, não se pode perder de vista que quanto mais avançamos em tecnologia, aumenta-se consideravelmente a possibilidade de regredirmos em humanismo (Fukuyama, 2003). Sem a devida atenção às transformações em curso, as relações entre anfitrião e hóspedes estarão comprometidas. Mesmo em organizações direcionadas ao lucro, a Hospitalidade carrega elementos de criação de laços, acolhimento e relações para além da utilidade dos produtos e da funcionalidade dos serviços.

A partir das análises obtidas por meio do bloco 1 e suas respectivas categorias, verificou-se a integração de robôs e inteligência artificial à recepção hoteleira, que, na prática, visam à supressão de humanos em atividades de hospedagem. Nesse contexto, as opiniões divergem, pois, ao passo que, para alguns empresários e autores, o que está ocorrendo é um avanço ou inovação natural, para outros há a necessidade de reflexão em relação à participação de humanos nesses processos, em razão dos impactos observados. Nesse sentido, a literatura possibilita reflexões sobre aspectos culturais e emocionais dos envolvidos. Hóspedes e recepcionistas são afetados e, diante disso, questões éticas carecem de atenção e cuidado, pois a despersonalização e a automatização das experiências dos hóspedes são realidades atuais que descaracterizam as relações nesses espaços, as quais, temporalmente, foram marcadas por contatos entre humanos.

Por meio do bloco temático 2, observam-se abordagens às questões afetivas e sociais nas interações entre quem recebe e quem é recebido. A hospitalidade é abordada como setor de mercado, no qual as interações comerciais são interpretadas como hospitalidade genuína. Para os autores, a coexistência de tecnologia e técnicas de serviços, com apelos afetivos, garante a hospitalidade que eles concebem como ideal, ao alcance de seus objetivos, garantindo eficácia nos serviços ofertados e atendimento às demandas de uma clientela cada vez mais exigente, em uma perspectiva de lucros.

Teoricamente, esta pesquisa contribui para ratificar que a hospitalidade, mesmo em ambientes mediados por aparatos tecnológicos, permanece pautada nas relações que se estabelecem por meio dos encontros humanos. As relações não se sucumbem às automações. No momento em que retoma a tensão entre a racionalidade técnica e as

relações humanas na hotelaria, o artigo alarga o debate sobre os limites, possibilidades e desafios da robotização na hotelaria.

Os resultados revelam, ainda, que a recepção hoteleira contemporânea apresenta um contraponto entre a racionalidade técnica e experiência relacional. Quanto mais se intensificam os processos de automação, aumenta o risco de esvaziamento das dimensões sociais e simbólicas da hospitalidade. Ainda assim, a hospitalidade parece possível na "hotelaria dos aparatos tecnológicos", mas sua manutenção carece de preservação de ambientes humanizados, sob pena de a hospitalidade deixar de existir.

Em que pese as características de revisão narrativa de literatura, que sugere diferenças de outros tipos de revisões, indicando especificidade, subjetividade e flexibilidade, julga-se que não seja tão rigorosa ao ponto de desconsiderar a busca de artigos em somente uma base de dados. Logo, assume-se que a limitação nesse sentido pode ser alvo de críticas, assim como as particularidades do método aplicado e do objeto de estudo, que podem reduzir as possibilidades de comparações e generalizações mais apuradas.

Para pesquisas vindouras, sugere-se que outras bases de dados possam ser consultadas, adicionados estudos em outros idiomas, permitindo alcançar questões culturais mais amplas, além de aplicação de pesquisas empíricas, com hóspedes e funcionários do departamento de recepção, utilizando-se de outros métodos e técnicas de investigação, em busca de percepções e sentimentos decorrentes do uso de robôs e de inteligência artificial na recepção de equipamentos hoteleiros.

## 5 REFERÊNCIAS

AL-SHAMI, Samer Ali Hussein; MAMUN, Abdullah Al; AHMED, Elsadig Musa; RASHID, Nurulizwa. Artificial intelligent towards hotels' competitive advantage: an exploratory study from the UAE. **Foresight**, v. 24, n. 5, p. 625-636, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/FS-01-2021-0014>. Acesso em: 02 jun. 2025.

BELANCHE, Daniel; CASALÓ, Luis V.; FLAVIÁN, Carlos; SCHEPERS, Jeroen. Robots or frontline employees? Exploring customers' attributions of responsibility and stability after service failure or success. **Journal of Service Management**, v. 31, n. 2, p. 267-289, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/JOSM-05-2019-0156>. Acesso em: 02 jun. 2025.

CASARIN, Sidnéia Tessmer et al. Tipos de revisão de literatura: considerações das editoras do Journal of Nursing and Health. **Journal of Nursing and Health**, v. 10, n. 5, p. 1-7, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.15210/jonah.v10i5.19924>. Acesso em: 02 jun. 2025.

