

**Expectativas de Indivíduos da Terceira Idade  
em Viagens de Curta Duração<sup>1</sup>**

**Heloísa Maria Rodrigues de Souza<sup>2</sup>**  
ECA/USP - São Paulo, SP [Brasil] [heloisamrs@uol.com.br](mailto:heloisamrs@uol.com.br)

**Ana Julia de Souza Melo<sup>3</sup>**  
UNINOVE - São Paulo, SP [Brasil] [anjutur@gmail.com](mailto:anjutur@gmail.com)

**Gloria Maria Widmer<sup>4</sup>**  
ECA/USP - São Paulo, SP [Brasil] [gmwidmer@uol.com.br](mailto:gmwidmer@uol.com.br)

**Resumo:**

A terceira idade compreende os indivíduos com 60 anos ou mais. Dados demográficos da Organização das Nações Unidas demonstram que o número de pessoas nesta faixa etária vem aumentando progressivamente. Este grupo está sendo considerado cada vez mais importante para a atividade turística. Por outro lado, os indivíduos da terceira idade apresentam características biológicas, psíquicas e sociais específicas que devem ser consideradas quando realizam viagens. Apesar da importância deste grupo para o Turismo, poucos trabalhos tem sido realizados sobre o tema. Frente a estas considerações, o presente trabalho objetivou Identificar as expectativas das pessoas de terceira idade, de classe média e média alta, da cidade de São Paulo, ao efetuar uma viagem turística. Para a realização deste trabalho, foram realizadas pesquisas quantitativa e participante, com um total de trezentas (300) pessoas entre sessenta anos (60) ou mais, em cinco (5) viagens realizadas.

**Palavras-chave:**

Terceira idade; viagens turísticas rodoviárias; expectativas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao GT “Turismo para Pessoas Especiais” do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

<sup>2</sup> Mestre em Turismo pela ECA/USP, bacharel em Turismo pela UNIBERO, professora do curso de MBA em Gestão de Negócios em Turismo e das graduações em Turismo e em Tecnologia em Hotelaria da UNINOVE.

<sup>3</sup> Mestre em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi, Mestre em Turismo, Planejamento e Gestão Ambiental e Cultural pela UNIBERO, professora do curso de MBA em Gestão de Negócios em Turismo e das graduações em Turismo e em Tecnologia em Hotelaria da UNINOVE.

<sup>4</sup> Doutora, Mestre e Bacharel em Turismo pela ECA/USP, advogada pela Universidade Mackenzie, coordenadora dos cursos de MBA em Gestão de Negócios em Turismo, MBA em Gestão Ambiental, Bacharelado em Turismo e Tecnologia em Hotelaria da UNINOVE, professora do curso de especialização em Gestão Mercadológica do Turismo da ECA/USP.

## **Introdução**

“Terceira idade”, mais do que referência a uma idade cronológica, é uma forma de tratamento das pessoas de mais idade. Segundo Stucchi (1994) a expressão originou-se na França - país onde os primeiros gerontólogos brasileiros foram formados- com a implantação, nos anos 70, das “Universités du Troisième Age”.

Da mesma forma, a expressão “third age”, de acordo com Laslett (1987) foi incorporada ao vocabulário anglo-saxão, com a criação das “Universities of the Third Age” em Cambridge, na Inglaterra, no verão de 1981, e é hoje de uso corrente entre os pesquisadores gerontólogos de língua inglesa. Atualmente, considera-se como indivíduo da terceira idade, aquele com sessenta anos (60 anos) ou mais, nos países em desenvolvimento e com sessenta e cinco anos (65 anos) ou mais, nos países desenvolvidos.

Estudos demográficos têm demonstrado que há uma nítida tendência de aumento de indivíduos da terceira idade em nível mundial. Na realidade, os países desenvolvidos apresentam este panorama já há muitos anos. Quanto aos países em desenvolvimento, dentre os quais se inclui o Brasil, esse fenômeno está acontecendo com uma velocidade acentuada.

Em 1999, estimava-se que a população idosa mundial era constituída por cerca de 600 milhões de indivíduos. Para 2050, técnicos da ONU projetam a existência de 2 bilhões de pessoas nessa faixa etária, o que mostra um nítido crescimento desse segmento da população (ONU, 1999). Desses, 335 milhões (60%) vivem nos países em desenvolvimento, países esses que terão a mais alta porcentagem do crescimento do número de idosos até 2050.

