

Turismo e Infância: a (In)visibilidade das Crianças nos *Sites* dos Meios de Hospedagem do Destino Curitiba-PR e sua Região Metropolitana

Celso Maciel de Meira¹

Elizabete Sayuri Kushano²

Universidade Tecnológica Federal do Paraná – UTFPR

Universidade Federal do Paraná – UFPR

Resumo: Na perspectiva dos estudos de humanização às atividades turísticas que preconiza o turismo para todos e todas, o presente artigo buscou pesquisar como a categoria social crianças está contemplada nos *sites* dos meios de hospedagem de Curitiba – PR e sua Região Metropolitana. Avaliou-se tal setor do turismo quanto às indicações de adequações às crianças enquanto turistas e/ou hóspedes. Para tanto, foi utilizada a pesquisa do tipo quantitativa com o objetivo de investigar sobre a adequação de serviços ao atendimento para o público infantil. Dentre as conclusões, constatou-se que a insuficiência de informações sobre as adequações de serviços para as crianças a partir dos quesitos investigados nos *sites* das empresas hoteleiras demonstram a (in)visibilidade dos sujeitos crianças enquanto hóspedes e/ou turistas nas localidades pesquisadas.

Palavras-chaves: crianças; meios de hospedagem; adequações; *sites*.

Introdução

O objetivo geral do presente trabalho foi averiguar como os sujeitos crianças turistas/hóspedes são contemplados nos meios de hospedagem do destino Curitiba e sua Região Metropolitana. Para tanto, analisou-se os *sites* dos mesmos.

A investigação teve como fator motivador as tendências relacionadas com turismo, infância e internet, em que se observa a influência que cada vez mais as crianças têm nas decisões e escolhas dos seus pais (POPCORN; HANFT, 2002). Por outro lado, o que inquietou os autores e justifica a elaboração deste artigo foi a observação empírica dos meios de hospedagem no tocante aos serviços para o público infantil, quase sempre indisponíveis ou com atendimentos parciais. Ademais, o presente artigo aponta questões relacionadas ao desenvolvimento do turismo, especialmente no que tange às empresas

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE. Mestrando em Tecnologia e Sociedade pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná - UTFPR. Professor do Curso de Guia de Turismo do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial - SENAC PR – Unidade de Educação Profissional – Caiobá – Matinhos-PR. E-mail: celso-meira@ig.com.br

² Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Paraná - UFPR. Mestra em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual de Santa Cruz – UESC. Doutoranda em Geografia pela UFPR. Professora da UFPR Setor Litoral. E-mail: sayuritur@gmail.com

de meios de hospedagem, as quais por meio de gestões responsáveis podem proporcionar maior satisfação a todos e todas, envolvendo população local, turistas e empresas do setor, sobretudo em seus aspectos sociais e econômicos na perspectiva de um turismo mais humanizado.

Foram pesquisados 136 meios de hospedagem regularmente cadastrados, em operação no município de Curitiba-PR e Região Metropolitana, nas tipologias: albergue, alojamento de floresta, cama e café, flat/apart hotel e hotel. O instrumento de coleta de dados se deu por intermédio do Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo (CADASTUR), disponibilizado pelo Ministério do Turismo em sua *home page*. O período da coleta de dados ocorreu entre os dias 21 e 30 de junho de 2012.

No desenvolvimento da investigação, constatou-se que 106 dos estabelecimentos possuem *sites*. Assim, foi possível atingir 78% daqueles meios de hospedagem que possuem cadastros no referido sistema. Em seguida, foram visitados, virtualmente, tais estabelecimentos. Primeiramente, buscando-se fazer uma pré-análise e, posteriormente, direcionando o olhar com o objetivo de identificar, sistematicamente, as informações relativas às adequações (equipamentos, produtos e/ou serviços) ao público infantil.

