

**Os fatores motivacionais na prática da atividade
turística na terceira idade: um estudo a partir de um
centro de convivência de idosos na cidade de Manaus**

***The motivational factors in the third age tourism activities: a
study from a community center for the elderly in Manaus
city***

Fabiane Silva do Nascimento

Bacharel em Turismo pela Universidade do Estado Do Amazonas- UEA, Manaus/AM, Brasil
E-mail: fabiane_silva93@hotmail.com

Ana Claudia Cunha Dos Santos

Professora titular da Universidade do Estado do Amazonas- UEA, Manaus/AM,
Brasil E-mail: aclaudiacsantos@gmail.com

Artigo recebido em: 01-09-2015

Artigo aprovado em: 03-01-2016

RESUMO

O Turismo, na atualidade, tem ganhado bastante valor e destaque quando se trata de lazer e como fator da melhora na qualidade de vida. Indubitavelmente, a atividade turística tem grande importância para a economia mundial, sendo uma alternativa de grande valor para muitos lugares que não possuem potencial nos setores primário e secundário, mas possuem recursos naturais e/ou grande valor histórico. Além da importância econômica, o turismo também possui grande valor sociocultural e psicossocial, pois lida com sonhos, realizações, conhecimento e troca de experiências culturais. E, assim como no turismo, a terceira idade se mostra com mais força e exigente em relação às atividades de lazer, saúde, prestação de serviços, políticas e educação. Tal segmentação tem ganhado bastante destaque, pois está promovendo a qualidade de vida e, conseqüentemente, a longevidade. Através de uma pesquisa de natureza exploratória-descritiva, a partir de um estudo de caso, o presente estudo teve como objetivo principal, investigar os fatores motivacionais que impulsionam a realização da atividade turística de idosos na cidade de Manaus. Neste, foram entrevistados 20 idosos de um grupo da terceira idade, frequentadores de um Centro Estadual de Convivência do Idoso. Os dados foram analisados qualitativamente, organizados em categorias temáticas, dentre estes pudemos verificar as principais necessidades encontradas pelos idosos que realizam viagens, fatores motivacionais que estimulam a atividade turística na terceira idade de um centro de convivência da cidade de Manaus e a compreensão da contribuição do público idoso para o turismo.

Palavras-chave: Terceira Idade, Turismo, Necessidades, Fatores Motivacionais, Centros de Convivência.

ABSTRACT

The tourism, nowadays, has gained enough prominence and value when it comes to entertainment and as a factor in improved quality of life. Undoubtedly, tourism has great importance for the world economy, with an alternative of great value to many places that do not have potential in primary and secondary sectors, but have natural and / or historical value resources. Besides the economic importance, tourism also has extensive psychosocial and sociocultural value because it deals with dreams, achievements, knowledge and exchange of cultural experiences. And as in tourism, the third age shows harder and demanding in relation to leisure, health, services, policies and education activities. Such targeting has gained a lot of attention, because it is promoting quality of life, and hence, longevity. Through a survey of exploratory-descriptive nature, from a case study, this study aimed to investigate the motivational factors that drive the achievement of tourism for the elderly in the city of Manaus. In this, a group of 20 elderly citizens, goers of Centro Estadual de Convivência do Idoso were interviewed. Data were analyzed qualitatively, organized into thematic categories, among these we identify the main needs encountered by seniors who travel, the motivational factors that stimulate tourist activity in old age from a community center in Manaus and understanding of the contribution of the elderly for tourism.

Keywords: Third Age, Tourism, Needs, Motivational factors, Community centers.

1. INTRODUÇÃO

Não há dúvidas de que a atividade turística tem grande importância para a economia mundial, sendo uma alternativa de grande valor para muitos lugares que não possuem potencial nos setores primário e secundário, mas possuem recursos naturais e/ou grande valor histórico. Além da importância econômica, o turismo também possui grande valor sociocultural e psicossocial, pois lida com sonhos, realizações, conhecimento e troca de experiências culturais.

E, assim como no Turismo, a Terceira Idade se mostra com mais força e exigente em relação às atividades de lazer, saúde, prestação de serviços, políticas e educação. Tal acontecimento ocorre pelo fato de que esta população vem crescendo constantemente no decorrer dos anos, tanto no Brasil quanto no mundo, e passa a atrair e conquistar direitos, fazendo melhor uso do tempo livre, cuidando da própria saúde e, principalmente, despertando o interesse de diferentes segmentos do mercado. Esta realidade também é verificada na cidade de Manaus, mesmo que, em menor escala em relação às outras grandes metrópoles brasileiras, mas, ainda assim, nota-se que a cada dia estes idosos tomam mais espaço na sociedade manauara e lutam para se apropriar de seus direitos.

Dentre essas exigências do público sexagenário, nasce a necessidade de criação de segmentos específicos para este grupo em especial, com isto, surge o “Turismo de Terceira Idade”. Tal segmentação tem ganhado bastante destaque, pois está promovendo a qualidade de vida e, conseqüentemente, a longevidade. Logo, é notável que a prática desta atividade tem contribuído muito no desenvolvimento social e pessoal dos idosos que a praticam, uma vez que possibilita a troca de experiências e, conseqüentemente, a socialização.

Atentando a estes fenômenos, o Turismo e o crescimento da Terceira Idade, ocorrendo simultaneamente no mundo, surgiu a curiosidade para a realização deste estudo, a partir da seguinte indagação: *Quais são os fatores motivacionais para a realização da atividade turística na terceira idade da cidade de Manaus?*

Visando responder a este questionamento, o presente estudo teve como objetivo principal, investigar os fatores motivacionais que impulsionam a realização da atividade turística de idosos, frequentadores de um Centro de Convivência de Idosos na cidade de Manaus. Além disto, buscou, também, descrever quais os principais fatores motivacionais que estimulam a atividade turística destes idosos; identificar as suas principais necessidades

quando na realização de viagens; e, compreender de que forma a terceira idade contribui para o desenvolvimento da atividade turística.

O presente estudo classifica-se como exploratório-descritivo, desenvolvido através de um estudo de caso realizado no Centro Estadual de Convivência do Idoso localizado na cidade de Manaus, com os idosos frequentadores deste Centro.