De acordo com a Divisão de População da ONU, é estimado que a população com sessenta anos (60 anos) ou mais atinja, na América Latina e Caribe, cento e oitenta milhões em 2050, representando uma elevação do percentual sobre a população total de 8% para 22%; a quantidade de pessoas com oitenta anos (80 anos) ou mais também terá significativo crescimento, passando a representar 18% do total com sessenta anos (60 anos) ou mais.

No que se refere ao Brasil, Paschoal (1999) afirma que a concepção ainda vigente para muitos de que esse é um *país de jovens*, sendo o envelhecimento populacional associado a países mais desenvolvidos da Europa e América do Norte, não corresponde por completo à realidade. Confirmam esta opinião os dados de Kalache (1999), Diretor do Programa de

Envelhecimento e Saúde da OMS: no Brasil, o aumento da proporção de idosos deve dobrar até 2020, ao atingir 14% da população – equivalente ao número de idosos na França, em 1995. A diferença é que, no caso francês, foram necessários cento e vinte anos para que isso acontecesse. No Brasil, deve ocorrer em vinte e cinco anos.

Estes dados são importantes quando se recorda que o crescimento do número de idosos na população passa a exigir um aumento na demanda de atendimento em instituições prestadoras de serviços públicos e privados, com destaque para as áreas da saúde e social, aqui incluídas as empresas de turismo. Segundo Ansarah (2000), para promover o turismo de forma efetiva e com qualidade, é absolutamente necessária a constante realização de pesquisas que nos permitam conhecer, além do número de turistas que entraram ou saíram em determinada época de um país, também o perfil do consumidor e suas necessidades e desejos. Em relação aos indivíduos da terceira idade, eles apresentam tanto características biológicas quanto psico-sociais específicas (Jacob Filho e Souza, 1994).

Portanto, quanto mais as características do mercado-alvo - neste caso, os idosos – forem conhecidos, maior será a eficácia das técnicas mercadológicas de publicidade e de promoção. Para que isso aconteça, é necessário o desenvolvimento de estudos de mercado, segmentando-os o quanto for necessário para permitir uma análise completa e segura dos elementos que conduzirão os planos de desenvolvimento turístico voltados a atender as expectativas desse público.

Em face das considerações apresentadas, este trabalho foi desenvolvido com o objetivo de identificar as expectativas das pessoas de terceira idade, de classe média e média alta, da cidade de São Paulo, ao efetuar uma viagem turística.

Para a elaboração deste trabalho, realizou-se pesquisa quantitativa, baseada na aplicação de questionários com trezentos (300) idosos de sessenta anos (60) ou mais, além de pesquisa participante, em um total de cinco (5) viagens realizadas.

O questionário foi elaborado para orientar a análise quanto às seguintes questões:

- Quanto ao domínio das relações sociais, identificar as expectativas de turistas da terceira idade, no que se refere a fazer novas amizades, ou encontrar um novo relacionamento na viagem efetuada.
- Quanto ao domínio da saúde, identificar o que as pessoas dessa faixa etária esperam encontrar em termos de alimentação, de atividades físicas, como caminhadas acompanhadas por um guia.

- Quanto ao domínio cultural, saber quantos preferem visitas a museus e locais congêneres.
- Finalmente, no domínio da satisfação pessoal, procurar saber se paradas em lojas, para compras, é uma das expectativas deste grupo.

Os resultados do trabalho permitirão, como consequência, relacionar o que pode ser melhorado para tornar mais agradáveis as viagens para essa faixa etária.

### **A Importância da Terceira Idade para o Turismo**

O levantamento realizado sobre o tema mostrou que a bibliografia sobre Turismo na terceira idade é ainda bastante restrita. ANSARAH (2000), afirma que é importante conhecer as necessidades e desejos dos turistas. Quanto mais as características do mercado alvo forem conhecidas, maior será a eficácia das técnicas mercadológicas de publicidade e de promoção. O presente trabalho foi elaborado para atender em parte esta necessidade, na medida em que procuramos conhecer quais as preferências dos idosos em viagens de curta duração.

