

# RESSALVA

Atendendo solicitação da autora, o texto completo desta dissertação será disponibilizado somente a partir de 21/02/2020.

---

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESENVOLVIMENTO HUMANO E TECNOLOGIAS

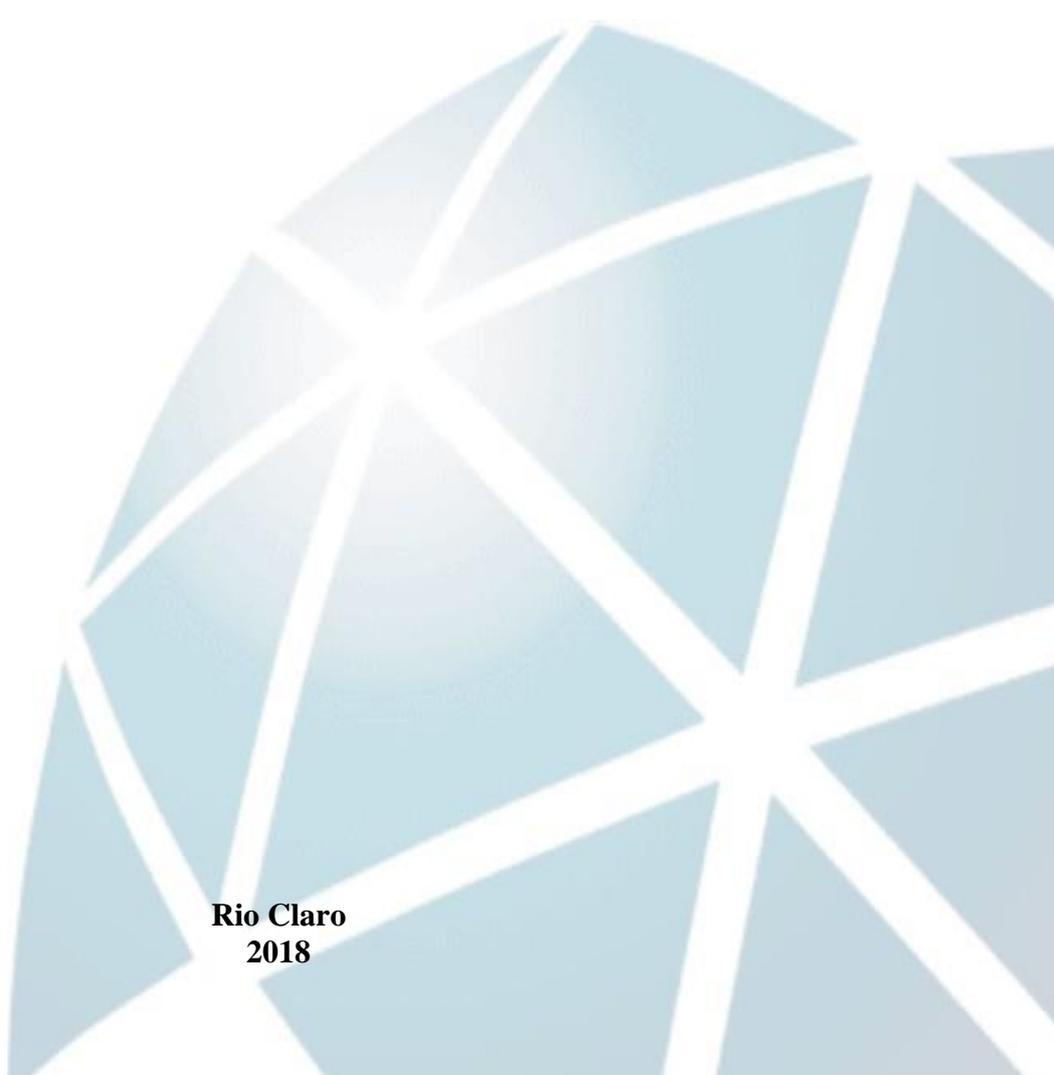
---

**USABILIDADE DE *SITES* E GESTÃO DA INFORMAÇÃO *ONLINE* DE  
ATIVIDADES RECREATIVAS EM *RESORTS***

LINHA: TECNOLOGIAS, CORPO E CULTURA

NÍVEL: MESTRADO

ALUNA: MARÍLIA AMÁBILE GUARIZO



Rio Claro  
2018

Marília Amábile Guarizo

**USABILIDADE DE *SITES* E GESTÃO DA INFORMAÇÃO *ONLINE* DE  
ATIVIDADES RECREATIVAS EM *RESORTS***

Dissertação apresentada ao Instituto de Biociências do Câmpus de Rio Claro, Universidade Estadual Paulista, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Desenvolvimento Humano e Tecnologias.

Rio Claro  
2018

796.14 Guarizo, Marília Amábile  
G915u Usabilidade de sites e gestão da informação online de  
atividades recreativas em resorts / Marília Amábile Guarizo. -  
Rio Claro, 2018  
80 f. : il., figs., gráfs., quadros

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista,  
Instituto de Biociências de Rio Claro  
Orientadora: Gisele Maria Schwartz

1. Recreação. 2. Usabilidade de sites. 3. Gestão da  
informação. 4. Resorts. I. Título.

**CERTIFICADO DE APROVAÇÃO**

**TÍTULO DA DISSERTAÇÃO: USABILIDADE DE SITES E GESTÃO DA INFORMAÇÃO ONLINE DE ATIVIDADES RECREATIVAS EM RESORTS**

**AUTORA: MARÍLIA AMÁBILE GUARIZO**

**ORIENTADORA: GISELE MARIA SCHWARTZ**

Aprovada como parte das exigências para obtenção do Título de Mestra em DESENVOLVIMENTO HUMANO E TECNOLOGIAS, área: TECNOLOGIAS NAS DINÂMICAS CORPORAIS pela Comissão Examinadora:

