

TECNOLOGIAS E RECREAÇÃO EM HOTEL: ACEITAÇÃO DE PAIS SOBRE INSERÇÃO DE ATIVIDADES REMASTERIZADAS NO PROGRAMA DE RECREAÇÃO

Recebido em: 16/01/2018

Aceito em: 18/09/2018

*Luis André Pereira de Oliveira*¹

*Gisele Maria Schwartz*²

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)
Rio Claro – SP – Brasil

RESUMO: Esse estudo qualitativo investigou a aceitação dos pais sobre a incorporação de atividades recreativas remasterizadas, utilizando tecnologia virtual, ao programa de recreação, para crianças de 6 a 12 anos, em dois ambientes: 1- hotel (urbano) e 2- hotel-fazenda, do Circuito das Águas Paulista. Aplicou-se um questionário misto, a uma amostra intencional de 34 pais, após a participação das crianças em caça ao tesouro com *WhatsApp*. Os dados foram analisados descritivamente, por meio de Análise de Conteúdo, com duas categorias: 1- hotel e 2- hotel-fazenda. Os resultados apontam que os índices de rejeição e aceitação dos pais, em ambos os ambientes, sobre a incorporação de atividades recreativas remasterizadas, foram bem semelhantes, entretanto foram apontadas ressalvas, como a utilização por tempo limitado e controlado, a necessidade de adequação do conteúdo à faixa etária e a manutenção das atividades dinâmicas.

PALAVRAS CHAVE: Tecnologia. Recreação Hoteleira. Atividades de Lazer.

TECHNOLOGIES AND RECREATION IN HOTEL: ACCEPTANCE OF PARENTS ON INSERTION OF REMASTERED ACTIVITIES IN THE RECREATION PROGRAM

ABSTRACT: This qualitative study investigated the acceptance of parents on the incorporation of recreational remastered activities using virtual technology into the recreational program, offered to children from 6 to 12 years, in two environments: 1 - hotel (urban) and 2 – farm-hotel, at Circuito das Águas Paulista. Applied a mixed questionnaire to an intentional sample of 34 parents, after the participation of their children in a treasure hunt with *WhatsApp*. Data were descriptively analyzed by Content Analysis, with two categories: 1 - hotel 2 – farm-hotel. Results indicated that the rates of rejection and acceptance of parents, on the incorporation of remastered recreational activities into the program, in both environments were very similar,

¹ Mestre em Desenvolvimento Humano e Tecnologias. LEL –Laboratório de Estudos do Lazer - Dept. de Educação Física, Instituto de Biociências/UNESP - Rio Claro

² Professora Adjunta da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. LEL –Laboratório de Estudos do Lazer - Dept. de Educação Física, Instituto de Biociências/UNESP - Rio Claro

however the parents pointed out caveats, as the use of controlled and limited time, the need of the adequacy of the content to the age group and the maintenance of dynamic activities.

KEYWORDS: Technology. Hotel Recreation. Leisure Activities.

Introdução

O turismo é um dos setores da economia que vem se destacando e surpreendendo as estimativas previamente projetadas pelo setor no Brasil. Com base nos números apresentados pelo Boletim de Desempenho Econômico do Turismo, publicação trimestral realizada pelo Ministério do Turismo, por meio da Fundação Getúlio Vargas (FGV), as expectativas quanto ao faturamento do setor como um todo foram superadas em 37% e os postos de trabalho também foram superados em 38%, ao se tomar o que os representantes da área tinham como prognóstico para o último trimestre de 2016. Esse levantamento foi realizado entre 2 e 31 de janeiro de 2017 (BRASIL, 2017) e foram ouvidas 918 empresas, representando 71.498 postos de trabalho. Para se ter uma ideia da importância desse setor, o faturamento para o último trimestre de 2016 foi de R\$ 7,8 bilhões, divididos em sete segmentos: Transporte, Parques e Atrações, Agências de Viagens, Meios de Hospedagem, Turismo Receptivo, Organizadores de Eventos e Operadoras de Turismo.

Esses segmentos podem, em determinado momento, concorrer entre si, como por exemplo, no segmento de transporte. Nesse âmbito, a concorrência pode se dar pela opção de como o cliente decide se deslocar, sendo assim, o transporte aéreo estaria concorrendo com o transporte rodoviário. Além disto, esta concorrência ainda pode se dar pela escolha de determinada companhia aérea, ou viação rodoviária, com a qual haverá o deslocamento, sendo levados em conta fatores como: preço, conforto, facilidade na compra de passagens, entre outros.

Já em outros momentos, a concorrência pode acontecer entre outros segmentos, por exemplo, o segmento Parques e Atrações concorrendo com o segmento de Organizadores de Eventos. Pode ocorrer, também, a cooperação entre os segmentos, atendendo ao cliente desde a venda, realizada pelo segmento Agências de Viagens, passando pelos segmentos de transporte, meio de hospedagem e outras possibilidades proporcionadas pelo segmento de Parques e Atrações ou Organizadores de Eventos.