A Assembléia Mundial sobre o Envelhecimento, convocada pela ONU e realizada na cidade de Viena em 1982, definiu como indivíduo da terceira idade, a pessoa com sessenta anos ou mais. Desde então, este critério tem sido adotado tanto pela ONU, como pela Organização Mundial de Saúde – OMS e Organização Pan-americana de Saúde – OPS. Na Conferência Internacional de Envelhecimento, Demografia e Bem Estar na América Latina também foi utilizado o critério de sessenta anos (Santos, 1996). Este foi também o critério adotado neste trabalho.

Estreitamente relacionadas com a maior demanda de turistas da terceira idade, são as considerações de BACAL, (1984) quando observa que os motivos que levam um indivíduo a realizar uma viagem turística, podem ser: de deficiência (ex: fuga de problemas, da rotina, da poluição, da situação estressante das grandes metrópoles); de excesso (ex: ir para um local onde possa se divertir, fazer cursos, conhecer novas culturas e lugares, fazer novas amizades, busca de aventuras). Os motivos que levam os idosos a fazer viagens, ao que parece, se enquadram neste segundo grupo, como mostram os resultados do presente trabalho.

PALMA NETO (1999) comenta que, nos Estados Unidos e na Europa, o segmento de terceira idade é um dos mais importantes mercados para o setor turístico. Segundo o mesmo autor, a maioria dos grupos de terceira idade que efetuam viagens turísticas é

formada por aqueles homens e mulheres que desistiram de ter crises de culpa, de aborrecerem-se com as preocupações dos outros e resolveram recuperar o tempo perdido de uma forma muito divertida e saudável: viajando, conhecendo novos lugares, pessoas e culturas. De fato, nossos resultados mostraram que estas são expectativas dos idosos ao efetuarem viagens.

SOUZA e SILVA (1998) observam que devemos buscar meios para atender à demanda reprimida, representada pela população com mais de 60 anos, que deseja viajar seguindo roteiros adequados e previamente selecionados para sua disponibilidade de tempo, normalmente em baixa temporada. No futuro, os roteiros de viagens para a terceira idade deveriam atender às expectativas mostradas neste trabalho.

GARCIA (2001) constata que as operadoras e agências de viagens possuem poucas ofertas específicas para o público de terceira idade, citando também que as pessoas dessa faixa etária usualmente costumam realizar viagens rodoviárias com percurso de até 800 km do local de residência, preferencialmente viagens curtas, com até cinco dias de duração e que as mulheres da terceira idade manifestam predileção por viajar em grupos. Esta última observação foi também por nós contatada.

BENI (2000), a respeito do turismo da terceira idade, comenta que, inquestionavelmente, constituirá, tanto ao nível interno como internacional, um expressivo fator de desenvolvimento do tráfego turístico e das destinações de viagens.

Acompanha o crescimento desse mercado, a criação de uma nova linguagem em oposição às antigas formas de tratamento dos velhos e aposentados: a terceira idade substitui a velhice; a aposentadoria ativa se opõe à aposentadoria; o asilo passa a ser chamado de centro residencial; o assistente social, de animador social e a ajuda social ganha o nome de gerontologia. Os signos do envelhecimento são invertidos e assumem novas designações: nova juventude, idade do lazer. Da mesma forma, invertem-se os signos da aposentadoria, que deixa de ser um momento de descanso e recolhimento, para tornar-se um período de atividade e lazer. Não se trata mais apenas de resolver os problemas econômicos dos idosos, mas também lhes proporcionar cuidados culturais e psicológicos, de forma a integrar socialmente uma população tida como marginalizada. É nesse contexto que surgem os grupos de convivência e as universidades para a terceira idade, como formas de criação de uma sociabilidade mais gratificante entre os mais velhos.

### Pesquisa com o Público de Terceira Idade: expectativas nas viagens turísticas

A análise dos dados obtidos na aplicação dos questionários nas cinco viagens realizadas mostra uma grande predominância de turistas do sexo feminino, casadas ou viúvas (93%) e apenas 7% do sexo masculino (Figura 1).