  
Profa. Dra. GISELE MARIA SCHWARTZ  
Departamento de Educação Física / UNESP - Instituto de Biociências de Rio Claro - SP

  
Profa. Dra. DANIELLE FERREIRA AURIEMO  
Participante do Laboratório de Estudos do Lazer - Departamento de Educação Física / Instituto de Biociências de Rio Claro - SP

Profa. Dra. MARIA DILMA SIMÕES BRASILEIRO  
Departamento de Educação Física / Universidade Federal da Paraíba - João Pessoa/PB

Rio Claro, 21 de fevereiro de 2018

## RESUMO

A recreação representa um diferencial a ser oferecido em hotéis e, principalmente, nos *resorts*, os quais têm por finalidade oferecer atividades para preencher o tempo destinado ao lazer dos hóspedes. Nesse sentido, o programa de atividades recreativas se apresenta como um elemento a ser explorado como ferramenta de venda. No entanto, a divulgação desse produto nos *sites* nem sempre é feita de forma atrativa e funcional, havendo, muitas vezes, dificuldade em encontrar informações nesses *sites*. Devido a essa falta de divulgação, muito pouco se sabe sobre a atuação nesse setor. O presente estudo teve por objetivo investigar o programa de atividades recreativas em *sites* de *resorts*, com base na gestão das informações e na usabilidade de *sites*. O estudo, de natureza qualitativa, foi desenvolvido em duas fases. A primeira referente a uma pesquisa bibliográfica, realizada com base em revisão sistemática, acerca das temáticas: usabilidade de *sites*, lazer, turismo, hospitalidade e *resorts*. A segunda fase se deu por meio de uma pesquisa exploratória, na qual foram analisados *sites* de *resorts*, os quais foram escolhidos por conveniência. Os dados coletados foram analisados descritivamente, por meio da utilização da Técnica de Análise de Conteúdo, com categorias estabelecidas *a priori*. Com base na Teoria da Usabilidade de *sites* foram levados em consideração 3 categorias para análise dos dados: A- conteúdo, B- *layout*, C- operacionalização. Baseado na Teoria da Gestão da Informação, as categorias de análise dos dados foram: 1 - identificação dos tipos de atividades ofertadas, 2 - descrição das atividades recreativas, 3 – Período de oferta das atividades. Os resultados indicam que os *resorts* não se apropriam de forma adequada do programa de atividades recreativas como ferramenta de *marketing*, uma vez que poucos *resorts* divulgam os programas em seus *sites* e quando o fazem, as informações veiculadas são incompletas e as formas de apresentação e distribuição destas nos *sites* são pouco atrativas e ineficientes. Além disso, notou-se que, nem todos os atributos de usabilidade são levados em consideração na elaboração dos *sites*, fazendo com que haja prejuízos, não só na divulgação das atividades recreativas, mas também, no que tange à permanência de usuários nos *sites*, o que pode impactar de forma negativa na venda de um *resort*. Recomenda-se a adequação dos *sites* dos *resorts*, com base nos princípios da usabilidade de *sites* e da gestão da informação, a fim de que estes sejam voltados a diversos tipos de usuários, com diferentes necessidades e expectativas. Desta forma, torna-se importante minimizar essas lacunas e falhas encontradas nos *sites* de *resorts*, para que haja melhor aproveitamento destes como ferramenta de divulgação dos atrativos e, em especial, do programa de atividades, o qual pode influenciar no momento da escolha por um *resort*.

