

LEGIBILIDADE DIGITAL · 2026

CHECKLIST DE LEGIBILIDADE DIGITAL.

7 perguntas para descobrir como o seu negócio aparece (ou não) nas respostas de IA

Para empreendimentos turísticos, destinos e profissionais que querem entender o novo terreno de decisão do viajante.

Material complementar à palestra

"A IA já está recomendando. O seu destino está sendo recomendado?"

Laura Silvester · Onlike

Fórum Internacional de Turismo do Iguassu · Junho 2026

POR QUE ESTE CHECKLIST EXISTE

A inteligência artificial generativa não mudou o que os viajantes querem. Mudou como eles perguntam — e como recebem respostas.

Em 2026, quando alguém pergunta a uma IA "onde me hospedar perto de [destino]", a resposta já não é uma lista de dez links. São três ou quatro nomes recomendados.

1/6

hotéis no mundo
aparece nessas respostas

Não é uma questão de quem fez melhor marketing. É uma questão de quem deixou suas informações em condições de serem compreendidas.

Este checklist não é uma fórmula mágica. É uma série de perguntas honestas para você fazer ao seu próprio negócio — ou ao destino em que trabalha — antes que essa janela se feche.

Não responde com sim ou não.

Responde com *"o que eu preciso ajustar"*.

— Laura

01

VOCÊ É ENCONTRÁVEL SEM O SEU PRÓPRIO NOME?

Faça o teste: abra o ChatGPT, Gemini e Perplexity. Pergunte algo que descreva o que você oferece, sem citar o seu nome:

"Quais as melhores pousadas românticas perto de [cidade] com café da manhã regional?"

"Onde me hospedar em [região] se viajo com crianças e quero estar perto da natureza?"

Você aparece? Aparece sempre? Aparece em todas as três?

→ **Nas três:** você está fazendo algo certo. Sistematize e fortaleça.

→ **Em uma só:** ainda é frágil. Identifique de onde a IA extrai essa menção e construa sinais nos outros canais.

→ **Em nenhuma:** você não está fora do mercado. Está fora da consideração. É reversível, mas exige trabalho estruturado.

02

SUA PROPOSTA ESTÁ CLARA EM 30 SEGUNDOS?

Abra o seu site numa janela anônima do navegador. Cronometre 30 segundos. Você consegue responder, só com o que está visível na tela:

→ Para **quem** este lugar é?

→ Para quem **não** é?

→ Qual é a experiência prometida em uma frase?

→ O que está incluído?

→ O que diferencia este negócio de cinco concorrentes?

Se não conseguir, a IA também não consegue. "Conforto, natureza e experiência única" não responde nenhuma dessas perguntas. Responda você mesmo, antes que ninguém responda por você.

03

SUAS INFORMAÇÕES SÃO CONSISTENTES ENTRE CANAIS?

Liste seu negócio numa planilha simples. Compare o que diz seu site, seu Google Business Profile, seu Booking (ou equivalente) e suas avaliações recentes:

- Endereço, telefone, horários
- Comodidades e serviços
- Políticas de cancelamento e check-in
- Preços ou faixa de preço
- Tipo de experiência prometida

Onde houver discrepância, há um problema. A IA não te descarta por uma única inconsistência — te descarta por não conseguir formar uma imagem confiável.

04

SUAS AVALIAÇÕES RECENTES REFLETEM O QUE VOCÊ PROMETE?

Leia as últimas 20 avaliações no Google, Booking ou TripAdvisor. Não as positivas. Todas.

- As palavras que aparecem com mais frequência coincidem com as que você usa no seu site?
- As reclamações repetidas apontam para um problema real ou para uma expectativa mal formada?
- As respostas que você dá são específicas e úteis, ou são "obrigada por compartilhar"?

A IA lê as avaliações como prova social. Se o que promete não bate com o que recebe, ela percebe — e te coloca em segunda fila.

05

VOCÊ RESPONDE PERGUNTAS REAIS OU SÓ FALA BONITO?

Conte quantas das seguintes perguntas o seu site responde explicitamente:

- Como chego?
- Tempo do aeroporto / centro?
- Acessível (mobilidade reduzida)?
- Bom para crianças? E idosos?
- Tem Wi-Fi estável?
- Aceita pets?
- Melhor época para visitar?
- O que fazer em dia de chuva?
- Opções gastronômicas próximas?
- Tem estacionamento?

Cada pergunta não respondida é uma decisão que o viajante toma sem você na consideração.

06

EXISTEM MENÇÕES EXTERNAS CONFIÁVEIS SOBRE VOCÊ?

A IA dá mais peso ao que outros dizem do que ao que você diz. Faça uma lista honesta:

- Aparece em alguma guia turística reconhecida?
- Tem cobertura em mídia regional, nacional ou especializada nos últimos 24 meses?
- Aparece em blogs de viagem de autores reconhecíveis?
- Está em algum diretório oficial do destino?
- Está em rankings de TripAdvisor ou Booking dentro do seu segmento?

Se a única coisa que fala de você é você mesmo, o problema não é o algoritmo. É a ausência de autoridade distribuída. Isso constrói-se com tempo — mas começa hoje, com uma estratégia de relações públicas digital.

07

VOCÊ É INTERPRETÁVEL POR UMA MÁQUINA, OU APENAS BONITO PARA HUMANOS?

Abra o código fonte do seu site (botão direito → ver código fonte). Ou peça a um desenvolvedor.

- Suas informações principais estão em texto, ou dentro de imagens, vídeos e PDFs?
- Seu site tem dados estruturados (schema.org) para o tipo de negócio que você é — Hotel, Restaurant, TouristAttraction?
- As palavras-chave do seu nicho aparecem naturalmente no texto visível?
- Seu site carrega rápido em celular?

A beleza visual não substitui a legibilidade técnica. Um site lindo que a IA não consegue ler é um site que existe para ninguém.

E agora?

Se você respondeu honestamente, provavelmente identificou três ou quatro pontos de fragilidade. Não tente resolver todos ao mesmo tempo. Priorize:

- 1 Consistência entre canais — pergunta 3**
É o que dá maior retorno em menos tempo.
- 2 Responder perguntas reais no site — pergunta 5**
É a base da legibilidade.
- 3 Construir menções externas — pergunta 6**
É o que demora mais — comece já.

A boa notícia: a janela está aberta. A maioria dos empreendimentos turísticos ainda não percebeu que as regras mudaram. Quem agir nos próximos seis meses vai ocupar lugares na consideração que depois ficarão ocupados por anos.

SOBRE QUEM ESCREVEU ISTO

Laura Silvester é licenciada em Turismo pela Universidad Nacional de Misiones (Argentina), com mais de 15 anos em gestão hoteleira, docência universitária e consultoria de posicionamento digital para o setor turístico. Fundadora da Onlike, especializa-se em GEO — Generative Engine Optimization — aplicado a hotéis, pousadas, ecolodges, destinos e experiências turísticas no Mercosul.

Para uma auditoria personalizada do seu empreendimento ou destino: onlike.ar/contato

@lausilvester · @onlike.ar