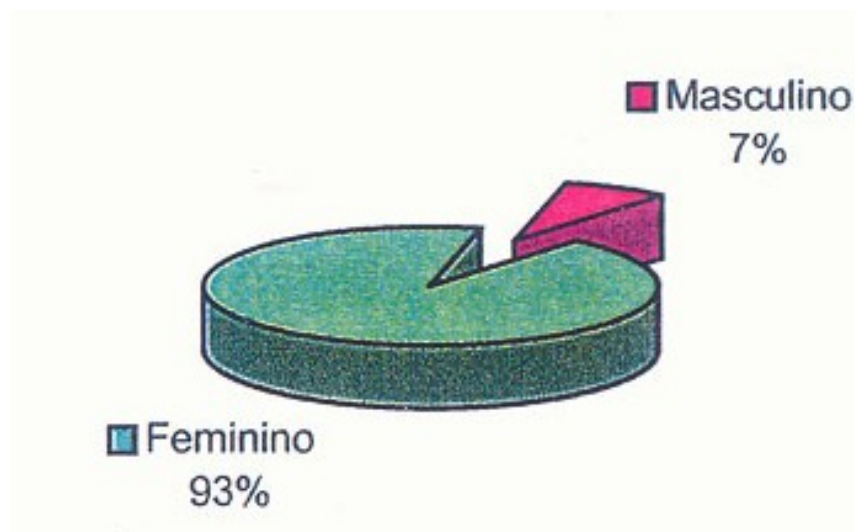


Figura 1 - Dados Relativos à participação dos sexos feminino e masculino nas viagens

A maior concentração de pessoas da terceira idade que viaja encontra-se nas faixas dos 60 aos 65 anos e dos 70 aos 75 anos (Figura 2).

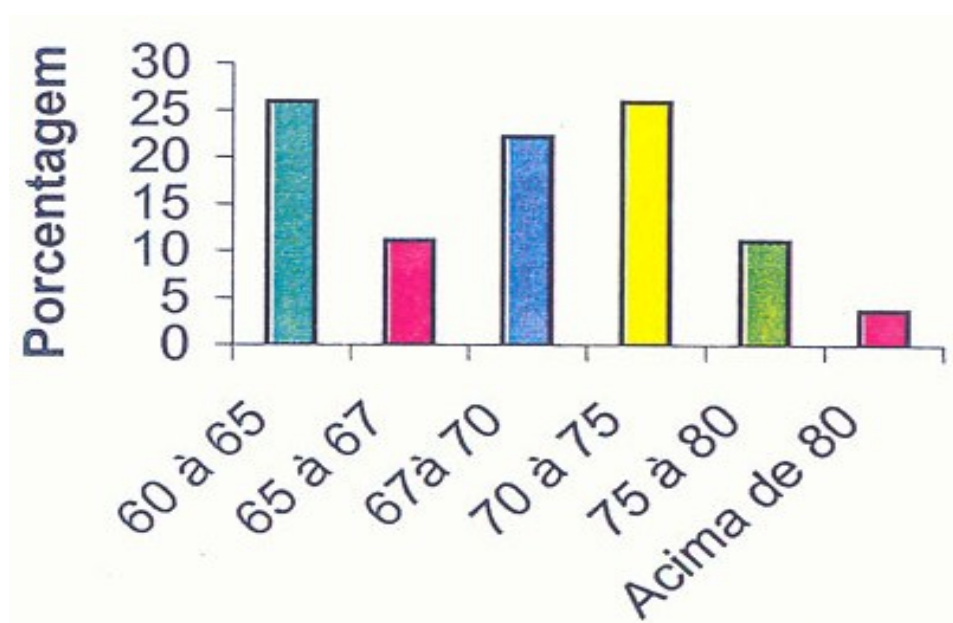


Figura 2 – Dados (%) relativos à participação de indivíduos de diferentes faixas etárias nas viagens

Quanto ao domínio das relações sociais, a totalidade dos turistas de terceira idade espera fazer novas amizades nas viagens, porém somente uma minoria espera encontrar um novo relacionamento, em alguns casos com aprofundamento afetivo (Figura 3).