**Palavras chave:** usabilidade; *site*; gestão da informação; *resorts*; recreação.

## ABSTRACT

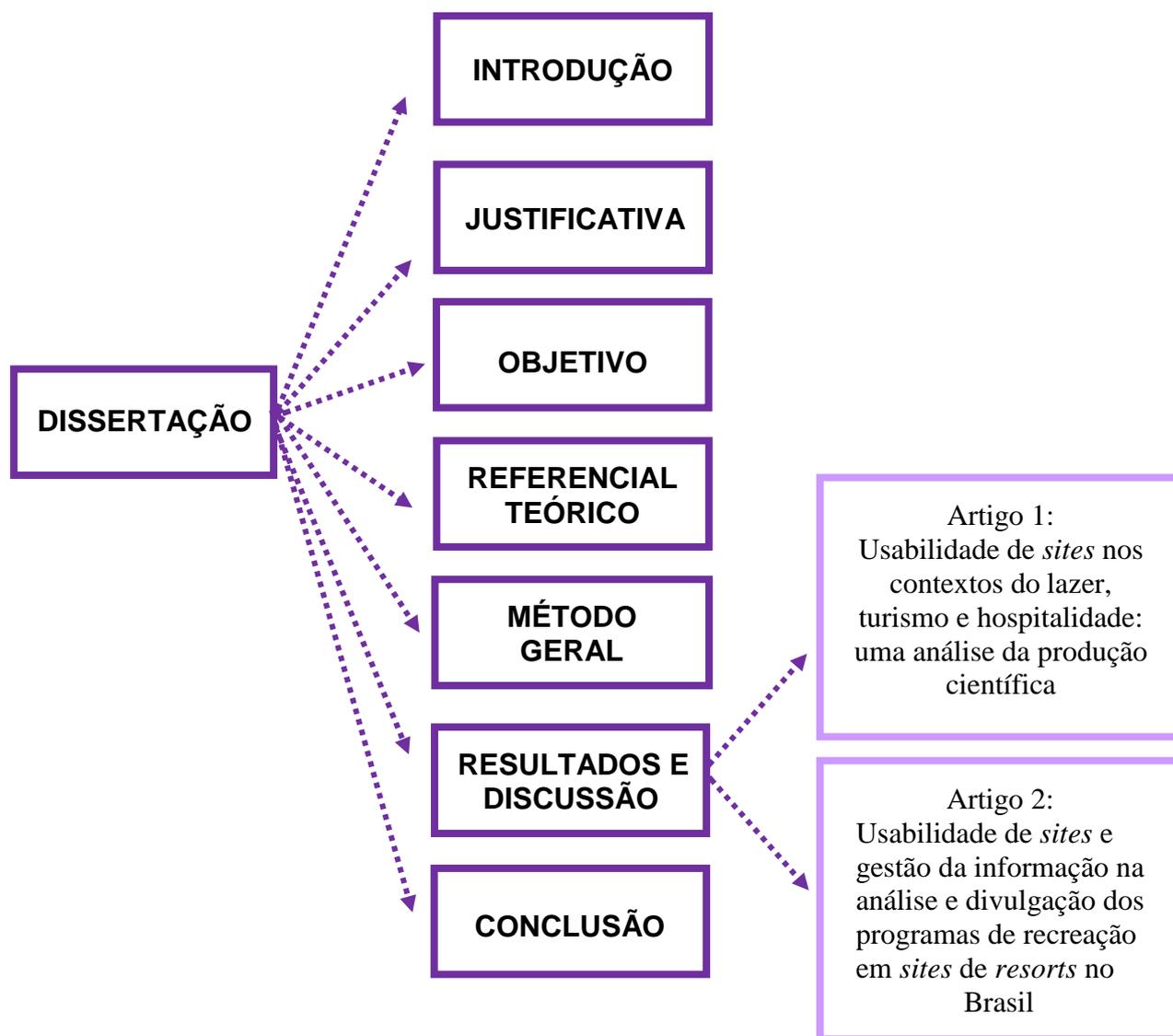
Recreation represents a differential to be offered in hotels and, mainly, in the *resorts*, which have as purpose to offer activities to fill leisure time of the guests. In this sense, the program of recreational activities presents itself as an element to be explored as a sales tool. However, the disclosure of this product in the *sites* is not always attractive and functional, which difficult to find information on these *sites*. Due to this lack of disclosure, very little is known about the performance in this sector. The present study aimed to investigate *resorts sites* containing information about the program of recreational activities, based on information management and *site* usability Theories. This qualitative study was developed in two phases. The first one refers to a bibliographical research, carried out based on a systematic review on the topics: usability of *sites*, leisure, tourism, hospitality and *resorts*. The second phase was an exploratory survey, in which a sample selected for convenience among *resorts sites* was analyzed. The collected data were descriptively analyzed through Content Analysis Technique, with categories established a priori. Based on the Information Management Theory, data analysis categories were: 1 - identification of the types of activities offered, 2 - clarity and ease of information understanding, 3 - updating of data. Based on the Usability Theory of *sites*, three categories were established: A- content, B- layout, C- operation. Results indicate that *resorts* do not adequately appropriate the recreation program as a marketing tool, few *resorts* divulged the recreation program on their *sites*, and when they do so, the information provided is incomplete and the ways in which they are presented and distributed at the *sites* are unattractive and inefficient. In addition, it was noticed that not all usability attributes are taken into consideration in the elaboration of the *sites*, causing damages, not only in the divulgation of the recreational activities, but also, as far as the permanence of users in the *sites*, which can negatively impact the sale of a *resort*. It is important that the *resorts* could create *sites* based on the principles of *site* usability and information management, in order to attend different types of users, with different needs and expectations. In this way, it is also important to minimize these gaps and failures found in these *resort sites*, so that they could be used as an efficient tool to publicize the attractions and, especially, the program of activities, which can influence choosing for a *resort*.

**Keywords:** usability; *site*; management information; *resorts*; recreation

## ORGANIZAÇÃO DA DISSERTAÇÃO

A presente dissertação está organizada em tópicos e artigos científicos, conforme ilustra a figura a seguir:

**Figura 1** – Ilustração da organização da dissertação



Fonte: Elaborado pela autora (2017)

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	8
JUSTIFICATIVA .....	11
OBJETIVO .....	12
REFERENCIAL TEÓRICO .....	13
MÉTODO GERAL DA DISSERTAÇÃO .....	25
RESULTADOS E DISCUSSÃO .....	27
ARTIGO 1 .....	28
ARTIGO 2 .....	51
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	70
LIMITAÇÕES DO ESTUDO.....	72
SUGESTÕES PARA FUTUROS ESTUDOS .....	73
REFERÊNCIAS.....	74

## INTRODUÇÃO

O crescimento do mundo cibernético tem ocorrido de maneira exponencial nos últimos anos, o que faz com que sejam necessários aprimoramentos constantes acerca dessa nova realidade, a fim de acompanhar as recorrentes mudanças deste segmento. Os telefones celulares deixaram de ser voltados somente a ligações e mensagens (FRANTZA; HOFFMANN; FROEMMING, 2017), todos os dias, surgem novos aparelhos, os quais possibilitam o acesso à *internet* ou a novos *softwares* e trazem maneiras inovadoras de se fazer coisas habituais. Atualmente a leitura de um livro, pode ser feita *online*, pode-se ainda, assistir a vídeos ou buscar por informações sobre os mais variados temas, de maneira ágil, a qualquer hora, em diferentes lugares, com o uso do celular ou *tablet*.