Para que estas possibilidades de interações aconteçam adequadamente, já há algum tempo, o setor do turismo faz uso de tecnologias virtuais e da internet para divulgar seus serviços e produtos, sejam por meio de *sites* institucionais, mídias sociais, como Facebook^(TM), *blogs*, *microblogs* como Twitter^(TM) e *sites* de compartilhamento de conteúdo, como Youtube^(TM) ou Instagram^(TM). Esses recursos deixaram a competição intra e entre os segmentos mais acirrados, pois transformaram o comportamento dos clientes, uma vez que esse cliente tem acesso direto às informações de serviços e produtos e, com isso, podem fazer suas escolhas com os fornecedores de sua preferência, sem intermediários (BUHALIS; LAW, 2008).

Nesse sentido, o processo de desintermediação (compra direta com o fornecedor) na prestação de serviços turísticos é bastante presente, pelo crescimento da influência da tecnologia nessas relações entre cliente e prestador de serviço (BRAZTOA, 2015). Por um lado, o prestador de serviço está cada vez mais presente no mercado, por meio da tecnologia virtual, *internet* e suas várias possibilidades de divulgação do serviço e, por outro lado, o cliente está cada vez mais conectado e atento às oportunidades.

Este serviço comercializado pela internet tem sido representado pelo e-commerce definido por Franco Junior (2001, p.06) [...] como sendo um sistema de gerenciamento da rede de operações de vendas, o que implica relacionamento com

clientes e entrega de produtos ou serviços[...]. “Um exemplo de *e-commerce* no setor do turismo o qual foi largamente incorporado pelos clientes são os *sites* que comparam preços de hotéis e companhias aéreas, uma vez que esses podem disponibilizar, além da venda individualizada ou associada de serviços, como: passagens, hotéis, alugueis de carro, ingressos, entre outras opções. Embora sejam intermediários nas vendas, podem oferecer ao cliente variadas opções de transporte e hospedagem para a mesma localidade, acirrando a concorrência, com o diferencial de conter avaliação e comentários dos usuários anteriores dos serviços prestados.

Ao se centrar a atenção no segmento de Meios de Hospedagens, o Ministério do Turismo, divide os hotéis em sete categorias: hotel, resort, hotel-fazenda, cama & café, hotel histórico, pousada e flat/apart-hotel, sendo que há, ainda, a utilização da simbologia de estrelas, para estabelecer categorias específicas para cada tipo: hotel (1 a 5 estrelas), hotel-fazenda (1 a 5 estrelas), cama & café (1 a 4 estrelas), resort (4 a 5 estrelas), hotel histórico (3 a 5 estrelas), pousada (1 a 5 estrelas), flat/apart-hotel (3 a 5 estrelas). Assim, considera-se que “[...] cada tipo de meio de hospedagem reflete diferentes práticas de mercado e expectativas distintas dos turistas [...], já que um hotel 5 estrelas é diferente de uma pousada 5 estrelas (BRASIL, 2011, p. 02).

Dessa forma, a concorrência neste segmento do turismo pode ocorrer entre **hotéis do mesmo tipo**, por exemplo: um hotel (urbano) definido como “[...] estabelecimento com serviço de recepção, alojamento temporário, com ou sem alimentação, ofertados em unidades individuais e de uso exclusivo dos hóspedes, mediante cobrança de diária.” (BRASIL, 2011 p. 03). Este concorre com outro hotel (urbano) o qual se enquadra no mesmo tipo. Sendo assim vários fatores podem interferir na escolha desse hotel, como por exemplo:

- **Localização** - esse hotel pode estar localizado na praia ou montanha, pode ser central ou estar localizado nos bairros, pode estar próximo ou afastado dos meios de transporte, como aeroporto ou rodoviária e, ainda, estar próximo ao local de determinado evento.

- **Infraestrutura** - pode ser vista nas acomodações, como quartos e banheiros, segurança, com ou sem garagem, equipamentos destinados ao lazer como quadras e piscinas.

- **Serviços** - o hotel pode conter serviço de lavanderia, restaurante e equipe de recreação. Ainda, a concorrência no setor hoteleiro pode ocorrer entre **hotéis de tipos diferentes**, como por exemplo: hotel concorrendo com hotel-fazenda, o qual é definido como “[...] localizado em ambiente rural, dotado de exploração agropecuária, que ofereça entretenimento e vivência do campo.” (BRASIL, 2011 p. 3), os quais diferem em relação às práticas de mercado e expectativas dos turistas.

A tecnologia virtual e a *internet* vêm sendo fundamental para o *marketing* desses hotéis, visando conquistar novos clientes e fidelizar os já existentes, divulgando novos serviços ou atrações. Durante e após a estadia, alguns serviços são fundamentais, como a presença de rede *wi-fi*, como sugerem Melian-Gonzalez e Bulchand-Gidumal (2016), na avaliação do desempenho do hotel, por meio da opinião de clientes via *e-mail*, *sites* de distribuição como *Booking.com*, aplicativos móveis, ou *sites* de análise do viajante, como *TripAdvisor*, com a finalidade de melhorar a qualidade da hospitalidade.