Ressalta-se, que, 22 meios de hospedagem informam em seus sites ter alguma adequação de serviços às crianças, ou seja, 20% dos hotéis possuidores de *sites* fazem menção ao público infantil, as quais se apresentam como objetos de análises da pesquisa que ora se apresenta. Logo, buscou-se quantificá-las, caracterizá-las e sistematizá-las por meio dos seguintes quesitos: equipamentos e espaços de lazer, atividades, serviços direcionados, recursos humanos especializados, instalações/infraestrutura, proibições e/ou restrições e preços, e assim apresentar as conclusões.

Concepções e significados: um turismo mais humano é possível?

Inúmeras definições pautadas na Economia, na Antropologia, na Geografia, entre outras, buscam direcionar o complexo fenômeno turístico às suas respectivas áreas de conhecimento. Porém, as definições holísticas (do grego *holus*, que significa “todo”, ou seja, visão do todo) costumam ser mais completas, como é o caso da definição a seguir em que se observa o turismo como:

Uma atividade complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços, em cuja composição integra-se uma prática social com base cultural, com herança histórica, a um meio ambiente diverso, cartografia natural, relações sociais de hospitalidade, troca de informações interculturais. O somatório desta dinâmica sociocultural gera um fenômeno, recheado de objetividade/subjetividade, consumido por milhões de pessoas, como síntese: o produto turístico. (MOESCH, 2000, p. 9)

Nessa definição, os aspectos sociológicos, antropológicos, geográficos, comunicacionais e econômicos estão alicerçados. Por exemplo, expressões como “consumido por milhões de pessoas” e “atividade complexa de inter-relacionamentos entre produção e serviços” remontam à atividade econômica; do mesmo modo que “troca de informações interculturais” abarca aspectos comunicacionais e socioculturais. Principalmente, quando são enfocados os aspectos econômicos do turismo, talvez pareça paradoxal pensar a sua humanização. Afinal, ainda figura na sociedade que o fazer turismo é privilégio e *status* de poucos e poucas. Ademais, em vários lugares do mundo, a atividade turística, mal planejada ou isenta de planejamento, só para citar algumas problemáticas, contribui para a degradação do meio ambiente, aculturação, concentração de renda, etc.

No Nepal, por exemplo, montanhistas de várias partes do mundo, ao escalarem o Monte Everest, têm sido considerados degradadores do lugar, deixando entulhos espalhados em locais de acampamento, além de influenciar negativamente os nepalenses, que se sentem inferiorizados socioeconomicamente em relação a esses turistas (SWARBROOKE, 2000).

No Brasil, as iniciativas para o turismo social ainda são restritas a entidades como o Serviço Social do Comércio – SESC, que realiza excursões rodoviárias, principalmente para o público da terceira idade. Porém, muitos turistas com necessidades especiais, como os surdos, os cegos, os obesos, entre outros, não são assistidos.

Wainberg (2002, p.1) leva à reflexão sobre a humanização do turismo, ao discorrer que:

Turismo é um fenômeno complexo, com aspectos sociais, econômicos, políticos, ambientais e psicológicos. É um setor que impacta um largo número de indivíduos; não só o governo ou negociantes são os atores decisivos do fenômeno, mas sim, gente. Gente de carne e osso.

O “gente de carne e osso” remete à função e responsabilidade social de empresas e organizações, ao envolvimento da comunidade, como também, ao turismo para todas as pessoas, indicando um caminho para a integração plena de muitas delas que, por vezes,

não podem usufruir determinadas propostas de lazer ou turismo devido aos espaços não estarem adequados “para todos e todas”. Conforme Aguirre *et al* (2003), o “para todos” [sic] não se refere somente a pessoas com deficiências permanentes, mas a pessoas com limitações e necessidades temporárias, como idosos e crianças.