O avanço das tecnologias também modifica constantemente a relação do ser humano com a máquina, tanto em ambientes formais de trabalho, como em atividades informais do cotidiano e do tempo destinado ao lazer. Com a *internet*, o usuário tem à disposição diversas maneiras de realizar compras, inclusive em diferentes países (GOMES et al., 2017). Deste modo, a maneira de oferecer produtos e/ou serviços também sofreu alterações, saindo, obrigatoriamente, do modo físico, presencial, no qual o cliente precisava se deslocar até uma loja ou ao local da empresa, passando para a possibilidade de comprar, pesquisar e, até mesmo, receber serviços e produtos sem, necessariamente, sair de casa.

Nesse sentido, a *internet* se apresenta como uma ferramenta importante na estratégia de *marketing* (BUGDAY; LEMBET, 2016), a qual possibilita, para as empresas, a expansão para novos mercados e o alcance de um número maior de clientes. Por outro lado, oferece aos clientes maior possibilidade de pesquisa, melhores condições de prazo, de entrega e de pagamento, além de permitir de forma ampla a comparação de preços (GOMES et al., 2017; ROCHA et al., 2017). Outra faceta importante consiste no fato do usuário obter, com facilidade, referências sobre um local, ou algo que deseja, por meio de depoimentos de contratantes ou de clientes, os quais poderão auxiliar na tomada de decisão. O consumidor, nesse novo cenário, deixa de ser passivo e assume uma postura de formador de opinião, o qual possui uma extensa rede de ouvintes (FRANTZA; HOFFMANN; FROEMMING, 2017).

Nos âmbitos do lazer e do turismo, as empresas, podem fazer uso de *sites*, os quais são divulgados por *e-mails*, redes sociais e/ou pela mídia televisiva, entre outras, para alcançar usuários que busquem por informações sobre as possibilidades existentes para ocupar seu tempo disponível, ou ainda, para difundir conhecimentos para pessoas de áreas afins e para divulgar serviços, por meio da *internet* (WHITTY; MCLAUGHLIN, 2007). As tecnologias

virtuais facilitam o acesso a informações mais detalhadas sobre os locais, os quais se pretende visitar, como, por exemplo, referentes a aspectos culturais do local e a condições climáticas e também facilitar no planejamento de viagens, na busca por hotéis e na elaboração de rotas turísticas.

Focalizando o campo da hospitalidade, a *internet* possibilita a comparação entre as diversas opções de meios de hospedagem, sendo assim, para ser competitivo, torna-se necessário que os estabelecimentos busquem destacar seus *sites* nos buscadores, visto que, em meio a tantas informações ofertadas no ambiente virtual, é necessário atrair o olhar dos usuários. Outro fator que pode auxiliar a destacar o estabelecimento em relação à concorrência, são os serviços ofertados, inclusive sobre a recreação, a qual pode ser um diferencial e influenciar na escolha de um hotel (GUARIZO, 2015).

O planejamento de atividades recreativas em *resorts* deve tomar como base que, durante o tempo destinado ao lazer, as pessoas, independentemente da idade, buscam por atividades que lhes satisfaçam, desta forma, o programa deve ser o mais amplo possível, envolvendo atividades de características distintas, a fim de contemplar diferentes faixas etárias e atender a diversas expectativas. Nesse sentido, os recursos tecnológicos podem promover novas vivências durante as práticas recreativas em diversos segmentos, como clubes, acampamentos, hotéis, entre outros, provocando a remasterização de algumas atividades, para atender às demandas da atualidade (OLIVEIRA; GUARIZO; AMATO; SCHWARTZ, 2016; SCHWARTZ; TAVARES, 2015). Outro fator que deve ser levado em consideração no momento da escolha das atividades, refere-se às especificidades inerentes a um *resort*, tendo em vista as exigências do público, a qual pode apresentar variação de um tipo de meio de hospedagem para outro.

Para além da atenção à diversificação das atividades que constituem o programa de recreação em *resorts*, a divulgação dessas atividades nos *sites*, pode ser considerada uma estratégia de *marketing*, principalmente pelo fato de que este tipo de hotel tem por característica a ampla oferta de atividades e equipamentos voltados ao lazer. Sendo assim, torna-se importante levar em consideração as informações apresentadas nos *sites*, acerca da recreação, no sentido de que estas sejam convidativas e atraentes, de modo a incitar a curiosidade do usuário, para obter mais informações e, também, despertar o desejo de participar de uma ou mais atividades.

Os estudiosos que costumam dedicar-se a análise de *sites*, apontam, com frequência, problemas relacionados à falta de informações necessárias para satisfazer os interesses de usuários de *sites*, à presença de conteúdos desatualizados (STRAUSS, 2016), ao nível de

complexidade e de dificuldade de navegação, assim como, a *design* pouco atrativo nos *sites* (AYKIN, 2016). Esses fatores são relevantes, para a divulgação de dados em qualquer área, pois podem comprometer a assimilação da informação veiculada.

Embora esses problemas, os quais caracterizam inadequação nos quesitos da Gestão da Informação e da Usabilidade de *sites* (WINCKLER; PIMENTA, 2002) sejam apontados em diversas áreas de estudos, ao se focalizar a atenção, especificamente, no campo da recreação e suas relações com os âmbitos do lazer, do turismo e da hotelaria, percebe-se uma lacuna de abordagens, em âmbito acadêmico, merecendo a atenção desse estudo. Além disso, as peculiaridades referentes a esse campo, nem sempre são levadas em consideração no desenvolvimento dos *sites*, o que pode impactar negativamente na administração e no planejamento de *marketing* dos estabelecimentos envolvidos.

