

## O que tem sido produzido academicamente sobre a criança turista: um estudo exploratório, em andamento

Gabriella Leite de Moraes  
Patrícia Oliveira de Freitas (Orientadora)  
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

**Resumo:** Este trabalho apresenta algumas reflexões de um estudo em andamento que teve como objetivo investigar o lugar que tem sido destinado à criança consumidora no contexto do turismo e da hospitalidade a partir de análise da produção científica especializada. Como referencial bibliográfico, foram feitos estudos sobre a criança consumidora em teses, dissertações e artigos. A metodologia utilizada envolveu, além da pesquisa bibliográfica, a identificação de bases de dados para análise, a elaboração dos instrumentos de coleta de dados que, inicialmente, foram em uma perspectiva quantitativa, sendo desenvolvida a partir dos títulos, resumos e palavras-chave dos artigos. Os resultados revelaram que a criança ainda não tem recebido quase nenhum destaque nas produções acadêmicas da área, tendo sido identificados apenas 10 trabalhos em revistas e 11 publicações em eventos onde as crianças estavam presentes e em alguns não se apresentava como o foco do estudo realizado.

**Palavras-chave:** Criança; Consumo; Turismo/Hospitalidade; Produção Acadêmica.

### INTRODUÇÃO

Inicialmente trazemos alguns autores que apontam que conceito e o sentimento de infância não é natural tendo sido construído social e historicamente. Desta forma, cada época construiu e constrói o seu conceito de infância, sendo assim, a criança nem sempre foi vista da mesma forma pela sociedade. Muitas mudanças ocorreram ao longo da história com relação ao conceito de infância de acordo com as transformações culturais, sociais e econômicas.

Esperança (2011; p.3) também afirma que “a infância é percebida como um artefato historicamente variável e constitui uma categoria social geracional que se constrói a partir das práticas sociais e das interações entre adultos e crianças e entre elas próprias”.

Ao estudarmos o consumo é importante ter em mente que a ampliação da problematização da questão do consumo não se deu apenas a partir da consideração da importância dos aspectos simbólicos nela envolvidos. Limitada antes ao universo dos indivíduos com algum poder aquisitivo, o eixo da discussão passou a se deslocar também na direção dos adolescentes e das crianças. E como já ressaltava Castro (1998) a cultura do consumo redefiniu o papel da criança e do jovem na sociedade contemporânea, atribuindo-lhes um papel mais ativo. Antes compreendidos como indivíduos em construção, se preparando para tornarem-se adultos, eles passaram a fazer parte da categoria de consumidores em potencial.

Parece ser uma tendência global o aumento do volume de ofertas e produtos dirigidos a este segmento, a valorização do seu potencial de consumo, sua autonomia como consumidor, sua

capacidade de influir nas decisões de compra de outros segmentos, sua influência nas decisões dos pais sobre itens de consumo da família e nas mudanças nos hábitos de consumo da família.

O crescimento de uma tendência global de aumento do volume de ofertas e produtos dirigidos a este segmento, a valorização do seu potencial de consumo, sua autonomia como consumidor, sua capacidade de influenciar nas decisões de compra de outros segmentos além de sua influência nas decisões dos pais sobre itens de consumo da família são é reconhecida por Ocke ao afirmar que “muito embora o reconhecido papel de liderança dos pais no processo decisório, a influência dos filhos não pode ser ignorada” (OCKE, 2013, p.508).

Embora Sampaio (2000), e Loyola (2008), dentre outros, tenham destacado a importância da criança como consumidora e influenciadora de consumo na família e delas terem se tornado um público atrativo para a mídia na comercialização de produtos para si e para suas famílias como alimentos, itens de vestuário, e celulares, por exemplo, na hotelaria esse público ainda não tem um destaque o que torna a estudo importante pelo seu potencial de gerar dados que possam inclusive chamar a atenção para a importância do setor se abrir para esse segmento.

Considerando as reflexões destes e de outros autores que reforçam que a criança tem um importante papel como consumidora de diversos produtos e serviços ressaltamos a importância deste estudo que tem como objetivo investigar o lugar destinado à criança consumidora no contexto do turismo e da hospitalidade a partir de análise da produção científica especializada

## **METODOLOGIA**

O presente estudo teve caráter exploratório e foi desenvolvido em três etapas: Na primeira, que se estendeu por todo o período de sua realização, foram feitos levantamentos bibliográficos em dissertações, teses e artigos, de diferentes áreas de conhecimento, que abordavam as temáticas: criança, consumo, turismo e hospitalidade. Tal investimento foi fundamental considerando que o olhar para a criança no contexto da hotelaria e da hospitalidade ainda não possui um espaço consolidado no curso de hotelaria em nossa universidade.