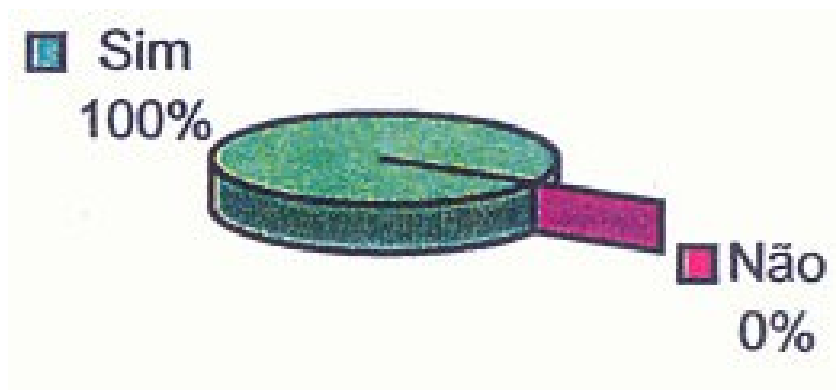


Figura 3 - Distribuição dos entrevistados (%) de acordo com o desejo de fazer novas amizades

Quanto ao domínio da saúde, em relação à alimentação, mais da metade (56%) dos viajantes espera encontrar uma dieta balanceada, com pouca gordura e açúcar e também esperam encontrar doces dietéticos, sem açúcar, nas refeições servidas e consideram que um chá à noite, antes de se recolherem, seria muito apreciado (Figura 4).

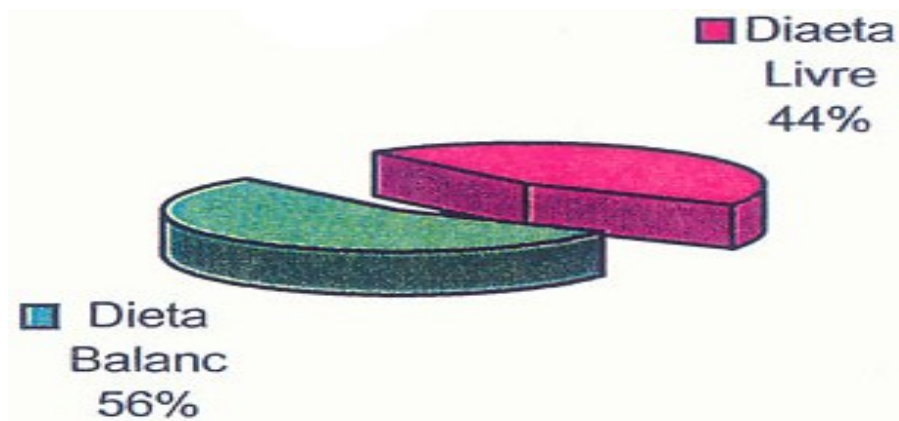


Figura 4 - Distribuição dos entrevistados (%) de acordo com a preferência entre dieta balanceada ou dieta livre.

Em relação às atividades esportivas, aproximadamente a metade dos turistas (48%) prefere descansar mais durante a viagem, enquanto a outra metade (52%) prefere exercer atividades físicas, de preferência, acompanhados por um guia ou instrutor (Figura 5).

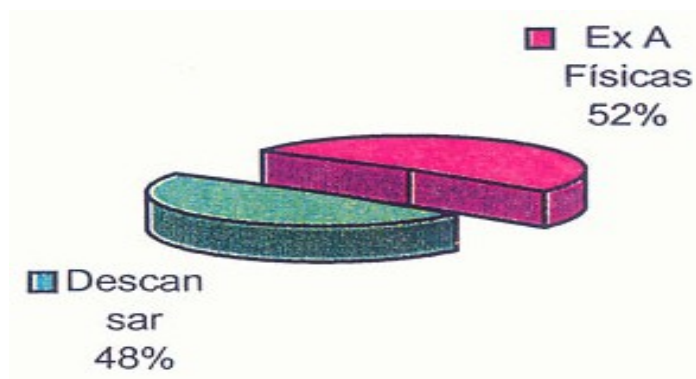


Figura 5 - Distribuição dos entrevistados (%) de acordo com o desejo de descansar ou exercer atividade física

Quanto ao domínio cultural, a grande maioria (90%) dos turistas gostaria que a viagem proporcionasse passeios a locais de interesse cultural, como visitas a museus e locais congêneres (Figura 6).