Derivadas deste novo olhar para a apropriação dos recursos da *internet* no campo da hospitalidade, voltados à recreação e ao lazer, surgem as seguintes inquietações: Os *sites* dos *resorts* atendem aos requisitos de Usabilidade e de Gestão da Informação? Como os *resorts* estão divulgando as informações acerca do lazer e das opções de atividades recreativas? Como os estudos sobre Usabilidade de *sites* podem auxiliar na otimização da difusão de informações nos âmbitos do Turismo, Lazer e Hospitalidade?

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme as inquietações apresentadas na introdução deste estudo, no que concerne as divulgações de atividades recreativas nos *sites* de *resorts*, pode-se notar que embora, na maioria dos *sites*, estas estejam presentes, em poucos casos há informações detalhadas e claras. Sendo que, quando há descrição, nem sempre estas são o suficiente para que o usuário tenha a devida compreensão de todos os aspectos das atividades. Além disso, pode-se perceber que em muitos casos as atividades recreativas estavam dispersas em meio a outras informações, sem o devido destaque, o que dificultava, até mesmo encontra-las. Tendo em vista o pequeno número de *sites* de *resorts*, os quais disponibilizam o programa de recreação e lazer, bem como a falta de organização das informações, a ausência de destaque para mensagens, a supressão de detalhamentos, este estudo evidenciou que a falta Gestão da Informação acerca das atividades recreativas, a qual pudesse tratar, organizar e selecionar as mensagens a serem expostas nos *sites* de *resorts*.

No que se refere a organização dos *sites*, em poucos casos não haviam menus e *links* específicos para a divulgação do programa de atividades recreativas. Percebeu-se também a ausência de destaque para informações mais relevantes, bem como haviam conteúdos de difícil acesso, os quais não eram encontrados facilmente. Poucos *sites* continham adequações suficientes para atender a populações especiais, sendo os principais problemas referentes à inadequação do tamanho das letras e da falta de contraste entre as cores. Em alguns casos, notou-se ainda o agrupamento de informações distintas em um mesmo ícone, falta de demarcação de *links* já visualizados e o excesso de texto. Todos esses aspectos, os quais dizem respeito a usabilidade de *sites*, podem confundir o usuário, fazendo com que este apresente dificuldades para utilizar os *sites* e, portanto, carecem de melhorias.

Os estudos acerca da Gestão da Informação nos âmbitos do Turismo, Lazer e Hospitalidade, podem auxiliar na utilização de uma linguagem de fácil compreensão, com elementos informativos, a qual deve possibilitar o conhecimento detalhado das opções ofertadas nos *resorts*, como, por exemplo, a respeito da faixa etária atendida, da maneira como as atividades estão divididas nessas faixas etárias, da duração de uma atividade, da necessidade de vestimenta específica, da possível restrição para participar (idade, altura), da especificação de custos extras, da apresentação de informações sobre preço e forma de pagamento, entre outros.

Já no que tange aos benefícios de se realizar acerca da Usabilidade de *sites* nesses campos, pode-se apontar melhorias nos aspectos relacionados ao design, os quais podem

auxiliar na construção de *sites* mais atrativos e acessíveis, além disso, notou-se que se ao levar em conta os critérios de usabilidade, os *sites* podem se tornar mais acessíveis, o uso pode ser facilitado, assim como, as informações podem ser encontradas mais rapidamente. Todos estes aspectos apontados podem favorecer os *resorts* no que tange a aquisição e manutenção de cliente, assim como, podem contribuir para traçar estratégias de *marketing* efetivas, o que pode impactar na venda do estabelecimento. Desta forma, pode-se perceber que existem lacunas a serem preenchidas para que os *sites* dos *resorts* se tornem mais organizados, contenha informações mais claras e objetivas, as quais esclareçam as dúvidas dos usuários.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, N.; BRITO, P. L.; JORGE, W. E. **Hotel: planejamento e projeto**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **NBR 9241-11: requisitos ergonômicos para trabalho de escritório com computadores: parte 11 – orientações sobre usabilidade**. Rio de Janeiro: ABNT, 2002.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE *RESORTS*. **O que é um resort?** Disponível em: <<http://www.resortsbrasil.com.br>>. Acesso em: 05 de jun. de 2017.

AYKIN, N. (Ed.). *Usability and internationalization of information technology*. Boca Raton: CRC Press, 2016.

BARBOSA, S. D. J.; SILVA, B. S. **Interação Humano-Computador**, 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Elsevier, 2010.

BARBOSA, M. A. **O lazer nos resorts brasileiros: um diagnóstico na perspectiva das estratégias organizacionais**.f.126. Dissertação (Mestrado) Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal De Minas Gerais, Belo Horizonte, 2010.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*, Edições 70, 2016

BRASIL. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Cartilha de Orientação Básica: Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass)**, 2010. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/>> Acesso em: 02 jun. 2017.

BRASIL. Ministério Do Turismo. **Regulamento do sistema oficial de classificação de meios de hospedagem**, 2011. Disponível em: <<http://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/>>. Acesso em: 11 jan. 2017.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Internet é Fonte para 1,87 milhão de Turistas Estrangeiros**, 2014. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas\\_](http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_)>Acesso em: 05 dez. 2017.