Para Krippendorf (2000), caberia a um turismo suave e humano desenvolver formas de turismo que trouxessem a maior satisfação possível a todos os interessados – população local, turistas e empresas do setor, mas que não estivessem ligadas à inconveniências inaceitáveis, sobretudo nos níveis ecológico e social. O autor complementa:

Uma política do turismo que respeite o ser humano e o meio ambiente deve buscar o seguinte objetivo principal: assegurar e otimizar a satisfação das múltiplas necessidades turísticas dos indivíduos de todas as camadas sociais no âmbito das instalações adequadas e num meio ambiente intacto, levando em consideração os interesses da população autóctone. (KRIPPENDORF, 2000, p.138).

Ao pensamento anterior, Urry (1999, p. 181) acrescenta, advertindo sobre a complexidade do turismo e fazendo uma reflexão acerca da importância do olhar do turista:

“[...] apreender a essência do turismo é um aspecto muito complexo, pois o turismo é multifacetado e particularmente ligado a muitos outros elementos sociais e culturais nas sociedades contemporâneas. Não é apropriado pensar que é possível planejar uma teoria do comportamento do turista. Em vez disso, o que se requer é uma gama de conceitos e argumentos que captem aquilo que é específico do turismo e comum às práticas sociais do turismo e a certas práticas não turísticas”.

A reflexão de Urry pode sugerir uma investigação sobre o comportamento da criança turista, bem como as adequações necessárias para atender tal público, todavia sem definições estanques e estereótipos. Dessa forma, contribui também para um turismo mais humano, que satisfaça os desejos e as necessidades do turista. Não ver o turista apenas como um “número”, um “mal necessário” ou um forasteiro, ainda é um dos desafios do setor.

Adequações dos serviços turísticos: possíveis contribuições para humanização

Embora alguns estudos turísticos na perspectiva da humanização preconizem o turismo como uma forma sustentável de deslocamento em suas dimensões: cultural, ecológica,

econômica e social; num exame mais atento da realidade hodierna, ainda não se observa tal condição em sua totalidade. Também, nos meios de hospedagem do destino pesquisado a realidade pouco corrobora à suposta tese dos deslocamentos turísticos pelo viés humanizado. Nesse sentido, Krippendorf (2002, p.5) argumenta que: “entre os grupos humanos, as maiores vítimas são as populações em desvantagem das áreas de turismo, particularmente no hemisfério sul: mulheres, crianças, minorias étnicas e povos indígenas”.

Uma das alternativas para minimizar tal desvantagem estaria na gestão responsável daqueles que ofertam algum tipo de equipamentos, produtos e/ou serviços nos destinos turísticos, principalmente nos núcleos receptores consolidados.

Logo,

Não vamos pensar o turismo como um fenômeno isolado. Vamos concebê-lo não como atividade econômica, mas como plenitude da existência humana. Vamos encontrar uma forma mais generosa de fazer turismo, que inclua a humanidade. Vamos esquecer a balança de pagamento e nos lembremos do processo civilizatório, porque o turismo pode contribuir para uma civilização mais humana. Turismo é política das empresas. É uma atividade criadora de riqueza e de emprego, mas, sobretudo de visão do mundo. (CURIOLANO, 2003, p. 122-123).

Face aos pressupostos supracitados, esta pesquisa focou seu olhar às empresas de hospedagem, como estabelecimentos que servem ao turismo, e que de alguma forma podem contribuir para o turismo de maneira mais humanizada, podendo se materializar tal intenção ao menos por duas vias: como espaços com possibilidades de oportunidades à comunidade local por meio de emprego e distribuição de renda e que também atendam os visitantes (na qualidade de hóspedes) nos seus momentos de lazer e turismo com serviços adequados e humanizados, sem distinções aos seus públicos.