Nesse mercado cada vez mais competitivo, surge a necessidade de se criar uma identidade única, para diferenciar dos serviços de concorrentes e atrair o consumidor para determinado destino turístico (MIKULIC, J.; MILICEVIC, K.; KRESIC, D., 2016). Um dos serviços prestados no segmento de **meios de hospedagem**, por vários tipos de hotéis, *resorts*, hotéis-fazenda e pousadas, é o serviço de recreação. A recreação

pode ser entendida como “[...] um conjunto de atividades com caráter lúdico, que busca promover entretenimento e divertimento [...]”, conforme Castro (2007, p. 07), sendo que essas atividades, geralmente, ocorrem em momentos destinados ao lazer.

Quando o serviço de recreação é realizado nas dependências de meios de hospedagem, este ganha objetivo próprio. Segundo uma definição clássica de Loughlin (1971), a recreação hoteleira tem por objetivo atender satisfatoriamente as principais vontades e desejos dos hóspedes de encontrarem diversão, durante a permanência nos hotéis, no tempo destinado ao lazer. Esse serviço se tornou essencial para turistas, os quais destinam o tempo de estadia nos diversos meios de hospedagem às vivências do contexto do lazer. No entanto, a maior parte dos destinos é vendida de forma muito semelhante; destacando características genéricas, como atrações, pessoas amigáveis e divertimento (AVRAHAM; KETTER, 2016), sem enfatizar detalhes que possam servir de diferenciais atrativos.

Uma forma de diferenciação da concorrência, poderia estar centrada na atuação dos profissionais que agem com prestadores de serviço de recreação hoteleira, os quais podem ampliar a abrangência de seus programas de atividade recreativa, contemplando todos os interesses culturais no lazer, os quais foram classificados por Dumazedier (1980) como: interesses físico-esportivos, manuais, intelectuais, artísticos e sociais, além do interesse turístico desenvolvido por Camargo (1998) e o virtual, sugerido por Schwartz (2003). Esta forma de organização do programa de recreação permitiria contemplar todos os interesses no que tange às vivências de atividades no contexto do lazer.

No que diz respeito ao interesse virtual no lazer, a elaboração de programas de atividades recreativas os quais façam uso de tecnologias virtuais, pode se tornar um

diferencial e proporcionar, a determinado destino turístico onde essas atividades são realizadas, características especiais ainda pouco exploradas em outros locais, atendendo a expectativas e necessidades únicas (AVRAHAM; KETTER, 2016). Entretanto, estas alterações nos programas de recreação ainda não foram suficientemente estudadas e os interesses e a aceitação pela inserção de atividades utilizando tecnologias virtuais nos programas de recreação em hotéis ainda não recebeu a devida atenção na literatura sobre a temática.

Sendo assim, este estudo tem por objetivo investigar a aceitação dos pais sobre a remasterização de atividades recreativas, envolvendo de tecnologia virtual, por crianças de 6 a 12 anos, participantes de um programa de atividades recreativas em hotéis.

Método

O estudo apresenta natureza qualitativa e aliou pesquisas bibliográfica e exploratória. Para a revisão bibliográfica sobre o tema desta pesquisa, foram realizadas buscas em bases de dados nacionais e internacionais. A utilização desses bancos de dados se justifica, por concentrarem um número significativo de teses, dissertações e artigos publicados, nos últimos anos, disponíveis para pesquisa. Como critérios de inclusão, foram estabelecidos: publicações revisadas por pares, nos idiomas português e inglês, na íntegra para *download* gratuito.

A pesquisa exploratória utilizou como instrumentos para a coleta de dados dois questionários. O primeiro questionário foi referente à caracterização da amostra O segundo questionário foi relativo à aceitação, por parte dos pais, sobre a utilização de atividades remasterizadas, referente à vivência de um caça ao tesouro com o aplicativo

WhatsApp, (TEODORO; SCHWARTZ, 2017, p. 311-318) realizada por crianças, participantes do programa de recreação em hotéis, por meio de três questões abertas.

1. Qual a sua posição em relação à utilização de tecnologias virtuais nas atividades de recreação desenvolvidas nesse hotel?

2. Você acha importante que haja a introdução de tecnologia virtuais (GPS, mapas e *site* de pesquisa) no programa de atividades desse hotel? Por meio dessa questão, investiga-se outros recursos tecnológicos diferente do aplicativo *WhatsApp*, se seriam aceitos pelos pais. Dessa forma, não atrelando uma possível rejeição a tecnologias virtuais ao aplicativo utilizado.

3. Em um programa de atividade de aproximadamente 9 (nove) horas, deste hotel, quanto tempo deve ser destinado a atividades utilizando tecnologias virtuais?

Fizeram parte da amostra intencional participante do estudo 34 adultos, pais de crianças que participaram de um programa de recreação dos hotéis encontrados no Circuito das Águas Paulista. A amostra foi composta por 24 hóspedes de três diferentes hotéis-fazenda e 10 hóspedes de um hotel (urbano), de ambos os gêneros, com média de idade de 42 anos.

Os hotéis participantes foram selecionados previamente, por conveniência. Entre os fatores da seleção encontram-se variáveis importantes para o estudo, como: preço, localização, classificação hotel-fazenda e hotel (urbano) e apresentação de programa organizado de atividades recreativas.

Todos os participantes assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, seguindo-se as exigências éticas. O estudo foi aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UNESP-Rio Claro, sob parecer número 2.021.569.