2. O ENVELHECIMENTO E SEUS PRINCIPAIS ASPECTOS

Compreende-se que no decorrer de vida de um indivíduo, o corpo passa por uma série de mudanças e ao chegar à idade adulta, este começa a ter perdas físicas que mal são percebidas. No entanto, quando chega a certa idade, essas alterações começam a ser observadas. Não há uma idade definida para notar tais transformações, cada pessoa reage de forma diferente. O envelhecimento ocorre em um processo dividido em duas partes - envelhecimento primário e o secundário – conhecidos, também, como senescência e senilidade, respectivamente, definidos como,

O *envelhecimento primário* é um processo gradual e inevitável de deterioração corporal que começa mais cedo na vida e continua com o passar dos anos. O *envelhecimento secundário* consiste dos resultados de doenças, abuso ou desuso – fatores que muitas vezes são inevitáveis e dentro do controle das pessoas. (Busse, Copeland, Abou-Saleh & Blazer 1897 como citado em Papalia & Olds, 2007, p. 495)

Papalia e Olds (2007) ressaltam, ainda, que se o indivíduo leva uma vida com hábitos de saúde, uma boa alimentação e exercícios regulares, os efeitos do envelhecimento secundário serão afastados. Ou seja, o processo de envelhecimento é natural para qualquer ser humano e inevitável, contudo, a forma que este administra este processo que definirá se terá um envelhecimento saudável ou não. Moraes reforça dizendo que, “a presença de declínio funcional¹ não pode ser atribuída ao envelhecimento normal e sim às incapacidades mais frequentes no idoso” (Moraes, 2012, p.14).

Sabe-se, também, que o processo de envelhecimento não se limita apenas aos aspectos biológicos, é um fenômeno que alcança diversas áreas de estudos. Callis (1996 como citado em Goldman, 2009) e Fromer (2003) fazem um breve histórico sobre o envelhecimento em

¹ “O declínio funcional inicia-se por tarefas mais complexas, como o banhar-se, e progride hierarquicamente até chegar ao nível de dependência completa, quando o paciente necessita de ajuda até para alimentar-se”. (MORAES, 2012, p.12)

diversas culturas e em tempos diferentes para mostrar que este processo inevitável da vida é tratado de diferentes maneiras, como por exemplo, os idosos na Terra do Fogo, onde são considerados os detentores máximos de sabedoria; no Egito de 2500 a.C., onde Ptah-Hotep² lamenta as instabilidades do envelhecimento; no período Renascentista a imagem do idoso era ridicularizada e sinônimo de deterioração; no século XVII, apesar dos jovens estarem no poder, a imagem do idoso era respeitada pois representava a unidade familiar. E assim foi no decorrer dos séculos, em alguns lugares a imagem do idoso respeitada e em outros, tratada com discriminação.

No entanto, nota-se que o envelhecimento vem sendo tratado com mais importância na atualidade, onde os sexagenários têm ganhado maior destaque em muitos segmentos da sociedade, isso porque houve um aumento significativo desta população tanto em países desenvolvidos quanto em países em desenvolvimento. Tal crescimento deve-se ao fato da melhora da qualidade de vida, a baixa taxa de fecundidade e juntamente com o desenvolvimento de novas tecnologias a partir do séc. XX, percebe-se também que este fenômeno só tende a crescer.

Pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística [IBGE] mostram que, no Censo de 2000, haviam aproximadamente 170 milhões de habitantes, sendo 14,5 milhões com sessenta anos ou mais (Souza, Jacob & Souza 2006). Hoje, segundo o último Censo brasileiro, em 2010, os dados mostram que a população já é de aproximadamente 191 milhões de brasileiros e destes, quase 21 milhões são idosos. Houve um aumento significativo de aproximadamente 6,5 milhões de idosos em uma década. (IBGE, 2010).

A Organização das Nações Unidas [ONU] afirma que no mundo, em 2012, haviam 810 milhões de pessoas idosas, e segundo as estatísticas, esse número chegará a 1 bilhão em menos de 10 anos e até 2050 alcançará 2 bilhões. Fundo de População das Nações Unidas [UNFPA], (2012).

O Relatório Envelhecimento no Século XXI: Celebração e Desafio, reforça a afirmação dizendo que,

O envelhecimento é um triunfo do desenvolvimento. O aumento da longevidade é uma das maiores conquistas da humanidade. As pessoas vivem mais em razão de melhoras na nutrição, nas condições sanitárias, nos avanços da medicina, nos cuidados com a saúde, no ensino e no bem-estar econômico. (UNFPA, 2012, p.3)

² Deus egípcio protetor de Mênfis. Na chamada teologia menfita aparecia como um criador que deu forma ao homem de argila, trabalhando como oleiro. Desta forma, foi considerado o protetor dos artesãos. Era representado como uma forma antropomórfica, como uma mortalha em volta do corpo. (Enciclopédia Barsa, 2009, p.4924)

Percebe-se, também, além dos fatores biológicos, históricos e estatísticos, que o envelhecimento trouxe conquistas em defesa aos idosos, com políticas que os amparam e lhes dão direitos. A Constituição Federal Brasileira, capítulo VII art. 230, afirma que “a família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida”. (Brasil, 1988). Bem como outras políticas nacionais, estaduais e municipais, como a Lei nº 8.842 de 4 de janeiro de 1994, capítulo I art. 1º, onde afirma que “a política nacional do idoso tem por objetivo assegurar os direitos sociais do idoso, criando condições para promover sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade” (Brasil, 1994). E a Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, em seu Art. 1º onde “é instituído o Estatuto do Idoso, destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos”. (Brasil, 2003). Destaca-se que estes artifícios são utilizados para assegurar aos idosos direitos à saúde, cultura, lazer, assistência social, assistência econômica, entre outros.

Portanto, vale ressaltar que a importância que este grupo tem trazido para a sociedade, assim como as conquistas que alcançaram, são frutos do desenvolvimento mundial e dos próprios idosos, e tais mudanças também exercerão influência no futuro.

Mas de onde vem e como surgiu o termo “Terceira Idade”?

2.1 TERCEIRA IDADE

O termo *le troisième âge*³ surgiu na França, na década de 1960, para se referir aos indivíduos com mais de 45 anos que chegavam a esta idade com uma boa qualidade de vida e para incentivá-los a permanecer desta forma. O termo permanece até os dias atuais pelo fato de fazer referência aos idosos de uma forma não depreciativa. Na década de 1980, a Organização Mundial de Saúde [OMS], na Assembleia Mundial sobre o Envelhecimento, designou de acordo com a expectativa de vida das populações, que idoso seria todo o indivíduo acima de 65 anos nos países desenvolvidos e acima de 60 anos nos países em desenvolvimento. No entanto, em 2000, a ONU, para obter melhores resultados estatísticos, estabeleceu como critério geral 60 anos de idade para identificar o idoso (Fromer, 2003). Logo, no Brasil, foi definido, segundo a Lei nº 8.842 de 4 de Janeiro de 1994 art. 2º, que o idoso é todo indivíduo maior de sessenta anos de idade.