Na segunda etapa, foram: identificadas as bases de dados para análise e elaborados os instrumentos de coleta de dados que, inicialmente, foram em uma perspectiva quantitativa a partir dos títulos, resumos e palavras-chave dos artigos. Construímos “fichas”, ou melhor planilhas para a “avaliação” dos artigos encontrados, com a intenção de mapear os dados coletados.

A dimensão qualitativa dos artigos se constituiu na última etapa e foi realizada a partir da análise do conteúdo dos textos levantados, na etapa anterior, buscando identificar: as diferentes formas de abordagem de temas específicos que envolviam a relação entre a criança, o consumo, o turismo e a hospitalidade e de metodologias utilizadas, verificando também a sua evolução

conforme o passar dos anos. Embora inicialmente tivéssemos estimado avaliar um período de pelo menos cinco anos de publicações de no mínimo cinco periódicos, decidimos ampliar a perspectiva de análise e incluímos também eventos científicos da área de turismo e hotelaria.

A respeito da realização de pesquisa usando a internet, é importante ter em mente o alerta feito por Fragoso, Recuero e Amaral (2016, p.57) quando afirmam que “em conjunto com a imensidão e a autossimilaridade, a heterogeneidade e o dinamismo da internet – e de suas parcelas – colocam em cheque estratégias de recorte e seleção de amostra solidamente estabelecidas tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa”.

## **RESULTADOS E DISCUSSÕES**

A partir dos levantamentos sobre a relação criança e consumo trazemos algumas constatações da ampliação do lugar da criança como ator social, inclusive no âmbito do consumo. A respeito dos meios de hospedagem no tocante aos serviços destinados às crianças Meira e Kushano, 2012 baseando-se nas proposições de Krippendorff no que se refere ao fornecimento adequado para um público, refere-se que estas muitas vezes condicionam a decisão de seus pais ou responsáveis nos deslocamentos, sejam eles turísticos ou por outras motivações. Embora ainda tenhamos poucas pesquisas que se dediquem a estudar a criança como consumidora de turismo.

Nas decisões de consumo, as famílias escolhem férias que satisfaçam às necessidades dos filhos, essas variam em função da idade destes, por exemplo, os bebês, que necessitam de segurança e conforto garantidos. Nesse caso, os pais escolhem hotéis e companhias aéreas que ofereçam serviços especiais, como comida para bebês (SWARBROOKE, 2002). Entretanto, de acordo com Kushano (2007), as singularidades existentes no universo infantil apontam que produtos e serviços, componentes de uma destinação turística, necessitam ser cuidadosamente planejados e adequados às crianças, para que lhes sejam atrativos, seguros e úteis.

Após essa breve contextualização, antes de passarmos aos resultados deste estudo, inicialmente, é oportuno frisar que, em nosso levantamento bibliográfico, a criança tem sido percebida como consumidor dos mais diferentes tipos de produtos e serviços como: roupas, calçados, celulares, salão de beleza, mas por outro lado nos permitiu também constatar que a criança, no contexto da hotelaria e da hospitalidade, ainda não possui um espaço consolidado como objeto de pesquisa, tendo sido encontrados poucos estudos que tratassem desta relação.

O estudo foi realizado em dez revistas *online*, na área de avaliação Administração, Ciências Contábeis e Turismo classificadas entre A2 e B5. A pesquisa nas revistas nos mostrou uma “quase” invisibilidade, por meio dos números, em que das dez revistas apenas quatro publicaram assuntos voltados para a realidade de uma criança. Dessas quatro revistas duas

publicaram apenas um artigo em cinco anos, uma a taxa foi de dois artigos e a maior foi com cinco artigos. Essas quantidades comparadas ao tamanho da amostra de publicações em revistas conceituadas das áreas em um período em que houve uma crescente inclusão da criança no mercado nos apontam para o que denominamos de “invisibilidade” na pesquisa científica. Diante desse cenário realizamos a inclusão dos dois eventos e podemos perceber uma maior movimentação desse tema, embora ainda seja pequena.