A vivência desenvolvida pelas crianças de 6 a 12 anos, filhos dos hóspedes, os quais fizeram parte da amostra do estudo, foi relativa uma atividade recreativa remasterizada a qual fez uso de um caça ao tesouro que se utilizava do aplicativo *WhatsApp*, para seu desenvolvimento. A atividade recreativa remasterizada foi aplicada pelas equipes de recreação parceiras, sem a interferência do pesquisador. As crianças permaneciam nesta atividade deslocando-se pelas estações por quarenta minutos, depois retornavam para o local onde a atividade teve início para que fosse realizada a contagem dos pontos e a divulgação do resultado. Nessa atividade foram utilizados os celulares da equipe de recreação.

Para a análise dos dados utilizou-se a Técnica de Análise de Conteúdo proposta por Bardin (2011). Essa técnica é utilizada para estabelecer uma descrição sistemática e objetiva acerca do conteúdo das respostas advindas do questionário, buscando sua compreensão mais densa. Como prevê esta técnica, foram estabelecidas *a priori* duas categorias de análise. A categoria 1 foi referente a “hotel (urbano)”, e a categoria 2 foi relativa a “hotel-fazenda (rural)”. Para ambas as categorias, foram cruzados os dados relativos à caracterização da amostra referente ao tipo de classificação do hotel em que os participantes estavam hospedados, com as questões correspondentes a sua categoria.

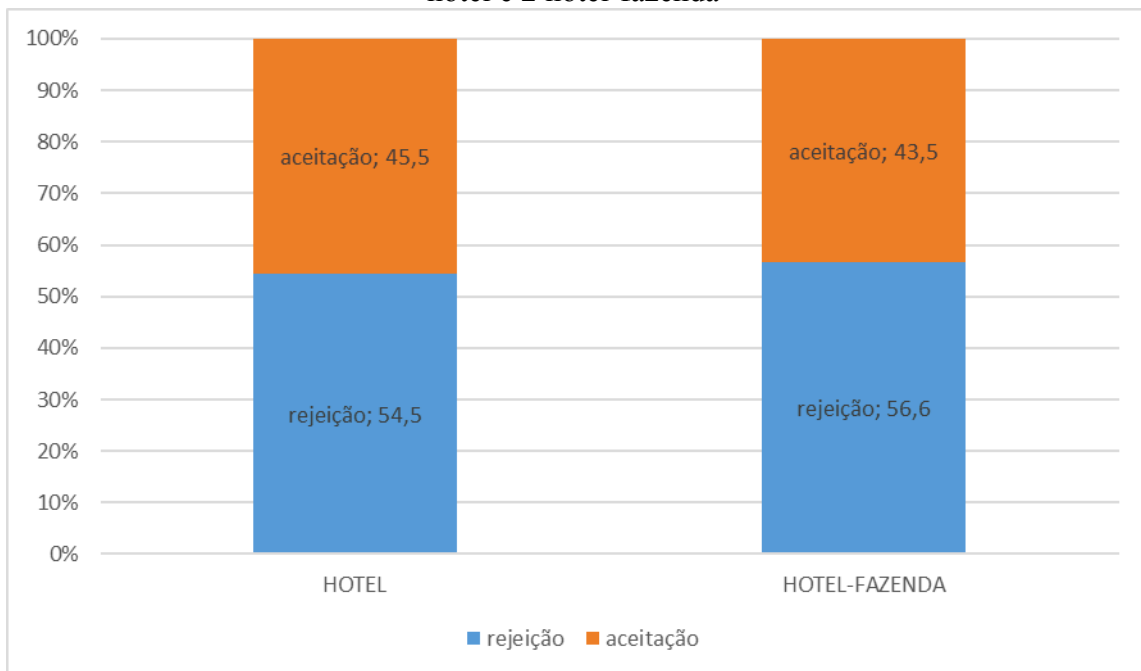
Resultados e Discussão

No que se refere à primeira questão relativa à aceitação, por parte dos pais, sobre a utilização de recursos virtuais, baseados em atividades remasterizadas, tendo como exemplo a vivência de um caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp*, (TEODORO; SCHWARTZ, 2017, p. 311-318) realizada por crianças com idade entre 6 e 12 anos, no programa de recreação em hotéis, houve respostas variadas. Os resultados apontaram

que, na Categoria 1 hotéis, 54,5% dos participantes não aceitam a utilização das atividades recreativas remasterizadas, como o caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp* no hotel, enquanto 45,5% aceitam. Algumas sugestões de uso foram apontadas, sobretudo, em relação à necessidade de manutenção das relações humanas nas atividades, de aplicação de atividades convencionais e tradicionalmente utilizadas no contexto da recreação e quanto à limitação do tempo de duração dessas atividades como o caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp* em hotel, para a faixa etária em questão. Entre as vantagens de uso, foram relatadas possibilidades de desenvolver atividades atualizadas com o que está acontecendo no mundo e despertar o interesse pelas tecnologias virtuais.