³ Tradução para o português, “a terceira idade”. (Dicionário de francês Michaelis online).

Muitos segmentos do mercado atual usam os termos “terceira idade” ou “melhor idade” como estratégias de *marketing* para atrair o público sexagenário e até mesmo não usar o termo “velhice”, pois causa certo desconforto na sociedade e que acaba se remetendo a uma fase de declínios e perdas, o que nem sempre chega a ser verdade, como já citado. Também tem como objetivo fortalecer a ideia de que o envelhecimento não é uma fase negativa, além de quebrar paradigmas e preconceitos.

Melhor idade pode ser, ainda, um vislumbre das novas possibilidades de um período da vida frequentemente desqualificado e visto como desprovido de vantagens. Uma fase durante a qual o indivíduo pode se permitir o direito de fazer concessões a si mesmo, sem culpas, livre das imposições sociais e das obrigações cotidianas que acabam tolhendo as ações dos homens em sua idade adulta e ativa. (Fromer & Vieira, 2003, p. 19)

A ideia que se tinha a respeito do envelhecimento era de fragilidade e deterioração, porém, com o crescimento desta população se começa a notar o contrário, que esta fase da vida pode ser de alegrias e saúde, isso porque vários fatores têm contribuído para estas novas possibilidades, dentre eles estão os avanços na medicina e a diversidade de atividades desenvolvidas especialmente para este grupo. Hoje em dia, é perceptível que as pessoas com 60 anos ou mais já vivem melhor que os idosos de cinquenta anos atrás, e as novas tecnologias já permitem que os indivíduos obtenham mais conhecimento a respeito de saúde, educação, lazer, entre outros, possibilitando assim uma melhor qualidade de vida.

2.2 MOTIVAÇÕES E O TURISMO

A motivação surge de uma necessidade quando é estimulada e impulsos instintivos levam o indivíduo a satisfação desta. Sendo que cada processo de motivação é fruto de experiências já vividas, pois é com base nessas experiências que surge a necessidade ou o desejo de satisfazê-los. Sobre isso, Silva explica que,

O organismo, por meio de recursos que dispõe, está sempre em busca de satisfações internas para manter seu equilíbrio vital. Essa busca faz parte, também do que é definido na psicanálise como pulsão, que significa impelir. Pulsão é, portanto, uma tendência do indivíduo para a descarga na busca do estado de satisfação. (Silva, 2002, p.13)

Davidoff (2001) explica que há dois modelos de motivação e que estes definem qual impulso que teremos. O primeiro é o modelo homeostático, este implica que o corpo tem padrões e que estes mantêm o equilíbrio do corpo, por exemplo, se o corpo está com

temperatura elevada, o corpo terá impulsos internos para a regulação dessa temperatura. E o segundo é o modelo de incentivo, que são experiências passadas ou recentes, que incentivam um comportamento, por exemplo, uma viagem bem-sucedida é motivo para que futuramente seja realizada outra, pois foi prazerosa o suficiente e capaz de estimular uma nova experiência.

Davidoff (2001,p.325) define, também, motivação como “um estado interno que pode resultar de uma necessidade. É descrito como ativador, ou despertador, de comportamento geralmente dirigido para a satisfação da necessidade instigadora”.

Este fator psicológico se destaca, dentre os muitos fatores, como o fator de maior influência na escolha de um turista. No entanto, são diversas as motivações que influenciam este, elas podem ser físicas, emocionais, culturais, sociais, pessoais, profissionais, religiosas, econômica, entre outras. “O estudo das motivações é complexo, pois cada pessoa tem diferentes motivos para realizar uma viagem e para consumir os diferentes produtos e serviços turísticos” (Dias, 2005, p.124). Logo, estas motivações devem ser identificadas pelos planejadores e trabalhadas de maneiras diferentes para suprir as necessidades dos diversos tipos de consumidores e para isso são utilizadas segmentações.

3. A TERCEIRA IDADE COMO SEGMENTAÇÃO E O TURISMO SOCIAL

Sabe-se que no turismo há diversos públicos com diversas necessidades. Logo, foram traçadas estratégias de *marketing*⁴, chamadas de segmentações do mercado turístico e Cobra (2001, p.160) explica que,

É uma técnica utilizada para agrupar consumidores de serviços de turismo com comportamentos de compra semelhantes para realizar esforços concentrados e especializados de marketing sobre este segmento (agrupamento de consumidores), pois se supõe que este subgrupo de consumidores responderá de uma maneira similar ao esforço de marketing [...].

Ou seja, segmentação é a divisão de consumidores em grupos homogêneos. São esquematizadas para tratar cada público de forma diferenciada, facilitando o melhor atender, diversificando o mercado e tem como objetivo satisfazer as necessidades do consumidor e por questões de negócios. Ansarah (1999, p. 24) afirma que “a opção de segmentar ou não ocorre

⁴“Um processo social e gerencial pelo qual os indivíduos e grupos obtém o que precisam e desejam, através da criação e do intercâmbio de produtos com outros”. (KOTLER,1996)

principalmente pelo aumento da oferta de produtos, pela expansão dos mercados e também pela vontade do cliente de ter seus desejos satisfeitos, que muitas vezes são específicos e não genéricos”.

As segmentações são muitas, pois são criadas para públicos com diferentes motivações. Richers (1991 como citado em Gadelha, 2007) elaborou um quadro (Quadro 1) que mostra as principais modalidades de segmentação, como: geográfica, demográfica, socioeconômica, padrões de consumo, benefícios procurados, estilo de vida, personalidade e caracterização econômica, e a partir destas modalidades e as necessidades que serão definidas as segmentações.

Quadro 1 Modalidades de Segmentação

MODALIDADE	CRITÉRIOS
Geográfica	Extensão do mercado, potencial, concentração geográfica, transporte e acesso, polarização, bairros e ruas, tráfego, centros de compras.
Demográfica	Idade, sexo, domicílio, família, ciclo de vida (jovem, adulto, idoso).
Socioeconômica	Classe de renda, instrução, ocupação, status, migração, mobilidade social.
Padrões de consumo	Frequência de compra, local de compra, lealdade a marcas, curva ABC.
Benefícios procurados	Satisfação social, prestígio social, emulação-preço favorável, qualidade/durabilidade, redução de custos, atendimento/ serviços.
Estilo de vida	Expectativas de vida, uso do tempo, interesses predominantes, participação em eventos e agrupamentos sociais, uso do dinheiro, amizades e relações pessoais.
Personalidade	Bases culturais, atitudes e valores, liderança, agentes de mudanças.
Caracterização econômica	Sector de atividade, tamanho das empresas, atuação de concorrentes, acessibilidade, usos e aplicações, unidade de decisão de compra, demanda derivada.