BORBA, C. **Turismo em resorts**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2005

BORGES FILHO, C. C.; REINHARDT, M. P. S.; CARVALO, V. M.; ANJOS, S. J. G. A gestão da informação como subsídio para tomada de decisão: estudo de caso dos hotéis em Balneário Piçarras/SC. **Applied Tourism**, Balneário Camboriú,v.2, n.1,p. 40-51, 2017.

BROWN, J. J.; REINGEN, P. H. Social Ties and Word-of-Mouth Referral Behavior. **Journal of Consumer Research**, Chicago, v.14, n.1, p. 350-62, 1987.

BRASIL SERVICE & HOLDING (BSH INTERNACIONAL). *Resorts no Brasil*, 2014. Disponível em: < <http://www.bshinternational.com/sys/download/resortssnobrasil2014.pdf>>. Acesso em: 02 jun. 2017.

BUGDAY, E. B.; LEMBET, Z. A New Perspective in Marketing: Entertainment Marketing. **International Journal of Innovative Research and Development**, Kolkata, v. 5, n. 6, p. 1-8, 2016.

CAMARGO, L. O. L. **O que é lazer**. 3. ed. São Paulo: Brasiliense, 1992. p.104.

CHIAVENATO, I. **Introdução à Teoria Geral da Administração**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003

CHOO, C.W. **Information Management for the Intelligent Organization: The Art of Scanning the Environment**. 3.ed Medford, 2002.

CHOO, C. W. **A Organização do Conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2003.

COCKTON, G. Usability Evaluation. In: SOEGAARD, M.; FRIIS, R. (Orgs.) **Encyclopedia of Human-Computer Interaction**. Aarhus: The Interaction Design Foundation, 2012.

CORIOLOANO, L. N. M. T.; ARAÚJO, A.M.M.; VASCONCELOS, F.P. et al. **Arranjos produtivos locais do turismo comunitário**: Atores e cenários em mudanças. Fortaleza: EdUECE, 2009.

COX, D. F. *The Audiences as Communicators*. Chicago: American Marketing Association, 1963.

CHU, R. **What online Hong Kong travelers look for on airline/travel websites?**. *International Journal of Hospitality Management*. Kidlington, Elsevier v.20, n1, p.95-100, 2001

DAVENPORT, T. H. **Ecologia da informação**: por que só a tecnologia não basta para o sucesso na era da informação. 5. ed. São Paulo: Futura, 2002

DUMAZEDIER, J. **Sociologia empírica do lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DE BENS, SERVIÇOS E TURISMO DO ESTADO DE MINAS GERAIS (FECOMERCIO). **Cadeia Produtiva do Turismo**. Disponível em: <<http://www.fecomerciomg.org.br/produtos-e-servicos/turismo/cadeia-produtiva-do-turismo/>> Acesso em dez.2017.

FOSTER, L. F. **Teoría y técnica del turismo**. Madrid: Nacional, 1971.

FRANTZ, S; HOFFMANN, A.N.W.; FROEMMING, M.S. *Como empresas e consumidores*

estão visualizando a nova era digital. **RACEX – Revista de Administração e Comércio Exterior**, Passo fundo, v.3, n.3, p. 41-60, 2017.

GARRIGOS-SIMON, F. J.; GALDON, J. L.; SANZBLAS, S. Effects of crowdvoting on hotels: the Booking com case. *International Journal of Contemporary. Hospitality Management*, Bingley, v. 29, n. 1, p. 419-437, 2017.

GOMES, M.A.S; SILVA, N.L., SILVA, A.V., SADOYAMA, A.S.P. O comportamento do consumidor que atua no comércio eletrônico e seus reflexos na economia. In: SIMPÓSIO DE METODOLOGIAS ATIVAS: INOVAÇÕES PARA O ENSINO E APRENDIZAGEM NA EDUCAÇÃO BÁSICA E SUPERIOR, 1, 2017, Goiânia, **Blucher Education Proceedings...**, Goiânia: UFG, 2017. p. 122-132.

GUARIZO, M.A. **Aspectos relevantes na sistematização das atividades recreativas: visão do profissional**, 40 f. Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Educação Física) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2015.

HANDAYANI, P.W.; ARIFIN, Z, Factors affecting purchase intention in tourism e-marketplace. In: V INTERNATIONAL CONFERENCE ON RESEARCH AND INNOVATION IN INFORMATION SYSTEMS, ICRIIS, 2017. Langkawi, **Proceedings...**, Langkawi, IEEE, 2017. p. 1-6.

HENNIG-THURAU, T. GWINNER, K.P.; WALSH, G.; GREMLER, D.D. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the *internet*? **Journal of Interactive Marketing**, New York, v. 18, n. 1, p. 38-52, 2004.

HOFFMAN, K. D.; BATESON, J. E. G. **Princípios de Marketing de Serviços: Conceitos, Estratégias e Casos**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HOFFMANN, C. A. K. O comportamento do consumidor, o boca a boca eletrônico (eBAB) e as redes sociais *on-line*: conhecimento atual e direções futuras. **Revista FAE**, Curitiba, v.20, n. 1, p. 27-41, 2017.

HOLTERMANN, A.; KRAUSE, N.; BEEK, A.J.V.; STRAKER, L. The physical activity paradox: six reasons why occupational physical activity (OPA) does not confer the cardiovascular health benefits that leisure time physical activity does. **Br J Sports Med**, v.3, n.52, p.149-150, 2018.