Na categoria 2 hotéis-fazenda, a rejeição à utilização de atividades remasterizadas como o caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp* em hotel-fazenda aumentou, representando 56.5% das opiniões dos pais e foram também evidenciadas sugestões em relação à necessidade de manutenção do contato com a natureza e o fortalecimento das relações pessoais. No entanto, 43,5% aceitam a utilização de atividade remasterizadas como o caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp* em hotel-fazenda, sendo que também foram apontadas algumas ressalvas, como a utilização por tempo limitado, a necessidade de adequação do conteúdo à faixa etária e a manutenção da dinâmica da própria atividade, bem como, da intensidade física exigida para estas atividades.

Gráfico 01: Percentual de aceitação e rejeição para a inserção de atividades remasterizadas como o caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp*, nas categorias 1 hotel e 2 hotel-fazenda



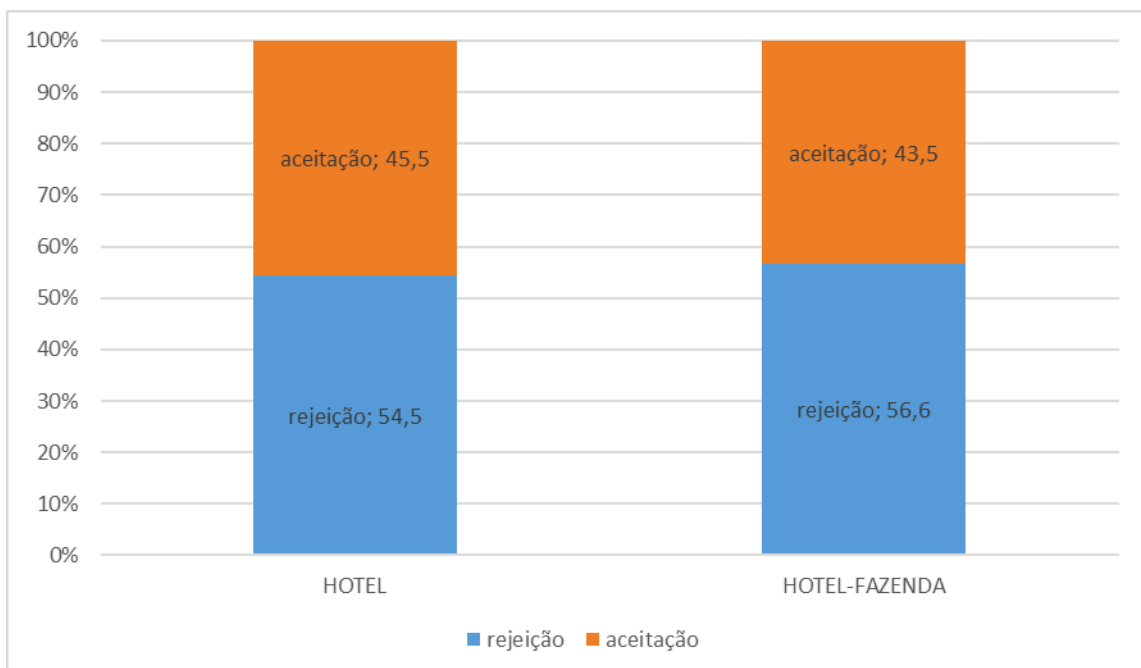
Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

No que tange à segunda questão, relativa à importância da introdução de tecnologia virtuais (GPS, mapas e *site* de pesquisa) no programa de atividades recreativas em hotel, para a categoria 1 hotéis, 54,5% dos participantes continuaram a rejeitar, não concordando com a utilização de atividades as quais fazem uso de tecnologia virtual no programa de recreação em hotel, enquanto 45,5% as aceitam para esse ambiente hotel. Todavia, algumas ressalvas para o uso foram elencadas, as quais giram em torno da necessidade de supervisão de um adulto quanto ao conteúdo e se o conteúdo proposto e a complexidade da atividade estariam adequados à faixa etária em questão. Entre as vantagens deste uso foram apontadas a possibilidade de atualização do conhecimento por parte da criança e o despertar do interesse pelas tecnologias virtuais.

Na categoria 2 hotéis-fazenda, a rejeição à utilização de atividades remasterizadas as quais façam uso de tecnologia virtual no programa de recreação em

hotel-fazenda aumentou para 56.5% e esta rejeição foi justificada pela perda de contato com a natureza e o possível enfraquecimento das relações pessoais. No entanto, 43,5% aceitam a utilização dessas atividades em hotel-fazenda. Mesmo entre os pais que aceitaram, houve a sugestão de sempre haver a necessidade de supervisão de adulto, quando existir o acesso à *internet*. Uma vez que foram mantidos os percentuais de aceitação e rejeição dos participantes em ambas as categorias, tanto para a inserção de atividades remasterizadas, como para o caça ao tesouro com o aplicativo *WhatsApp*, quanto para o uso de diversos recursos tecnológicos digitais em atividades remasterizadas no programa de recreação, pode-se entender que o aplicativo *WhatsApp* não foi responsável direto pelo índice de rejeição e sim, a utilização de tecnologia na atividade.