Fonte: Richers (1991 como citado em Gadelha 2007, p. 68)

Portanto, conclui-se que o turismo de terceira idade surge das modalidades demográficas, benefícios procurados, estilos de vida e personalidade, onde diz respeito às características dos indivíduos, como sexo, idade, cor, ocupação, relações pessoais, agentes de mudanças, entre outros. Este é um segmento novo e que começou a ser mais bem explorado na última década, porque se notou o crescimento desta população e a importância da melhor qualidade de vida que o turismo proporciona.

Nota-se também o grande potencial que esta parcela da população tem para o mercado, pois tem características que atraem e fortalecem a atividade turística, uma vez que já não possuem preocupações com serviços domésticos e/ou no trabalho, possuem tempo livre e dispõem de recursos para satisfazer suas necessidades e além desses fatores, acima de tudo, desejam viajar não só pelo fato de possuírem tempo livre, viajam para concretizar sonhos e realizar atividades prazerosas. Sobre isso, Fromer expõe que,

O turismo, por meio das viagens, pode cumprir um papel fundamental na terceira idade, pois longe de ser uma atividade passiva, de mera contemplação e de imposições de roteiros e horários, constitui um instrumento ativo de conhecimento e participação social. Um fenômeno propiciador de experiências distintas e contrastivas daquelas experimentadas no dia-a-dia, e que, como se observou anteriormente, pode ser veículo de autoconhecimento, de elevação da autoestima e de realização pessoal. (Fromer, 2003, p.55)

Com isso, o Ministério do Turismo [MTur] (2010) lançou o programa Viaja Mais Melhor Idade, que “visa promover a inclusão social de pessoas a partir de 60 anos, de aposentados e de pensionistas, proporcionando-lhes oportunidades de viajar e de usufruir os benefícios da atividade turística, como forma de fortalecimento do setor de turismo no Brasil”.

Agências de viagens e empresas de lazer e recreação também passaram a observar melhor e adequar seus produtos para este público, sabendo que podem contar com estes consumidores o ano inteiro, o que é muito importante para o turismo, pois muitos destinos sofrem com a pouca demanda em períodos de baixa temporada (sazonalidade) e esta segmentação é uma opção para minimizar este e outros problemas.

Fromer e Vieira (2003) enfatizam,

A economia de mercado também exige dinamismo e criatividade dos planejadores e empresários do setor, até porque nos últimos vinte anos o mercado cresceu e se tornou extremamente competitivo. A elaboração de novos produtos, afinados com novas tendências e necessidades, é um desafio permanente para esses profissionais. (Fromer & Vieira, 2003, p. 61)

Portanto, nota-se a importância que a segmentação tem tanto para o mercado quanto para atender melhor as necessidades do consumidor, trazendo mais conforto, facilidade, gera novas possibilidades e, acima de tudo, a inserção dos idosos na atividade turística.

Está associado a esta segmentação, também, o chamado Turismo Social. Este se compreende como,

Turismo social é aquele fomentado sociopoliticamente pelo Estado e organizado por entidades da sociedade civil (assistenciais, profissionais ou outras) com objetivos claramente definidos de recuperação psicofísica e de ascensão sociocultural dos indivíduos, de acordo com os preceitos da sustentabilidade, que devem estender-se às localidades visitadas. (Almeida, 2003, p.347)

Ou seja, é o turismo realizado pelos que possuem menores condições socioeconômicas, desde que praticado de maneira responsável, que respeite as localidades e use os princípios da sustentabilidade, a fim de desenvolver as localidades visitadas sem prejudicar as presentes e futuras gerações.

O Ministério do Turismo afirma que o “Turismo Social é a forma de conduzir e praticar a atividade turística promovendo a igualdade de oportunidades, a equidade, a solidariedade e o exercício da cidadania na perspectiva da inclusão”. (MTur, 2010, p.6)

Nesse sentido, procura-se desenvolver o turismo na perspectiva da inclusão social, tendo em vista todos os atores envolvidos nesta atividade, desde os prestadores de serviços, os destinos, as comunidades residentes e os turistas, sem discriminação e, acima de tudo, possibilitando a prática da atividade. Trata-se também de ser um segmento que possibilita o turismo às classes populares e a população que se encontra em vulnerabilidade.

4. CONHECENDO OS FATORES MOTIVACIONAIS QUE IMPULSIONAM A REALIZAÇÃO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO GRUPO DA TERCEIRA IDADE DO CENTRO ESTADUAL DE CONVIVÊNCIA DO IDOSO DA APARECIDA

4.1 SOBRE O MÉTODO DE PESQUISA

A pesquisa foi de natureza exploratória-descritiva, através de um estudo de caso. Appolinário (2012) explica que a pesquisa descritiva é aquela que descreve os fatos sem interferi-los. Na presente pesquisa, descreve-se a população de idosos que foi estudada, os fenômenos ocorridos, assim como a análise das suas características. De acordo com Gil (2010), o estudo exploratório tem como finalidade tornar o problema mais familiar e deixá-lo explícito. Com base nisto, esta pesquisa tem o caráter exploratório porque tem como objetivo criar maior familiaridade com o assunto estudado, através de entrevistas ao público específico e a literatura que versa sobre o tema.

O Estudo de Caso envolveu idosos, na descrição das situações observadas durante a pesquisa. Prodanov (2013, p.60) esclarece que, “o estudo de caso consiste em coletar e

analisar informações sobre determinado indivíduo, uma família, um grupo ou uma comunidade, a fim de estudar aspectos variados de sua vida, de acordo com o assunto da pesquisa”.

Fonseca (2010) reforça quanto à coleta de dados, onde é necessário ter um planejamento e fazer uma seleção dos entrevistados, que esta etapa não deve ser confundida com a pesquisa em si, estes posteriormente serão analisados e interpretados e então darão um resultado ao estudo.

No estudo realizado, a princípio foi feito contato com o local onde foram aplicadas as entrevistas, o Centro de Convivência para Idosos, para obtenção de autorização para a realização das mesmas. Posteriormente, o projeto foi cadastrado para ser enviado ao Comitê de Ética em Pesquisa [CEP] da Universidade do Estado do Amazonas [UEA], pois trata-se de uma pesquisa que envolve seres humanos.