No intento de minimizar os impactos da atividade turística,

Fornecedores de viagens, hotéis, operadoras de turismo e comunidades locais que oferecem produtos turísticos no Norte e no Sul têm trabalhado, nos últimos anos, no sentido de um turismo mais apropriado, mesmo que apenas para assegurar seus próprios futuros. Mais e mais viajantes, especialmente oriundos de países industrializados, estão mostrando interesse em formas mais ecológica e socialmente responsáveis de turismo. No entanto, esse potencial não está sendo suficientemente desenvolvido devido à falta de fornecimento adequado. (KIPPENDORF, 2002, p.5)

O que se almeja aos meios de hospedagem no tocante aos serviços destinados às crianças vem ao encontro das proposições de Krippendorf no que se refere ao fornecimento adequado para um público que muitas vezes condicionam a decisão de seus pais ou responsáveis nos deslocamentos, sejam eles turísticos ou por outras motivações. Como exemplo, pode-se apontar que tal decisão poderá se concretizar de forma negativa em função de um meio de hospedagem, que é um dos setores elementares ao turismo, não oferecer equipamentos, produtos e serviços diferenciados para grupos humanos com necessidades diferenciadas, como o público infantil. Ainda, nota-se que,

[...] muitas executivas também são mães e, por determinadas circunstâncias, viajam a trabalho com seus filhos. Outro fato que ocorre é o executivo viajar acompanhado de sua família. Diante disso, observa-se a importância e a necessidade dos hotéis direcionados para executivos e para a realização de eventos, adequarem produtos e/ou serviços turísticos para a criança. (KUSHANO, 2008, p.119)

Ademais, muitas famílias escolhem férias que satisfaçam às necessidades dos filhos, necessidades essas que variam conforme a idade, 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; OMT, 1998).

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.

Nestas breves linhas, procurou-se enfatizar o turismo como atividade motivadora aos processos de humanização em um de seus setores, assim como a possibilidade de beneficiar comunidades locais e visitantes pelo planejamento sustentável, no que concerne, ao menos por meio de duas de suas dimensões (econômicas e sociais), as quais podem ser abarcadas pela gestão responsável dos estabelecimentos que fazem parte da base da oferta de equipamentos, produtos e serviços turísticos, como é o caso dos meios de hospedagem.

Caracterização dos quesitos investigados

Os critérios para a análise da oferta de serviços destinados às crianças, encontrada nos sítios eletrônicos oficiais dos meios de hospedagem, são apresentados a seguir, caracterizando-os:

Equipamentos e espaços de lazer: refere-se aos equipamentos e espaços de lazer direcionados e/ou adequados para crianças, tais como: salão de jogos para crianças, com brinquedos e jogos, piscina infantil, *playgroud*, brinquedoteca, videoteca e biblioteca infantil.

Atividades: refere-se às atividades recreativas mencionadas como adequadas às crianças, tais como cavalgadas, pescaria, natação, outros.

Serviços direcionados: estão incluídos nesse quesito o cardápio infantil; a programação de lazer infantil; os horários de refeições adequados para as crianças, os serviços e menções à segurança das crianças, outros.

Recursos humanos especializados: faz alusão aos profissionais ligados diretamente às crianças hóspedes, tais como: os recreacionistas (ou também chamados monitores, recreadores, animadores socioculturais), os guias de turismo e a *baby sitter*.

Instalações/infraestrutura: incluem-se as instalações e a infraestrutura especialmente planejadas para o conforto das crianças e/ou dos pais, como também os adaptados para o tamanho das crianças. Alguns exemplos: sanitários infantis, copa do bebê (ou *baby copa*), restaurante infantil.

Proibições e/ou restrições: diferentemente das outros quesitos, este especifica uma negação. Ou seja, a observação de algo restrito às crianças. Alguns exemplos: restrição à entrada de crianças no empreendimento, ou em determinado lugar do empreendimento; proibição de entrada de crianças em determinados horários; restrição às crianças em determinados andares.

Preços: os descontos, as gratuidades, os brindes, as cortesias e promoções para crianças ou para os pais com filhos pequenos. Um exemplo de desconto refere-se oferta de *day use*³ às crianças com 50% de desconto do valor da diária.