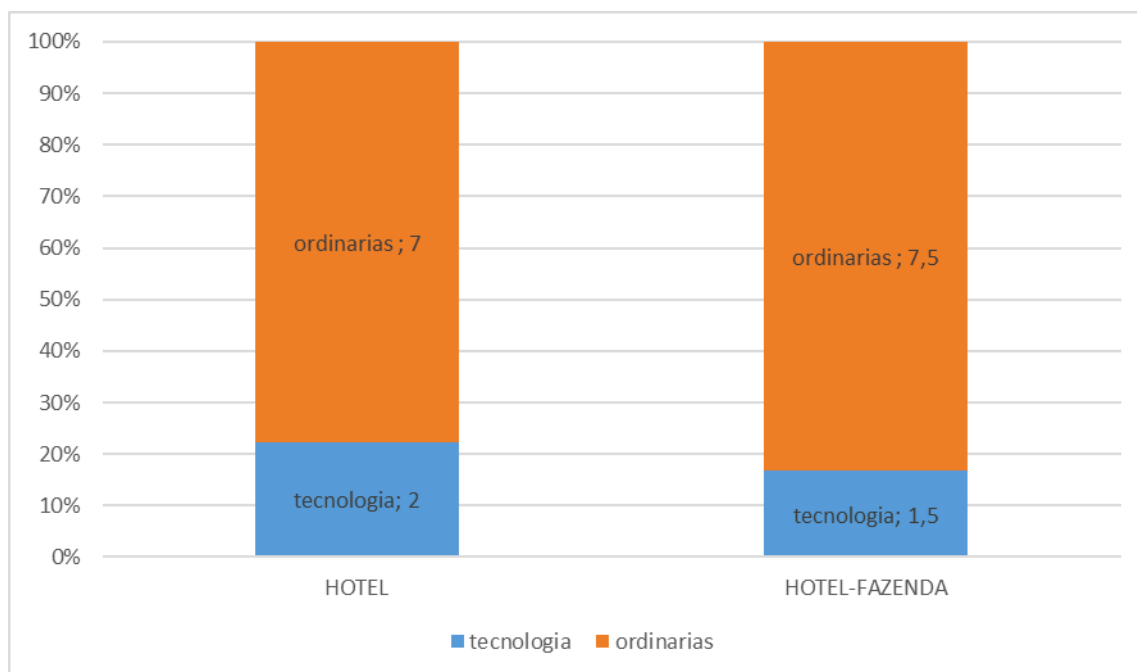
Gráfico 02: Percentual de aceitação ou rejeição de uso de diversos recursos tecnológicos digitais em atividades remasterizadas, no programa de recreação, nas categorias 1 hotel e 2 hotel-fazenda



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

No que se refere à questão 3, sobre o tempo médio de utilização de atividades as quais façam uso de tecnologias virtuais em programas de atividades recreativas com duração de 9 horas, os resultados para a categoria 1 hotéis ressaltam que, para 45,5% dos pais que aceitaram a utilização dessas atividades, o tempo adequado mais incidente seria de aproximadamente 2 horas diárias. Na categoria 2 hotéis-fazenda, para 43,5% dos pais que aceitaram a utilização desses recursos o tempo indicado obteve uma incidência de aproximadamente 1 hora e 30 minutos de utilização diária.

Gráfico 03: Percentual sugerido pelos pais, das horas de atividades com utilização de tecnologia virtual em um programa de atividade recreativa de 9 horas, nas categorias 1 hotel e 2 hotel-fazenda



Fonte: Elaborado pelo autor (2017)

Pode-se perceber que, tanto o percentual referente à aceitação, quanto os índices de rejeição sobre a inserção de atividades remasterizadas, as quais façam uso de tecnologias virtuais em programas de atividades recreativas em hotéis e hotéis-fazenda, mantiveram-se bastante equilibrados. Isto leva a crer que pode haver investimento no

desenvolvimento dessas atividades no planejamento do programa, respeitando-se as sugestões advindas da percepção dos pais.

Para Schuster (2017), a inserção dessas atividades pode proporcionar, a esses destinos, características únicas, diferenciando-os dos demais destinos. Assim, estas atividades podem representar diferenciais importantes para atender às expectativas e desejos dos pais e das crianças, os quais procuram os serviços diferenciados, nesses destinos turísticos.

Um destino turístico pode ser entendido como uma marca ou produto, de acordo com Yoon e Uysal, (2005), voltado a atender uma demanda específica de viajantes. Em uma definição clássica feita por Kim, (1998, p. 340), destino turístico é compreendido como um “[...] um produto exclusivamente complexo da indústria do turismo que compreende, entre outros fatores, o clima de uma área, infraestrutura e superestrutura, serviços e atributos naturais e culturais.”.

Sendo assim, o desenvolvimento de estratégias que maximizem o produto turístico, deve ser estimulado. Ambas as categorias, referentes a hotel e hotel-fazenda, podem se beneficiar da inserção de atividades diferenciadas, sobretudo, daquelas que inserem no programa recreativo os recursos tecnológicos, uma vez que este programa inusitado e com perspectivas mais abrangentes pode favorecer nova identidade a esses hotéis, ampliando as possibilidades de superação de concorrentes.