JONES LANG LaSALLE (JLL) **Hotelaria em Números 2017**, 2017. Disponível em: <<http://www.jll.com.br/brazil/pt-br/relatorios/175/hotelaria-em-numeros-2017>>. Acesso em: 03 jan. 2018.

KETTINGER, J. K.; MARCHAND, D. A. Information management practices (IMP) from the senior manager's perspective: an investigation of the IMP construct and its measurement. **Information Systems Journal**, v. 21, n. 5, p. 385-406, 2011.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do novo milênio**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice

Hall, 2006.

LAWSON, F. **Hotéis e resorts: planejamento, projeto e reforma**. Porto Alegre: Bookman, 2003.

MARCHAND, D. A.; KETTINGER, W. J.; ROLLINS, J. D. **Information orientation: the link to business performance**. New York: Oxford, 2001.

MARTINS, A.I.; QUEIRÓS, A., ROCHA, N.P.; SANTOS, B.S.. Avaliação de usabilidade: uma revisão sistemática da literatura. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologia da Informação**, Porto, n. 11, p. 31-43, 2013.

MARTINS, S.D. **Gestão da Informação: estudo comparativo de modelos sob a ótica integrativa dos recursos de informação**. 182f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal Fluminense, 2014.

MCGEE, J.V.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação: aumente a competitividade e a eficiência de sua empresa utilizando a informação como uma ferramenta estratégica**. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MIELLENHAUSEN, U. Gestão de mix promocional para agências de viagens e turismo. In: LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (Orgs.). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

MONEY, R. B.; GILLY, M. C.; GRAHAM, J. L.. Explorations of National Culture and Word-of-Mouth Referral Behavior in the Purchase of Industrial Services in the United States and Japan. **Journal of Marketing**, West YorkShire, n.62, p76–87, 1998.

MORVILLE, P.; ROSENFELD, L. **Information architecture for the world wide web**. 3.ed. ebastopol: O'Really, 2006.

NIELSEN, J. **Designing web usability: The practice of simplicity**. São Francisco/US: New Riders Publishing, 1999.

NIELSEN, J. **Designing Web Usability**. Indiana: New Riders Publishing, 2000.

NIELSEN, J.; LORANGER, H. **Prioritizing web usability**. Londres: Pearson Education, 2006.

NIELSEN, J.; LORANGER, H. **Usabilidade na Web: projetando websites com qualidade**. Tradução Edson Furmankiewicz; Carlos Schafranski. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

OLIVEIRA, L.A.P. **Ressonâncias da Tecnologia Virtual na Recreação em Hotéis**. f.83. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Humano e Tecnologia) – Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Humano e Tecnologias, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2017.

OLIVEIRA, L. A. P.; GUARIZO, M. A.; AMATO, D. C.; SCHWARTZ, G.M. **Jogos e brincadeiras na escola: nada mais sério para a aprendizagem - Volume 18**. São Paulo:

Editora CRV, 2016.

ORTIZ, T. B.; BOARIA, F. O turismo e a *web*: uma análise sobre a influência da *internet* nas escolhas do turista de Foz do Iguaçu/PR. IN: X FÓRUM INTERNACIONAL DE TURISMO DO IGUASSU, 2016, Foz do Iguaçu. Anais..., Foz do Iguaçu, Univale, 2016, p.1-22.

PANTANO, E.; PIETRO, L. D. From e-tourism to f-tourism: emerging issues from negative tourists' online reviews. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, Bingley, v. 4, n. 3, p. 211–227, 2013.

PAZ, F.; PAZ, F.A.; ARENAS, J.J.; ROSAS, C. A Perception Study of a New Set of Usability Heuristics for Transactional Web *Sites*. In: INTELLIGENT HUMAN SYSTEMS INTEGRATION (IHSI), 2018, Cham, **Proceedings ...**, Cham: **Springer**, 2018, p.620-625.

PEREIRA, F. R.; BEHR, A.; FARIAS, E.S.; CORSO, K.B. *Internet* no setor hoteleiro: Uma investigação sobre o uso da *internet* por hotéis e pousadas de Sant´ana do Livramanto/ RS. **Revista Acadêmica São Marcos**, Alvorada, v.3, n.2, p.79-100, 2013.

PINA, A. J. S.; HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M.; CAMPÓN-CERRO, A. M. A usabilidade de um *website* de um destino turístico e os seus efeitos na procura: aproximação a um índice de satisfação digital. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, Aveiro, v.1, n 27/28, p. 733-744, 2017.

PINTO, M.M.A **Gestão da Informação nas Universidades Públicas portuguesas**: reequacionamento e proposta de modelo. Tese (Doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais) – Programa de Informação e Comunicação em Plataformas Digitais. Universidade do Porto. Porto, 2015.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

ROCHA, F. A. F.; TEIXEIRA, J. C. M.; CALAZANS, D. L. M. S.; ROCHA, A.V.; MADRUGA, M. As contribuições da *internet* nos efeitos da sazonalidade: um estudo realizado em um hotel de pequeno porte. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação – Brazilian Journal of Management & Innovation**, Caxias do Sul, v.4, n.2, p.42-63, 2017. Disponível em: <http://www.uces.br/etc/revistas/index.php/RBGI/index>. Acesso 20 de dez.2017

RODRIGUES, F. N.; DANTAS, E. W. C. *resorts* no Nordeste brasileiro: da inserção ao discurso empresarial verde no porto das dunas, Aquiraz/CE. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 8, n. 15, p. 2-20, 2017.