³

Uso da unidade habitacional durante o dia, sem pernoite, por período inferior ao convencional para uma diária. (APOSTILA SENAC/PR - CURSO RECEPCIONISTA EM MEIOS DE HOSPEDAGEM, 2009, p.78)

Importa lembrar que os quesitos apresentados foram ordenados de acordo com terminologias do lazer e do turismo e serviram para interpretação dos dados e sistematização da pesquisa, importando lembrar que é comum e preferível os termos “serviços” e “facilidades” por parte dos gestores hoteleiros.

Análise, interpretação e sistematização dos dados

Foram pesquisados 136 meios de hospedagem, regularmente cadastrados no sistema CADASTUR e em operação no município de Curitiba e Região Metropolitana, nas tipologias: albergue, alojamento de floresta, cama e café, flat/apart hotel e hotel, com o objetivo de investigar e analisar os serviços adequados às crianças de acordo com quesitos apresentados.

No desenvolvimento da investigação, contatou-se que 77% dos estabelecimentos possuem *sites*. Assim, foi possível pesquisar 106 meios de hospedagem, dos 136 que possuem cadastros no referido sistema.

Constatou-se que apenas 22 dos meios de hospedagem pesquisados fazem alguma menção ao público infantil. Sendo que somente 10 destes disponibilizam de algum equipamento, produto e/ou serviço adequado ao público infantil. Onze empresas entre as quais mencionam crianças nos seus respectivos *sites* fazem referência à política de preços ou se encontram relacionadas a alguma campanha publicitária, como por exemplo, a promoção do Dia das Crianças. Entre aqueles hotéis que se utilizam da política de preços, em sua maioria, pôde-se verificar que a mesma se materializa como cortesia de diárias. Nestes, crianças com faixa etária de 05 a 08 anos podem se hospedar na mesma unidade habitacional que seus pais ou acompanhantes, sem custo adicional. Ainda, constatou-se que apenas 01 meio de hospedagem, do tipo hotel, disponibiliza de algum serviço adequado às crianças, como também se utiliza de política de preços ao público infantil⁴.

Importa ressaltar que os hotéis que fazem menção em seus *sites* ao público infantil somente com relação à política de preços não foram relacionados no quadro a seguir. Entre estes, três hotéis pertencem a uma rede nacional, enquanto cinco destes não

⁴ Os dados e informações deste parágrafo estão sistematizadas no quadro a seguir, a partir dos critérios propostos para cada um dos quesitos.

pertencem às redes hoteleiras. Também não foram elencados aqueles hotéis (03) que mencionam crianças em seus sites somente com apelo publicitário, os quais são hotéis pertencentes às redes hoteleiras⁵ de bandeira⁶ nacional.

Em suma, os resultados alcançados demonstraram que um número reduzido de empresas hoteleiras oferece, parcialmente, alguma adequação de serviços direcionados ao público infantil, correspondendo somente a 16% dos meios de hospedagem cadastrados no Sistema de Cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor do turismo (CADASTUR) nas localidades pesquisadas.

Também, pôde-se perceber que, ao menos nos meios de hospedagem investigados, a tese dos estudos turísticos na perspectiva da humanização ainda não se efetiva de forma prática, nem mesmo no destino turístico Curitiba, que vem se consolidando como núcleo receptor de turismo de eventos e se prepara para ser uma das sedes da emblemática Copa do Mundo de 2014.