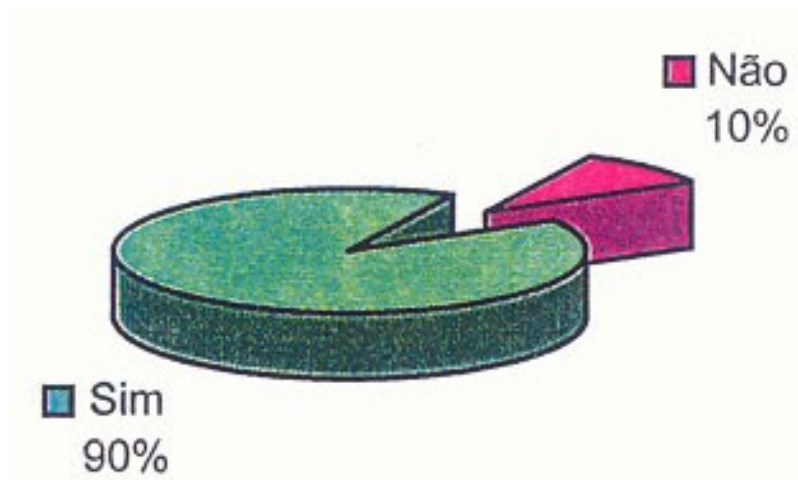


Figura 6 – Distribuição dos entrevistados (% de acordo com o desejo ou não de fazer visitas a locais de interesse cultural

No domínio da satisfação pessoal, a maioria (83%) considera importante as paradas em lojas para compras.



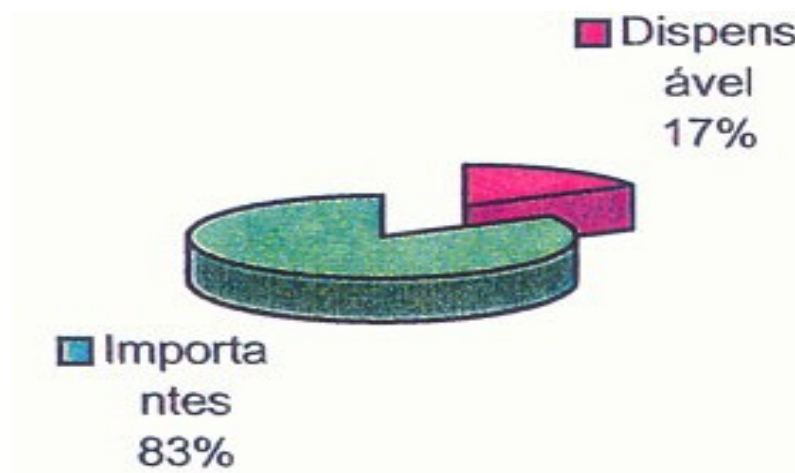


Figura 7 - Distribuição dos entrevistados (%) de acordo com o desejo de fazer paradas em lojas

A maioria das pessoas (83%) de terceira idade investigadas, gostariam que fossem promovidas festas ou bailes nas viagens, para tornar possível uma maior integração entre os participantes. A maioria considera que os ônibus normalmente utilizados nas viagens, devem ser de fácil acesso e oferecer conforto suficiente.

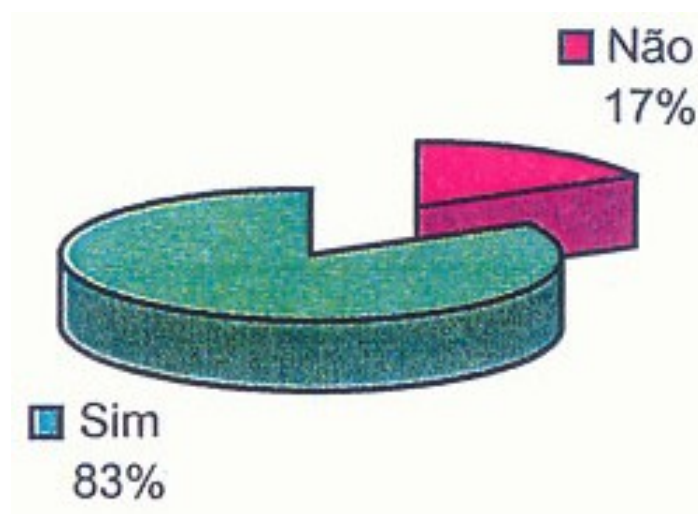


Figura 8 - Distribuição dos turistas (%) quanto ao desejo de que sejam ou não realizadas festas ou bailes nas viagens

### **Considerações Finais**

Os resultados do presente trabalho mostram que, em viagens curtas, a maioria dos turistas da terceira idade é constituída por mulheres. Por outro lado, verificamos que os idosos têm diferentes tipos de expectativas. Desejam fazer novas amizades, descansar ou participar de atividades físicas.