No destino turístico que envolve o Circuito das Águas Paulista, tanto o clima, os atributos naturais e culturais, bem como, a infraestrutura e superestrutura dos hotéis, respeitando os diversos tipos e classificações, variam pouco de cidade para cidade. Portanto, eles, geralmente, oferecem as mesmas opções de equipamentos e espaços destinados às atividades recreativas, como, piscinas tropicais (externas) ou aquecidas,

campo de futebol, restaurante, entre outras opções, guardando-se as devidas proporções conforme a classificação. Além disso, os programas de recreação hoteleira recebem poucas inovações, o que pode impactar na procura desses destinos, por serem pouco atrativos e não conterem novidades. Assim, alterações que chamem a atenção e valorizem as inovações no setor de serviços de recreação oferecidos nesses destinos turísticos, pode fazer a diferença.

O serviço de recreação tornou-se um produto comum entre os hotéis do Circuito das Águas Paulista, deixando de ser um diferencial nesses hotéis. Entretanto, a abrangência de um programa de atividade recreativa e a criatividade envolvida nas estratégias de escolha do repertório de vivências a ser oferecido para atender às novas demandas de públicos, pode ser um diferencial importante.

A recreação costuma manter algumas características inalteradas, como a presença de elementos lúdicos e a possibilidade de adequação a diversos ambientes. Entretanto, ao longo dos tempos, ela sofre interferências culturais e de caracterização de interesses das sociedades, necessitando alterar suas formas, para atender às novas demandas dos diversos setores em que se desenvolve (SHAO-XIONG, 2012). Sendo assim, os programas de recreação desenvolvidos no setor hoteleiro, também precisam se adequar às novas expectativas dos usuários desses serviços, para que apresentem diferenciais atrativos.

Assim, ao se pensar em perspectivas de renovação dos programas de recreação em hotéis, contemplar todos os interesses culturais no lazer pode ser uma estratégia que viabilize novas vivências. Essa amplitude e variedade podem tornar esses hotéis mais atrativos e completos, em relação a outras formas de encarar o programa de atividade recreativa proposto pela concorrência.

Outro aspecto notado foi que as respostas levam a crer que não há direta relação com o uso específico do aplicativo *WhatsApp*, uma vez que os níveis de aceitação e rejeição foram centrados na utilização de diversos recursos tecnológicos virtuais, no decorrer das atividades recreativas. Sendo assim, o aplicativo *WhatsApp*, o qual foi utilizado na atividade sugerida, parece não ter sido o fator limitante para a aceitação ou rejeição dos pais na utilização de atividades as quais façam uso de tecnologias virtuais, tanto em hotéis, como em hotéis-fazenda.

Com base na opinião exclusiva dos pais participantes do estudo, a inserção dos recursos tecnológicos no programa de recreação em hotéis, pode ser uma estratégia viável e aceita, devendo, no entanto, atentar para alguns elementos importantes durante a utilização. Além disto, pela afinidade que todas as faixas etárias têm, hoje em dia, com as tecnologias, ratifica-se a possibilidade de sucesso de programas, na satisfação e expectativa dos clientes, sobretudo, com as crianças e adolescentes.

Considerações Finais

Embora os índices de rejeição e aceitação dos pais a respeito da inserção de recursos tecnológicos virtuais no programa de recreação em hotéis tenham sido bastante próximos, pode-se notar, ainda, uma pequena predominância da rejeição em relação à aceitação. Isto denota a necessidade de novos estudos, no sentido de se oferecerem outras variáveis, para que este assunto possa ser mais bem explorado.

Embora a rejeição por parte dos pais participantes desse estudo, realizado no Circuito das Águas Paulista, a respeito da inserção de atividades as quais façam uso de tecnologias virtuais, seja ligeiramente superior a 50%, tanto para hotéis, quanto para hotéis-fazenda, as principais ressalvas feitas foram no sentido de que o envolvimento

com estas atividades poderia afetar aspectos como a perda do contato com a natureza e a diminuição dos relacionamentos pessoais. Portanto, se forem asseguradas estas oportunidades de vivências, como as atividades que ocorrem junto à natureza, ou atividades com as quais os pais tenham mais afinidade, como aquelas tradicionalmente utilizadas no contexto da recreação e que os próprios pais, em suas infâncias, tiveram oportunidade de vivenciar, talvez essa rejeição possa ser minimizada.

Esta rejeição apontada pode estar atrelada, inclusive, a uma possível percepção de segurança advinda de atividades já conhecidas. Além disto, a diferenciação de interesses entre a geração dos pais e as expectativas dos filhos pode representar, também, um fator que incida sobre estes dados, aspecto que precisa ser investigado.

A esse respeito envolvendo possível conflito entre gerações, quando o assunto se refere ao uso de tecnologias, Prensky (2001) ressalta haver dois segmentos. O autor se refere ao termo nativos digitais, envolvendo crianças, como as participantes do estudo, uma vez que nasceram e cresceram na era digital e, desse modo, encontram-se imersos no universo *Web*, com muita afinidade de uso desses recursos. Outro termo utilizado pelo autor é o que corresponde aos imigrantes digitais, no qual a maioria dos pais participantes desse estudo poderia estar enquadrada, sendo aqueles que não cresceram, necessariamente, cercados por tecnologias, mas, fizeram a migração e convivem com os ambientes digitais. Com base nessas 2 perspectivas apontadas pelo autor, podem-se entender, com mais facilidade, as diferenças socioculturais entre os grupos e identificar interesses distintos em relação ao acesso à informação, por meio das tecnologias digitais, procurando levar em consideração estas duas perspectivas, quando da elaboração de um programa de recreação hoteleira.