Quadro 01: Sistematização dos dados
Fonte: Pesquisa de Campo

| Rede/Meio de Hospedagem | Equipamentos e espaços de lazer | Atividades | Serviços direcionados | Recursos humanos especializados | Instalações/infraestrutura | Proibições e/ou restrições | Pr |
|-------------------------|---|----------------|---|---------------------------------|--|---------------------------------|-------------------|
| Rede A/ Hotel 1 | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Quartos conectados disponíveis. | Não disponibiliza a informação. | Não disp infor |
| Rede A/Hotel 2 | Equipamentos para crianças: playground interno. Banheira para bebê (a pedido), berço no quarto, cama extra no quarto pra criança. | Não há oferta. | Animação: clube para crianças de 3 a 6 anos | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Não disp infor |
| Rede A/Hotel 3 | Disponibiliza um espaço destinado às crianças, com piscina de bolinhas, casinha, livros infantis, etc. Clube Infantil para crianças de 0 a 12 anos. Playground em área interna. | Não há oferta. | Entretenimento para crianças. | Não há oferta. | No apartamento deluxe pode acomodar uma família com conforto, pois além de possuir 02 dormitórios tem sala onde pode ser montada uma acomodação extra. | Não disponibiliza a informação. | Não disp infor |
| Rede B/Hotel 1 | Não há oferta. | Não há oferta. | Serviço de babá (sob solicitação). | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Cortesia p de até |
| Rede C/Hotel 1 | Não há oferta. | Não há oferta. | Cardápio especial | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a | Não disp |

⁵ Schmall (2007, p. 52) *apud* American Hotel & Motel Association (AH&MA) na sua publicação anual “*Directory of Hotel and Motel Companies*”, define uma rede hoteleira como um grupo de duas ou mais propriedades, operadas sob um nome comum.

⁶ [...] As grandes redes possuem hotéis segmentados em bandeiras que indicam a gama de serviços oferecidos, o tipo de turismo-alvo e a faixa de preço. A padronização garante ao hóspede que o serviço de um hotel da bandeira “X” terá o mesmo nível de qualidade em São Paulo, Jacarta ou Nova Iorque. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006, p.59)

| | | | para crianças. | | | informação. | informação. |
|----------------|--|--|----------------|----------------|----------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Rede D/Hotel 1 | Berço (sob solicitação). | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Não disponibiliza a informação. |
| Rede E/Hotel 1 | Cama extra para crianças. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Não disponibiliza a informação. |
| Pousada A | Parquinho infantil, piscina natural infantil e cantinho da criança. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Não disponibiliza a informação. |
| Hotel A | Casa de bonecas | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Não disponibiliza a informação. |
| Hotel B | Piscina térmica coberta infantil, cama elástica, piscina de bolinha. | Passeios de pedalinhos. Recreação para crianças acima de 4 anos com instrutores. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não há oferta. | Não disponibiliza a informação. | Não disponibiliza a informação. |

Conclusões

No que concerne aos meios de hospedagem que dispõem de alguma adequação de serviços destinados às crianças, estes não ultrapassam 10% dos estabelecimentos pesquisados, e nenhum destes atendem ao menos 50% dos quesitos analisados. Destarte, constatou-se que, pontualmente, no destino Curitiba, com exceção dos hotéis, nenhum outro tipo de meio de hospedagem apresenta alguma adequação a partir dos quesitos investigados.

Outra constatação foi que tais hotéis são pertencentes às grandes redes hoteleiras nacionais e internacionais, com destaque para a Rede A, pelos equipamentos, serviços e instalações ofertados no Hotel 3, conforme quadro de sistematização. Somente nesse hotel se verificou adequações às crianças na faixa etária de 06 a 12 anos.

Na Região Metropolitana, entre os meios de hospedagem que apresentam alguma adequação ao público infantil, além de um hotel pertencente a uma rede internacional, outros dois hotéis não pertencentes às redes hoteleiras e uma pousada apresentam algum dos quesitos analisados⁷.

Ainda, durante a visita aos *sites* das empresas hoteleiras, em sua maioria, pôde se verificar que estas têm focado seus equipamentos e serviços para turistas de negócios e eventos, como por exemplo: sala para reuniões, auditórios, sistemas de comunicação empresarial, alimentos, bebidas entre outros serviços. Um fato que explicaria tal condição seria em razão de Curitiba ser um núcleo receptor que está se consolidando como destino de turismo de eventos. Isso remete a pensar que tal tipologia de turismo

⁷ Respectivamente apresentados no quadro de sistematização como se segue: Rede E /Hotel 1, Hotel A, Hotel B e Pousada A.

tem determinado o perfil da demanda, refletido pela oferta de equipamentos, produtos e serviços específicos.