RODRÍGUEZ, G.; PÉREZ, J.; CUEVA, S.; TORRES, R. A framework for improving web accessibility and usability of Open Course Ware *sites*. **Computers & Education**, Amsterdam, v. 109, n. 1, p. 197-215, 2017.

RUFINO, L.G.B. Entre o modelo tradicional e o escandinavo de produção de tese. 2015. Posgraduando.com. Disponível em: < <http://posgraduando.com/entre-o-modelo-tradicional-e-o-escandinavo-de-producao-de-tese/>>. Acesso em: 20 jun.2017.

SAMPAIO, C. F. Produção territorial dos *resorts* no litoral do Ceará-Brasil: cenários e fantasias. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 6, n. 3, p.575-584, fev. 2016.

SCHULENBURG, R.; PEZZINI, M. R. Sistematização de conceitos ergonômicos e semióticos para projetos de interfaces gráficas do usuário. **Projética**, Londrina, v.4, n.1, p. 199-218, Jan-Jun, 2013.

SCHWARTZ, G. M. O conteúdo virtual do lazer: contemporizando Dumazedier. **Revista Licere**, Belo Horizonte, v. 2, n. 6, p. 23-31, 2003.

SCHWARTZ, G. M.; SANTIAGO, D. R. P.; KAWAGUTI, C. N.; TAVARES, G. H.; FIGUEIREDO, J. P.; NAZARIO, M. E. S. **Gestão da informação sobre esporte recreativo e lazer**: Balanço da Rede CEDES. 1. ed. Jundiaí: Fontoura, 2010.

SCHWARTZ, G. M.; SANTIAGO, D. R. P. ; KAWAGUTI, C. N. ; TAVARES, G. H. ; FIGUEIREDO, J.P. ; PALHARES, M. F. S. ; NASCIMENTO, A. M. . Apropriação

das Tecnologias Virtuais Como Estratégias de Intervenção no Campo do Lazer: Os Webgames Adaptados. **Revista Licere**, v. 16, p. 1-26, 2013.

SCHWARTZ, G. M.; TAVARES, G. H. **Webgames com o corpo** - vivenciando jogos virtuais no mundo real. São Paulo: Phorte Editora, 2015.

SILVERMAN, G. **The Secrets of Word-of-Mouth Marketing**: How to Trigger Exponential Sales Through Runaway Word-of-Mouth. New York: American Marketing Association., 2001.

SPINOLA, V.; CARVALHO, P. A animação em contexto hoteleiro: o caso do hotel Vila Porto Mare (Ilha da Madeira/Portugal). **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, Málaga, v. 9, n. 21, p. 1-21, dez. 2016.

STRAUSS, J. et al. **E-marketing**. New York, Routledge, 2016.

TAVARES, G. H. **Gestão da informação sobre lazer e esporte recreativo**. f.163. Tese (Doutorado em Ciências da Motricidade) - Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, Rio Claro, 2013.

TEODORO, A. P. E. G.; SCHWARTZ, G. M. Oficina de vivências dentro dos interesses culturais de lazer - virtuais. In: AZEVÊDO, P. H.; BRAMANTE, A.C. (Org.). **Gestão estratégica das experiências de lazer**. 1ed. Curitiba: Appris, 2017, v. 1, p. 311-317.

THIENGBURANATHUM, P.; CANG P.; YU H. Overview of Personalized Travel Recommendation Systems. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON AUTOMATION & COMPUTING, 22. , 2016, Colchester. **Proceedings** ...Colchester: University of Essex, 2016. p 1-8.

TORRANCE, H. Experimenting with qualitative inquiry. **Qualitative Inquiry**, New Castle, v. 23, n. 1, p. 69-76, 2017.

VENÂNCIO, M. G. M. Planejamento e gestão do Programa de Regionalização do Turismo no Rio Grande do Norte. **Revista Estudos de Administração e Sociedade**. Niterói v.2, n.2 p. 58–79, 2017. Disponível em: <<http://www.revistaeas.uff.br>>. Acesso em 04 jan. 2018

VIVEKANANTHAM, A.; PROTHEROE, J.; MULLER, S.; HIDER, S. Evaluating on-line health information for patients with polymyalgia rheumatica: a descriptive study. **BMC Musculoskeletal Disorders**, Cham, v. 18, n.1, p. 43-50, 2017.

ZABOT, J.B.M.; SILVA L.C.M. **Gestão do Conhecimento**: aprendizagem e tecnologia - construindo a inteligência coletiva. São Paulo: Atlas, 2002.

ZHOU, Q.; DeSANTIS, R. Usability Issues in City Tourism Website Design: A Content Analysis. In: INTERNATIONAL PROFESSIONAL COMMUNICATION CONFERENCE, 2005, Limerick. **Proceedings**... Limerick: Mercer University, 2005.p.789-796.

WARD, J.; PEPPARD, J. **The Strategic Management of Information Systems**: Building a Digital Strategy. Hoboken: John Wiley & Sons, 2016.

WHITTY, M. T.; MCLAUGHLIN, D. Online recreation: The relationship between loneliness, *Internet* self-efficacy and the use of the *Internet* for entertainment purposes.

**Computers in Human Behavior**, Doetinchem, v. 23, n. 3, p. 1435-1446, 2007.

WINCKLER, M.; PIMENTA, M.S. Avaliação de Usabilidade de *Sites* Web. In: ESCOLA REGIONAL DE INFORMÁTICA, 2002, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: SBC, 2002. Disponível em: <<https://www.irit.fr/~Marco.Winckler/2002-winckler-pimenta-ERI-2002-cap3.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2016. Porto Alegre: SBC, p. 1-54, 2002.