Participaram deste estudo 20 idosos, todos frequentadores do Centro Estadual de Convivência do Idoso, localizado no bairro da Aparecida, na cidade de Manaus no período de 04 de maio à 15 de maio de 2014. Estes foram incluídos neste estudo, independentemente de gênero, classe social ou escolaridade, desde que tivessem 60 anos ou mais e realizassem viagens a turismo. Dentre os idosos participantes deste estudo, 16 foram mulheres e apenas 4 homens, sendo 9 participantes com a faixa etária entre 60-65 anos, 6 participantes entre 66-70 anos e 5 participantes acima de 70 anos de idade. Foi aplicado um roteiro de entrevista semiestruturada com perguntas abertas, abordando questões relacionadas a motivos para realização de viagens, frequência com que costumam viajar, destinos escolhidos, entre outros, de acordo com os objetivos específicos do estudo. Antes da aplicação de cada entrevista foi explicitado quanto à natureza do trabalho, sendo solicitada a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Os dados obtidos foram analisados qualitativamente, pois trata-se da análise e estudo das motivações dos indivíduos que realizam a atividade turística e, através destes os resultados foram interpretados sem alterar ou atribuir significados a eles. A pesquisa qualitativa é “a que normalmente prevê a coleta de dados a partir de interações sociais do pesquisador com o fenômeno pesquisado” (Apopolinário, 2012, p.61). As respostas dos entrevistados foram organizadas por temas, aglutinando-se as respostas relacionadas entre si, com a descrição, interpretação e análise dos dados, confrontados com a literatura que deu suporte a este estudo, que são apresentados a seguir.

4.2 IDENTIFICAÇÃO DAS PRINCIPAIS NECESSIDADES ENCONTRADAS EM IDOSOS QUE REALIZAM VIAGENS

Durante o processo de pesquisa, tanto nas entrevistas, quanto no estudo de caso, observaram-se algumas necessidades que os idosos possuem. Uma das principais necessidades encontradas foi a falta de atenção e compreensão aos idosos, em dezesseis dos relatos e através dos comportamentos, foi possível observar o quanto carecem de afeto, de alguém para conversar e de mais espaço na sociedade, e por tais motivos que estes procuram o centro de convivência, pois nesse tipo de espaço eles podem, pelo menos, suprir parte destas necessidades. Durante as entrevistas, ficou evidente que todos os participantes gostariam de mais respeito em relação ao tratamento em órgãos públicos e privados, onze destes gostariam de mais atenção dentro de seus lares, e que desejam ser mais compreendidos por profissionais em qualquer segmento, pois ainda se sentem como uma parte excluída da sociedade.

Quanto às práticas de atividades de lazer e turismo, observou-se que a maioria, quinze destes, são motivados pelas próprias famílias a realizarem tais ocupações, mas, infelizmente, os outros cinco recebem pouco ou nenhum apoio dentro de casa, e a família acaba sendo o principal barreira para a prática do turismo ou qualquer outra ocupação.

Nota-se então que, muitos já recebem o apoio em seus lares, no entanto, uma parcela destes ainda sofre com o preconceito e este começa por parte de familiares que os desvalorizam e os colocam como inferiores, interferindo, de alguma forma, na prática de qualquer atividade e não só no turismo. Mas, apesar dos obstáculos, estes idosos procuram sozinhos espaços que possibilitem a socialização e a melhoria da qualidade de vida.

Papalia e Olds (2000) enfatizam a ideia de que o envelhecimento ainda é tratado com preconceito na sociedade atual, dizem que,

Embora todo mundo queira viver por muito tempo, quase ninguém quer ser velho, palavra que tem conotações de fragilidade física, mentalidade estreita, incompetência e perda de atratividade. Eufemismo como “senhor de idade” e “idade de ouro” são respostas ao preconceito de idade – preconceito ou discriminação, geralmente contra pessoas mais velhas, com base na idade. (Papalia & Olds, 2000, p. 492)

A luta contra o preconceito está presente todos os dias e a iniciativa parte dos próprios idosos, pois desejam e mostram à sociedade que o envelhecimento não é sinônimo de incapacidade. Estes estão em busca da independência, procuram por um pouco mais de compreensão e, principalmente, quebrar as barreiras impostas pela sociedade. Atualmente,

exercem plenamente a cidadania e não aceitam abdicar do direito de realizar seus sonhos e desejos, afirma Fromer (2003).

Dos participantes, treze contam, também, que a falta de incentivos é outra necessidade, onde se referem principalmente às agências de viagens e ao governo, incentivos que possibilitem a melhor divulgação do turismo voltado para este público, principalmente na cidade de Manaus e no Amazonas, e que facilitem nas formas de pagamento. As maiores reclamações ouvidas foram, sobretudo, em relação às agências de viagens que não investem tanto neste segmento, à carência de roteiros específicos e os valores das viagens que são muito altos. Quanto ao governo, ressaltaram que, este cria programas voltados para a terceira idade, mas não divulga o suficiente, impossibilitando o conhecimento e a utilização desses.

Também foi questionado aos entrevistados se tinham conhecimento sobre o Programa “Viaja Mais Melhor Idade”, do Ministério do Turismo e, por unanimidade, responderam que não tinham conhecimento a respeito deste, pois não há divulgação e informação. Ou seja, os dados corroboram o que a literatura já vem afirmando há anos, de que muitos segmentos estão mais preparados para receber e exercer atividades com os idosos, buscam alternativas para melhor atender às necessidades destes, pois é um mercado que está em constante crescimento, inclusive no turismo. No entanto, ainda estão em passos lentos, empresas „pecam“ nos serviços e incentivos oferecidos a este público, que é exigente, demanda qualidade e exclusividade nas atividades oferecidas a eles. Fromer reforça,

No que diz respeito ao turismo, a tendência de crescimento do mercado de terceira idade é, reconhecidamente, um prenúncio de novas oportunidades de negócios. Contudo, apesar do enorme potencial de consumo, a oferta turística para esse segmento parece ser, ainda hoje, uma lacuna à espera de ser preenchida pelo mercado. (Fromer, 2003, p. 47).