Por outro lado, também se remete a pensar que turistas de eventos, em muitos casos são mães, pais e/ou responsáveis que, ora ou outra, tem necessidade de se deslocar com seus filhos, pois tem-se observado um aumento de famílias com pais solteiros e mães solteiras, assim como executivos e executivas que se deslocam com seus familiares.

Outra questão que se deve levar em conta é que um destino turístico não se consolida somente por atender um único tipo de turistas, devendo estar na pauta dos planejadores as análises das possíveis demandas, que na contemporaneidade deixaram de ser heterogêneas, com importante participação de grupos distintos, entre os quais as crianças, sendo um público que, muitas vezes, condicionam os deslocamentos, influenciam nas escolhas dos destinos e determinam os tipos de produtos e serviços a serem consumidos.

Por fim, as constatações de insuficiência na adequação dos meios de hospedagem às crianças nas localidades investigadas vêm de encontro à humanização proposta por pelos autores antepostos. Percebe-se que a teoria ainda não se materializa efetivamente às práticas turísticas, tampouco no setor pesquisado dos destinos em questão.

Referências

AGUIRRE, R. S; DI SANTO, S.; GRUNEWALD, L; PANTANO, L; SIMON, M.F.G. **Recreação e turismo para todos**. Caxias do Sul: EDUCS, 2003.

CADASTUR. Disponível em: <http://cadastur.turismo.gov.br/cadastur/index.action>. Acesso em 20.jun.2012.

CORIOLANO, L. N. M. T. O professor Milton Santos e a pesquisa do turismo no Ceará. In: LIMA, Luiz Cruz (Org.). **Conhecimento e reconhecimento**: homenagem ao geógrafo cidadão do mundo. Fortaleza: EDUECE, 2003.

KRIPPENDORF, J. **Cartão Vermelho ao Turismo?** Dez Princípios e desafios para um Desenvolvimento Sustentável do Turismo no Século XXI. Rio Grande do Sul: Fórum Social Mundial, 2002. Disponível em: http://www.ift-rj.net/destaques/forum/cartao_vermelho.pdf. Acesso: 30.jun.2012

_____. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

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

_____. **Adequação de produtos e serviços para a criança: um olhar para os meios de hospedagem.** 141 f. Dissertação (Mestrado em Cultura e Turismo), Universidade Estadual de Santa Cruz. Ilhéus, Bahia, 2008.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Estudos da competitividade do turismo brasileiro. Serviços de hospedagem.** Brasília, 2006

MOESCH, M. **A produção do saber turístico.** São Paulo: Contexto, 2000.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO - OMT. **Introducción al turismo.** Madrid: OMT, 1998.

POPCORN, F.; HANFT, A. **O dicionário do futuro:** as tendências e expressões que definirão nosso comportamento. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL - SENAC. DRPR. **Repcionista em meios de hospedagem.** Desiré de Oliveira Carlos. Curitiba: Senac/Diret, 2009. REVER

SCHMALL, S. M. G. **Vantagens competitivas das redes segmentadas e das redes associativas de hotelaria no mercado da cidade do Rio de Janeiro.** 97 f. Dissertação (Mestrado em Administração e Desenvolvimento Empresarial), Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro, 2007.

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

SWARBROOKE, J. **Turismo sustentável:** setor público e cenários geográficos, v. 3. Trad. Esther Eva Horovitz. São Paulo: Aleph, 2000.

URRY, J. **O olhar do turista:** lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo, Studio Nobel, 1999

WAINBERG, J. **Turismo, comunicação e informação.** Apostila apresentada ao curso de pós-graduação Comunicação e Turismo, em nível de extensão, da Universidade Metodista de São Paulo - UMESP. Maringá, 2002.