Quanto à outra parte dos países que aceitou a utilização de atividades as quais façam uso de tecnologias virtuais em programas de atividades recreativas em hotéis e hotéis-fazenda, a inserção dessas atividades pode proporcionar características únicas. Assim, esses programas de recreação nos hotéis que incorporem recursos tecnológicos virtuais podem imprimir novidades, diferenciando de seus concorrentes e dos demais destinos, por tornarem esses hotéis mais atrativos e completos, em relação à qualidade do programa de atividade recreativa.

Portanto, muitas questões ainda merecem respostas, quando o foco recai na perspectiva de relacionar a inserção de recursos virtuais no contexto dos programas de recreação em hotéis. Como limitação deste estudo, pode-se apontar que apenas os países fizeram parte da amostra. Portanto, o público infantil não se fez presente, o que poderia alterar sensivelmente esse resultado. Sugerem-se novas abordagens acerca da relação entre tecnologias e o âmbito da recreação em hotéis, no sentido de ampliar o conhecimento e maximizar a atuação do profissional do campo do lazer.

REFERÊNCIAS

AVRAHAM, E.; KETTER, E. **Tourism Marketing for Developing Countries: Battling Stereotypes and Crises in Asia, Africa and the Middle East**. London: Palgrave Macmillan, 2016.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Ministério Do Turismo. **Últimas notícias**, Brasília, 2017. Disponível em: <<https://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7621-faturamento-do-turismo-nacional-no-%C3%BAltimo-trimestre-de-2016-supera-em-37-estimativas-do-setor.html>>. Acesso em: 20 jul. 2017.

BRASIL. Ministério Do Turismo. **Regulamento do sistema oficial de classificação de meios de hospedagem**, Brasília, 2011. Disponível em: <https://www.classificacao.turismo.gov.br/MTUR-classificacao/mtur-site/> Acesso em 19 jul. 2017.

BRAZTOA. **Anuário 2015**. Disponível em: <http://braztoa.com.br> Acesso em: 17 jul. 2017.

BUHALIS D.; LAW R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of e-Tourism research. **Tourism Management**, Oxford, v. 29, n. 4, p. 609-623. 2008.

CAMARGO, L. O. L. **Educação para o lazer**. São Paulo, Editora Moderna, 1998.

CASTRO, M. S. **Modelo da atividade Recreação: módulo programação**. Rio de Janeiro: SESC, 2007.

DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo, SESC, 1980.

FRANCO JUNIOR, C. F. **e-Business: tecnologia da informação e negócios na internet**. São Paulo: Atlas, 2001.

KIM, H.-B. Perceived attractiveness of Korean destinations. **Annals of Tourism Research**, v. 25, n. 2, p. 340-361, 1998.

LOUGHLIN, A. J. **Recreodinâmica del adolescente: motivación y tempo libre**. Buenos Aires: Livrería del Colegio, 1971.

MELIAN-GONZALEZ, S.; BULCHAND-GIDUMAL, J. A model that connects information technology and hotel performance. **Tourism Management**, Oxford, v. 53, p.30-37, 2016.

MIKULIC, J.; MILICEVIC, K.; KRESIC, D. The relationship between brand strength and tourism intensity: empirical evidence from the EU capital cities. **International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research**, v. 10, n. 1, p. 14-23, 2016. Disponível em: <://WOS:000374142700003>.

PRENSKY, M. Digital natives, digital immigrants. **On the Horizon**, [Bradford], v. 9, n. 5, p. 1-6, Oct. 2001. Disponível em: <http://doi.org/10.1108/10748120110424816> Acesso em: 17 jul. 2017.

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

SCHUSTER, M. S. **Personalidade de destino - a aproximação entre consumidores e os destinos turísticos**. 2017. 238 f. tese (Doutorado em administração), Faculdade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017.

SHAO-XIONG, Y. A. N. G. Recreation and Creativity: The Aspirations of the Functional Value of the Traditional Chinese Martial Art [J]. **Journal of Fujian Normal University** (Philosophy and Social Sciences Edition), v. 2, p. 026, 2012.

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

YOON, Y.; UYSAL, M. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. **Tourism Management**, Oxford, v. 26, n. 1, p. 45-56, Feb 2005. Disponível em: <://WOS:000225817200005>.

Endereço Eletrônico:

Luis André Pereira de Oliveira
Alameda dos Cambucis, 556 –Orypaba
Monte Alegre do Sul – SP – 13.910-000
Endereço eletrônico: favo.de.mel.rec@gmail.com

Gisele Maria Schwartz
Dept. de Educação Física
Instituto de Biociências/UNESP - Rio Claro
AV. 24 A, n. 1515, sala 26 - Bela Vista
Rio Claro – SP - 13506-900
Endereço eletrônico: schwartz@rc.unesp.br