Durante a pesquisa, teve-se a oportunidade de dialogar com uma profissional (professora de dança, 62 anos) que organiza e realiza viagens com estes idosos. Esta comentou que uma das grandes necessidades é a falta de profissionais de Turismo qualificados para trabalhar com este público, pois o ritmo de trabalho é diferente, onde deve haver mais atenção e, mais que isso, paciência. A mesma relatou que trabalha como voluntária em uma Agência de Viagens e Turismo de um amigo; esta auxilia e acompanha os idosos durante as viagens, o seu marido, algumas vezes, serve como “guia de turismo” em viagens nacionais, e o dono da agência planeja e organiza as excursões.

No exemplo acima verifica-se que, apenas o dono da agência possui qualificação para trabalhar na área, contudo, os outros dois profissionais, mesmo não tendo qualificação na área de turismo, já possuem experiência com idosos e com o turismo há muito tempo, ou seja, deu-se prioridade para o conhecimento adquirido com a experiência. A referida profissional relata, também, que em sua agência já trabalharam com alguns profissionais de Turismo, mas as experiências não foram boas, pois estes não tinham paciência para trabalhar com os idosos e queriam seguir em outro ritmo de trabalho; não havia compreensão das especificidades e necessidades dos idosos por parte destes profissionais mais jovens. Na percepção daquela profissional, “para trabalhar com idosos não basta querer, tem que gostar, pois é um dom!”

Sobre isto, Fromer (2003) acredita que é possível que o Brasil se planeje melhor para receber a terceira idade de uma forma positiva. No entanto, ainda é um dos segmentos mais conservadores, pois outras áreas, como educação e esportes, já voltaram, há algum tempo, suas atenções para os idosos. E continua afirmando que os cenários de mudança estão passando pouco percebidos àqueles que atuam no mercado de viagens e que estes precisam enxergar as oportunidades e capitalizá-las.

4.3 DESCRIÇÃO DOS FATORES MOTIVACIONAIS QUE ESTIMULAM A ATIVIDADE TURÍSTICA NA TERCEIRA IDADE

Quanto aos motivos para a realização de viagens, os mais citados foram: visitar familiares, 8 participantes, e realizar Turismo, 11 participantes. Outros motivos como, fazer compras e participar de eventos também foram mencionados, no entanto, por um único entrevistado. Foi muito perceptível o entusiasmo dos participantes ao responderem às perguntas sobre o motivo da viagem, a preferência de companhia e o sentimento ao realizarem viagens, pois se lembraram de momentos felizes, trazendo à tona as suas melhores recordações. Ou seja, estes momentos foram e são marcantes em suas vidas, pois sentem-se vigorados e, são de alguma forma, motivos para que estes idosos percebam o envelhecimento de maneira mais leve e saudável, pois estas experiências de viagens fazem com que estes se sintam ativos e capazes.

Em consonância a isto, Silva (2002) enfatiza que:

O turista que envelhece turista poderá ter, nesse aspecto da vida, habilidade em administrar as impressões que transmite aos outros, será admirado, mas desdenhará menos aqueles em quem suscita essa admiração. Será menos faminto de experiências emocionais com as quais pretende preencher um

vazio interior, por que a própria viagem se incumbirá disso, e será menos aterrorizado com o envelhecimento e a morte. (Silva, 2002, p.19)

A maioria dos participantes (17) relataram que, amam viajar, pois sentem-se felizes, despreocupados com as tarefas do dia-a-dia, descansados; apenas um declarou sentir-se como criança e realiza atividades que “não teve a oportunidade de fazer quando mais novo”. No entanto, as respostas mais marcantes entre todos (3 participantes), foi a sensação de liberdade e satisfação. Em um dos relatos, uma entrevistada comentou que, quando era jovem não teve a oportunidade de viajar e conhecer novos lugares, pois tinha que ajudar sua mãe a cuidar de seus irmãos e trabalhar, e o seu sonho era conhecer o mar. Então, quando lhe apareceu a oportunidade de realizar uma viagem ao litoral, a mesma não hesitou e concretizou a viagem. E a sua resposta à pergunta sobre qual o sentimento ao realizar viagem foi, “agora eu posso morrer feliz, porque eu já conheci o mar, não preciso de mais nada” (74 anos, fem.).

Ou seja, o simples fato de conhecer e poder sentir o mar, já lhe trouxe satisfação de uma vida inteira e a concretização de um sonho vale mais que qualquer coisa material. Nota-se que era um sonho simples de ser realizado, mas o fato de não ter tido oportunidades e tempo livre em sua juventude, foram impedimentos que atrasaram este sonho. O Turismo é uma atividade econômica que trabalha com sonhos e expectativas, por isso deve tratar cada um com suas singularidades, pois são sonhos e expectativas diferentes; no entanto, por mais distintas que sejam, o respeito e o cuidado são essenciais para o sucesso das realizações.

Quanto às motivações, estas necessidades acabam interferindo de alguma forma no motivo para a realização de viagens, sendo ele positivo ou negativo. Silva (2002), afirma que o processo motivador é o resultado de uma necessidade ou desejo, e estes são ativados através de experiências passadas. Como já mencionado, muitas das vezes a própria família impõe barreiras, a sociedade age com preconceito, os serviços são apenas adaptados e poucos são específicos, e o que acontece é que a autoestima do idoso fica baixa, e o sentimento de incapacidade se faz presente e tais fatores podem ser a motivação para mudar a realidade ou intensificar os sentimentos ruins.

Bacal (1984 como citado em Silva (2002), explica que os motivos podem ser de duas espécies, sendo eles: *motivos de deficiência*, que são os que procuram a fuga e o esquecimento de coisas negativas; e os *motivos de excesso*, que são aqueles que buscam por novas experiências, diversão, convivência. E Silva conclui que ambos os motivos são identificados no público da terceira idade. No relato dos participantes, observou-se, então que, independente do motivo da viagem, eles gostam de praticar atividades que lhes reintroduzam

na sociedade, o que acaba sendo a motivação da viagem. Atividades como dançar, caminhar com os amigos, conhecer novas pessoas, nadar, ir à praia, visitar atrativos turísticos naturais e culturais, ir a restaurantes, frequentar clubes de jogos, comprar, são as mais procuradas e solicitadas pelos os idosos. Entretanto, notou-se que há uma diferença de preferência entre homens e mulheres; enquanto os homens, que são a minoria dos entrevistados, preferem frequentar atrativos naturais, culturais e conhecer novas pessoas, e optam viajar com suas famílias ou suas esposas, as mulheres preferem atividades que demandam mais energia, como dançar, nadar, fazer compras, caminhar e, escolhem viajar com amigos e excursões.