DARTIGUENAVE, Jean-Yves. Le soubassement anthropologique de l'accueil. **Pensée Plurielle**, n. 54, p. 27-32, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.3917/pp.054.0027>. Acesso em: 02 jun. 2025.

FERNÁNDEZ-AMAYA, Lucía. Politeness in hotel service encounter interactions in Spain: the receptionist's point of view. **Pragmatics and Society**, v. 13, n. 2, p. 224-249, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1075/ps.19010.fer>. Acesso em: 02 jun. 2025.

FUKUYAMA, Francis. **Nosso futuro pós-humano: consequências da revolução da biotecnologia**. Tradução de Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

GARBUIO, Maria Emília Martins da Silva; ROSA, Marcel Vieira Lima da; BRANCO, Kamilly Bonifácio. Hospitalidade sensorial e a experiência imersiva na hotelaria temática. **Revista Hospitalidade**, [S. l.], v. 22, p. 1241, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.29147/revhosp.v22.1241>. Acesso em: 30 jul. 2025.

GOLUBOVSKAYA, Maria; ROBINSON, Richard N. S.; SOLNET, David. The meaning of hospitality: do employees understand? **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 29, n. 5, p. 1282-1304, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2015-0667>. Acesso em: 02 jun. 2025.

GUERRIER, Yvonne; ADIB, Amel. O trabalho na indústria da hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.

JUNG, Yoonhyuk; CHO, Eunae; KIM, Seongcheol. Users' affective and cognitive responses to humanoid robots in different expertise service contexts. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 25, n. 11, p. 695-701, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1089/cyber.2021.0103>. Acesso em: 02 jun. 2025.

LASHLEY, Conrad; LYNCH, Paul; MORRISON, Alison. Hospitality: an introduction. In: LASHLEY, Conrad; LYNCH, Paul; MORRISON, Alison. **Hospitality: a social lens**. Oxford: Elsevier, 2007.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (org.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.

LOCKWOOD, Andrew. Administração das operações de hospitalidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (org.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri: Manole, 2004.

MINGOTTO, Erica; MONTAGUTI, Federica; TAMMA, Michele. Challenges in re-designing operations and jobs to embody AI and robotics in services: findings from a case in the hospitality industry. **Electronic Markets**, v. 31, n. 3, p. 493-510, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12525-020-00439-y>. Acesso em: 02 jun. 2025.

MITCHELL, Claire W. Impact hospitality: creating social impact through hospitality. **Sustainability**, v. 14, p. 6274, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/su14106274>. Acesso em: 02 jun. 2025.

SOUSA, Luís Manuel Mota de; FIRMINO, Cristiana Furtado; MARQUES-VIEIRA, Cristina Maria Alves; SEVERINO, Sandy Silva Pedro; PESTANA, Helena Castelão Figueira Carlos. Revisões da literatura científica: tipos, métodos e aplicações em enfermagem. **Revista Portuguesa de Enfermagem de Reabilitação**, v. 1, n. 1, p. 45-54, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.33194/rper.2018.v1.n1.07.4391>. Acesso em: 02 jun. 2025.

ÖKSÜZ, Merve. The effect of customer empowerment behaviors on service performance in the hospitality sector. **International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences**, v. 11, n. 1, p. 193-215, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5136861>. Acesso em: 02 jun. 2025.

OLIVEIRA, Thais Bandinelli Vargas Lopes de; SOHN, Ana Paula Lisboa. A percepção da cultura customer-centric nos meios de hospedagem brasileiros. **Revista Hospitalidade**, [S. l.], v. 22, p. 1191, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.29147/revhosp.v22.1191>. Acesso em: 30 jul. 2025.

SADANGHARN, Pornrat. A multidimensional analysis of robotic deployment in Thai hotels. **International Journal of Social Robotics**, v. 14, n. 4, p. 859-873, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1007/s12369-021-00833-2>. Acesso em: 02 jun. 2025.

POZHARLIEV, Rumen; ROSSI, Dario; DE ANGELIS, Matteo. Anxious attachment style and consumer physiological emotional responses to human-robot service interactions. **Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics**, v. 14, n. 2, p. 91-104, 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.1037/npe0000142>. Acesso em: 02 jun. 2025.

ROTHER, Edna Terezinha. Systematic literature review X narrative review. *Acta Paulista de Enfermagem*, v. 20, n. 2, p. v-vi, 2007. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001>. Acesso em: 02 jun. 2025.

TELFER, Elizabeth. A filosofia da hospitabilidade. In: LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (org.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. São Paulo: Manole, 2004.

VIERA, Elenara Viera de; CÂNDIDO, Índio. **Recepção hoteleira**. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.