No caso do Fórum Internacional de Turismo em Foz do Iguassu encontramos nove publicações realizadas nos anos 2015, 2016, 2017, 2018 e 2020 pois não foi possível encontrar os anais do ano de 2019. Dessas nove publicações três foram resumos expandidos em que a figura da criança era considerada. No site da AMPTUR utilizamos a própria ferramenta de busca e encontramos apenas uma única publicação no ano de 2020.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Como afirma Rossi, a criança “de sujeito sem voz ativa, passou a ser o centro de atenções por parte da família e da sociedade” e como analisa a autora: a formação da criança consumidora se dá na contradição de consumidor sem renda, de sujeito sem voz. “O paradoxo da criança-consumidora é tão significativo que, apesar de os pais deterem o controle sobre a compra, a criança adquiriu a condição de se fazer ouvir e, mais que isso, impor sua escolha e ter condições de fazer com que suas prioridades sejam satisfeitas” (ROSSI, 2007, p.11). Ao longo desse processo, a criança passa de usuária a consumidora.

As análises empreendidas neste estudo apontam para a necessidade da realização de outros estudos que visem buscar respostas para algumas questões que já faziam parte de nossas inquietações e também para novos questionamentos formulados no processo da pesquisa, como: Quais seriam os motivos para as crianças ainda estarem pouco presentes nas pesquisas na área do turismo? Será que o que as crianças têm a dizer não tem importância? Seriam os adultos os sujeitos mais adequados a expressar o que seria o interesse delas?, assim ressaltamos a importância de continuarmos buscando aprofundar nossas reflexões sobre as crianças consumidoras de serviços turísticos e hoteleiros na tentativa de perceber a importância das crianças para a atividade turística, bem como a importância do turismo para a criança.

Nossa proposta inicial teve seus fundamentos na sociologia da infância e nos estudos e pesquisas com crianças – por isso, reiteramos que buscávamos perceber o lugar desses sujeitos nas pesquisas em turismo e hotelaria na tentativa de compreender as concepções de infância, tendo sido possível perceber que elas ainda estão invisibilizadas.

E neste sentido, concordamos com Fernandes (2016, p. 762), fundamentada em Alderson (1995), que apresenta dois argumentos para o enfrentamento da invisibilidade das crianças na pesquisa: “O primeiro argumento defendia a crença de que dados obtidos com crianças não eram confiáveis, uma vez que estas eram fundamentalmente definidas a partir de registros de déficits e incompetências”, sendo dispensáveis suas opiniões. O segundo argumento era de que “sustentava um registo paternalista, ao defender que as crianças não deveriam participar nas pesquisas dada a sua vulnerabilidade e a possibilidade de poderem ser exploradas pelos pesquisadores”.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CASTRO, L. R. (org) **Infância e adolescência na cultura do consumo**. Engº Paulo de Frontin/RJ: NAU Editora, 1998.

ESPERANÇA, J. A. Infâncias contemporâneas e consumo: tensionamentos para pensar a educação ambiental e a escola. In: Seminário Brasileiro de Estudos Culturais e Educação, 4., 2011. Rio Grande do Sul. **Anais Eletrônicos...** Rio Grande do Sul: ULBRA, 2011.

FERNANDES, N.. Ética na pesquisa com crianças: ausências e desafios. **Rev. Bras. Educ.** [online]. v.21, n.66, p.759-779, 2016.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R. e AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2016.

KUSHANO, E.S. Adequação de meios de hospedagem para crianças: um foco no Ecoresort Tororomba, Distrito de Olivença, Ilhéus, Bahia. **Revista Hospitalidade**, ano 4, n.1. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2007.

LOYOLA, V. D. **Consumidor na Infância: as faces do consumo infantil**. XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2008, Natal. **Anais Eletrônicos...** Natal, RN. 2008.

MEIRA, C. M. e KUSHANO, E. S. Turismo e Infância: a (In)visibilidade das Crianças nos Sites dos Meios de Hospedagem do Destino Curitiba-PR e sua Região Metropolitana. In: VII Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2012, Caxias do Sul. **Anais Eletrônicos...** Caxias do Sul. 2012.

OCKE, M.A. O Processo de Decisão de Compra de Férias da Família. **Revista Turismo Em Análise**, v.24, n3, p. 503-520. 2013.

ROSSI, E. P. B. **A criança-consumidora**: a genealogia de um fenômeno contemporâneo. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Uberlândia, Programa de Pós-Graduação em História. 2007.

SAMPAIO, I. S. V. **Televisão, publicidade e infância**, São Paulo: Annablume, 2000.

SWARBROOKE, J. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.