Verificou-se, também, que apesar de terem necessidades, como as já citadas, os idosos participantes deste estudo gostam de se sentir e ser vistos como turistas de qualquer outra faixa etária, e não como pessoas inferiores, pois querem mostrar, mesmo conscientes de sua capacidade física e intelectual, que são participantes e atuantes no mercado e buscam pela autonomia. (Fromer, 2003)

Contudo, observou-se com a pesquisa, que os idosos participantes procuram realizar viagens e praticar a atividade turística exatamente para fugir da rotina, fugir dos problemas, e, também, procuram por algo novo e, principalmente, a socialização. A grande motivação são as atividades que eles realizam e servem de experiência para a concretização de uma próxima viagem. As necessidades são os fatores para o impulso das motivações, e o turismo surge como uma ótima alternativa para suprir estas necessidades e impulsionar novas motivações.

4.4 COMPREENDENDO A CONTRIBUIÇÃO DO PÚBLICO DA TERCEIRA IDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NA CIDADE DE MANAUS

Interessante destacar que, quando foi indagado aos participantes quanto à importância da Terceira Idade para a atividade turística, onze responderam que é uma alternativa para o crescimento do Turismo no Brasil, e que, conseqüentemente, para o avanço da economia do país. Outros, 3, responderam que é uma ótima alternativa para o reconhecimento da Terceira Idade em outros segmentos da sociedade. Entretanto, um número considerável de entrevistados, seis deles, não souberam responder a pergunta; com isto deduz-se que, muitos, ainda, não sabem o valor que têm para esta atividade econômica, o que mostra também, que ainda há falta de informação e que algumas de suas experiências não tenham sido tão positivas a ponto de perceberem a importância.

Ao serem questionados sobre o valor do Turismo para a Terceira Idade, onze responderam que é uma alternativa para a melhoria da qualidade de vida, assim como, oito responderam que é uma boa oportunidade para a socialização, aprendizagem e, serem melhor vistos, pois é uma forma de reconhecimento do seu valor enquanto categoria.

Quando indagados sobre forma em que se organizam para viajar, 10 relataram que, são os amigos ou a família que os ajudam a se organizar; 7 declararam que, contratam serviços de agências de viagens para a organização; e, 5 referiram se organizar sozinhos e buscam serviços através da internet. Portanto, conclui-se que a maioria dos entrevistados buscam ajuda de familiares e agências para a organização de suas viagens, mesmo que os serviços ainda não sejam suficientes para atender esta população específica na cidade de Manaus, mas não encontram uma outra maneira de se organizarem, tal fator é importante para os empreendimentos que ofertam viagens, pois estes dados instigam a melhor investigação desta segmentação e com isso podem encontrar uma forma de atendelos melhor e com qualidade.

Além de ser uma grande atividade econômica e um fenômeno da sociedade pós-industrial, a atividade turística aparece como uma opção para a melhora da qualidade de vida, como agente de conhecimento, entre outros fatores positivos, como já citados no segundo capítulo. E a Terceira Idade, com o seu grande grau de importância na sociedade, todo o seu vigor e vontade, aparece para o turismo como uma opção para o desenvolvimento da atividade turística como um todo e, conseqüentemente, para a economia. Observou-se que os participantes já entendem e confirmam as informações mencionadas nos primeiros capítulos, que dizem a respeito da importância do turismo, assim como o valor da terceira idade para o desenvolvimento desta atividade, o que é de grande relevância, pois se conclui que as experiências obtidas por eles, foram capazes de mostrar que é possível realizar atividade para os idosos, trazendo benefício tanto para a categoria, quanto para o mercado.

Bacal (2003 como citado em Fromer 2003) chama a atenção para minimização da sazonalidade e o melhor desenvolvimento do turismo,

Aponta o incentivo ao turismo para a terceira idade como uma alternativa viável para, senão resolver, ao menos amenizar o problema, já que o segmento pode constituir um fluxo permanente nas baixas temporadas, garantindo as partidas em viagens organizadas, a taxa de ocupação da rede hoteleira e a utilização de equipamentos e serviços turísticos e não turísticos durante todo o ano. (Bacal 2003 como citado em Fromer, 2003, p.68)

Além de que não beneficia apenas ao turismo, mas também ao próprio público da Terceira Idade, pois com a grande demanda, há o desenvolvimento das atividades oferecidas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os dados obtidos através dos relatos dos participantes deste estudo, os idosos frequentadores do Centro de Convivência do Idoso de Aparecida, indicam que dentre as principais necessidades na realização de suas viagens, destacam-se a falta de atenção e compreensão por parte dos familiares e profissionais de vários segmentos, assim como a carência de profissionais qualificados que atendam a esta demanda. Foram descritas, também, as motivações e motivos para a realização da atividade turística por parte destes idosos, onde se verificou que os principais motivos são visitar familiares e “fazer turismo”, e as motivações são as atividades que estes realizam quando viajam, sendo elas, a maioria, atividades que permitem a socialização e o conhecimento, com isso, foi possível identificar que estas lhes trazem sentimentos como liberdade, felicidade, relaxamento, dentre outros. E, a compreensão da pesquisadora da contribuição do público idoso para o turismo, onde se destacou que é uma maneira para o melhor desenvolvimento das atividades do turismo, como os serviços oferecidos, a adaptação de espaços e produtos, assim como a diminuição ou exclusão de alguns problemas encontrados no turismo, e também, a importância que o turismo tem para a terceira idade, pois este possibilita a melhora na qualidade de vida, a socialização, a reintrodução à sociedade, e a realização de sonhos não concretizados.

Este trabalho mostra com maior visibilidade esta população específica e contribui para a melhor idealização e desenvolvimento das atividades e serviços oferecidos ao público da terceira idade. Portanto, é de grande valor para a academia, colaborando para novos estudos, sendo esclarecedor em muitos aspectos, além de servir como subsídios para futuras pesquisas. Serve, também, de base para as áreas sociais, da saúde, e econômicas, pois descreve a importância e as principais necessidades encontradas por este público, assim como deixa em evidência o grande potencial consumidor deste grupo, pela descrição das suas motivações, preferências e possibilidades econômicas, algo fundamental para um melhor planejamento do segmento.

Alguns pontos negativos foram identificados no decorrer da pesquisa. A cidade de Manaus carece de empreendimentos turísticos que realizem atividades criadas especificamente para a terceira idade, pois muitas das atividades oferecidas são apenas adaptadas a este público. Além deste ponto, também se identifica a falta de profissionais qualificados nestes empreendimentos, por mais que este público que viaja seja ativo, ainda

assim precisam de cuidados específicos que a idade exige, pois se alguma atividade é realizada de maneira incorreta, esta poderá acarretar prejuízos, tanto para a empresa, quanto para seus clientes.