Segundo SOUZA e SILVA (1998), há necessidade de encontrar novos interesses. Fazer novas amizades e ocupar o tempo são necessidades que deverão aumentar a participação de idosos em atividades como o turismo. BENI (1996) é da mesma opinião, quando afirma que atividades turísticas podem ser benéficas, tanto social, quanto psicologicamente para os idosos, ao proporcionar-lhes meios para desenvolver novas amizades.

As pessoas da terceira idade também esperam parar em lojas e tomar refeições normais no jantar. Muitas desejam encontrar, nas viagens, refeições com dietas balanceadas ou sobremesas com doces dietéticos, fazer visitas culturais ou participar de bailes e festas.

Baseados nos resultados obtidos, pode-se oferecer às empresas que organizam viagens para a terceira idade as seguintes sugestões:

- a) Que ofereçam uma opção de dieta balanceada, e com pouca gordura, nas viagens que incluam alimentação.
- b) Que nessas refeições, sejam oferecidas sobremesas dietéticas, sem adição de açúcar e com baixo índice de gorduras.
- c) Que as viagens ofereçam passeios a locais de interesse histórico-cultural, e que os guias forneçam explicações sobre a história do local visitado.
- d) Que as agências que comercializam roteiros rodoviários, que atendam turistas de terceira idade, pensem em organizar com maior frequência, festas ou bailes, que irão possibilitar uma maior integração entre os participantes das viagens.
- e) Realização de palestras sobre os locais a serem visitados no roteiro, na primeira noite da viagem. Essa palestra abordaria aspectos culturais e paisagísticos dos locais a serem visitados.
- f) Distribuir um livreto com informações sobre a população do local; como se compõe etnicamente esta população, quais são os recursos que permitem

que esse local sobreviva, e também informar em que medida essas localidades são pólos turísticos.

### **Referências**

- ANSARAH, M. G. *Turismo – Segmentação de Mercado*. 2ª ed. São Paulo: Futura, 2000.
- BACAL, S. S. *Pressupostos do Comportamento Turístico*. Tese de Doutorado, Escola de Comunicações e Artes de São Paulo, 1984.
- BENI, M. C. *Análise Estrutural do Turismo*. 2ª ed. São Paulo: Senac, 2000
- COSTA, S. F. *Introdução Ilustrada à Estatística*. 3ª ed. São Paulo: Harbra, 1998.
- GARCIA, M.T.G. *Turismo na terceira idade – Um mercado em potencial*. Tese de Doutorado. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 2002.
- KALACHE, A. *Brasil muda sua cara e envelhece rapidamente*. São Paulo, 1998. Disponível em <http://www.maturidade.com.br>
- LASLETT, P. *The emergence of the third Age*. Aging and Society, 7, 1987.
- PALMA-NETO, D. “O Estado de São Paulo”, Suplemento Viagem, 24 / 08 / 99.
- PASCHOAL, S.M.P. *Epidemiologia do Envelhecimento*. In: PAPALÉO NETTO, M. (Coord.). Gerontologia: a velhice e o envelhecimento em visão globalizada. São Paulo: Atheneu, 1999.
- SANTOS, G.A. *Planejamento de vida, ansiedade e tensões psíquicas nas pessoas da terceira idade*. Dissertação de Mestrado. Instituto de Psicologia da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 1996.
- SOUZA E SILVA, F. S. *O comportamento psicossocial do turista na terceira idade*. Dissertação de Mestrado, Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, 1998.
- SOUZA, H.M.R, JACOB FILHO, W. & SOUZA, R.R. *Turismo e qualidade de vida na terceira idade*. São Paulo: ed. Manole, 2006.
- STUCCHI, D. *Os programas de preparação à aposentadoria e o remapeamento do curso da vida do trabalhador*. Dissertação de mestrado, IFCH / Unicamp, 1994.
- JACOB FILHO, W. & SOUZA, R.R. *Anatomia do envelhecimento*. IN: CARVALHO, E. T. & PAPALEO NETTO, M. (org). Geriatria: fundamentos de clinica. São Paulo: Sarvier, 1994.