Quanto aos pontos positivos identificados com o estudo, notou-se que o público da terceira idade se mostra com mais vontade de realizar atividades e procuram espaços que possibilitem isso, e mesmo que não haja profissionais formados em turismo, há profissionais de outras áreas que já identificaram esta segmentação como um fator de grande potencial e viram como um meio que traz benefícios, tanto para si, quanto para os idosos, possibilitando a realização de viagens para aqueles que nunca tiveram a oportunidade, aos que têm maior tempo livre e condições financeiras, aos que vêm como uma oportunidade de relaxar, entre outros motivos. Observou-se, também, que além de possibilitarem a prática do turismo aos idosos, possuem a preocupação de atender as necessidades destes, como o tempo de duração de viagem, aos horários dos remédios, ao ritmo que cada um possui, a necessidade de companhia, entre outros fatores.

Algumas sugestões foram dadas pelos participantes e pela pesquisadora, entre elas estão, a parceria entre alguma organização ou empresa e o centro de convivência para a implantação de um estabelecimento dentro do espaço de convivência de idosos, que servisse como uma agência de viagens especial para eles, onde houvesse pacotes, roteiros, passeios e atividades específicos para a venda a estes idosos. Outra sugestão é o incentivo do turismo por parte do governo no estado do Amazonas e na cidade de Manaus, também a divulgação e informações a respeito de programas para a terceira idade, pois ainda é pouco divulgado no estado. Além de ser uma alternativa para a qualidade de vida, o turismo também tem um grande impacto na luta contra a discriminação e desvalorização ao público idoso, pois cria a oportunidade a eles de mostrarem para a sociedade que não são incapazes e que podem realizar atividades e serem ativos como qualquer jovem ou adulto.

Contudo, conclui-se que os fatores motivacionais para a realização de viagens pelos idosos são interferidos pelas necessidades encontradas por estes, sendo elas de forma positiva ou negativa, o fato é que deve haver a melhor aceitação deste público na sociedade manauara e no Brasil como um todo, aceitar o fato de que, mesmo com suas dificuldades e restrições, são pessoas que também devem ser compreendidas, respeitadas, vistas, pois têm os mesmos direitos que qualquer outro cidadão e possuem prioridades, visto que são uma minoria da população e a inclusão social deve ser respeitada, assim como para qualquer outra parcela menor da sociedade.

REFERÊNCIAS

- Almeida, M. V.(2003) *Turismo Social - Aspectos Conceituais*.
- Alves, E. D., Jr. (2009). *Envelhecimento e vida saudável*. Rio de Janeiro: Apicuri.
- Ansarah, M. G. R. (1999). *Turismo: segmentação de mercado*. São Paulo: Futura.
- Appolinário, F. (2012). *Metodologia da Ciência: filosofia e prática da pesquisa*. (2a ed.). São Paulo: Cengage Learning.
- Barros, A. J. P. & Lehfeld, N. A. S. (1990). *Projeto de Pesquisa: Propostas Metodológicas*. (17 a Ed.) Petrópolis, RJ: Vozes.
- Brasil. *Constituição da República Federativa do Brasil de (1988)*. Recuperado em 26 de novembro, 2013, de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicaocompilado.htm
- Brasil. Lei Nº 8.842, de 4 de janeiro de (1994). *Dispõe sobre a política nacional do idoso*.
- Brasil Lei Nº 10.741, de 1º de outubro de (2003). *Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências*.
- Cobra, M. (2001). *Marketing de Serviços: Turismo, Lazer e Negócios*. São Paulo: Cobra.
- Cobra, M. (2005) *Marketing de Serviços: Turismo, Lazer e Negócios*. São Paulo: Cobra.
- Davidoff, L. (2001). *Introdução à Psicologia*. (3a ed.). São Paulo: Makron Books.
- Dias, R. (2005). *Fundamentos do Marketing Turístico*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Dicionário online Michaelis. Recupeado em 11 de novembro, 2013, de <http://michaelis.uol.com.br/>
- Barsa Planeta Internacional. (2009). *Enciclopédia Barsa Universal*. (2a Ed.). São Paulo: Barsa Planeta Internacional.
- Fachin, O. (2006). *Fundamentos de Metodologia* (5a Ed.). São Paulo: Saraiva.
- Fonseca, L. A. M. (2010). *Metodologia científica ao alcance de todos*. (4a ed.). Manaus: Editora Valer.
- Fromer, B. (2003). *Turismo e terceira idade*. São Paulo: Aleph.
- Fromer, B. & Vieira, D.D. (2003). *Turismo e terceira idade*.(Coleção ABC do Turismo). São Paulo: Aleph.
- Gadelha, D. P. (2007). *Terceira Idade – Marketing, lazer e turismo*. Manaus: Editora Valer.

GIL, A. (2010). *Como elaborar projetos de pesquisa* (5a ed.). São Paulo: Atlas.

Goldman, S. N. (2009). *As dimensões culturais, sociais e políticas do envelhecimento* (cap. 2). UFRJ

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Distribuição percentual da População por grandes grupos de idade Brasil*.(2010). Recuperado em 20 de novembro, 2013, de <http://7a12.ibge.gov.br/vamos-conhecer-o-brasil/nossopovo/caracteristicas-da-populacao>

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2012). *Censo demográfico de 2010: Resultados gerais da amostra*. Rio de Janeiro: IBGE.

Moraes, E. N. (2012). *Atenção à saúde do Idoso: Aspectos Conceituais*. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde.

Papalia, D. E. & Olds S. W. (2000). *Desenvolvimento Humano* (7a ed.). Porto Alegre: Artmed.

Prodanov, C. C. (2013). *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico* (2a ed.). Novo Hamburgo: Feevale.

Ministério do Turismo.(2010). *Programa Viaja Mais Melhor Idade*. Recuperado em 23 de setembro, 2013, de <http://www.viajamais.gov.br/vm/viajamais.mtur>

Fundo de População das Nações Unidas & Help Age International (2012). *Resumo Executivo Envelhecimento no Século XXI: Celebração e Desafio* (2012). Recuperado em 10 de outubro, 2013, de <http://unfpa.org/ageingreport/>

Silva, F. S. S. (2002). *Turismo e psicologia no envelhecer*. São Paulo: Roca.

Souza, H. M. R., Jacob, W. Fo. & Souza. R.R. (2006). *Turismo e qualidade de vida na terceira idade*. Barueri, SP: Manole, 2006.