

Turismo e Lazer para a Terceira Idade: Perspectivas e Desafios

EDNA DE LIZ * [ednaliz@terra.com.br]

DORIS RUSCHMANN ** [doris@ruschmannconsultores.com.br]

JORGE UMBELINO *** [jorge.umbelino@fesh.unl.pt]

ERICKA AMORIM **** [erickaaa@msn.com]

MIGUEL ANGEL VERDINELLI ***** [maverdinelli@live.com]

Resumo | O presente estudo reflecte sobre a importância da relação entre o turismo e lazer e a senioridade ativa, com especial enfoque na percepção do idoso de grupos de convivência de Balneário Camboriú/SC – Brasil, em relação à imagem do envelhecimento veiculada pela mídia e sua analogia com o lazer. O estudo resulta em análise e compreensão sobre o envelhecimento, alcançado com a aplicação de questionários e o método de pesquisa *Focus Group*.

Palavras-chave | Turismo, Lazer, Terceira Idade.

Abstract | The current article reflects on the importance of the relationship between tourism, leisure and the active ageing population, with special attention on the elderly perception of socializing groups in Balneário Camboriú/SC- Brasil, concerning the aging image conveyed by the media and its analogy with the leisure. This study results in analysis and understandings about aging, achieved by questionnaires and Focus Group research method.

Keywords | Tourism, Leisure, Ageing Population.

* **Mestre em Turismo e Hotelaria** pela UNIVALI.

** **Doutorada em Ciências da Comunicação** pela USP e **Coordenadora** do Mestrado em Turismo e Hotelaria na UNIVALI.

*** **Doutorado em Geografia** pela Universidade Nova de Lisboa e **Docente** na Universidade Nova de Lisboa (UNL).

**** **Doutoranda em Geografia** na Universidade Nova de Lisboa, **Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo** pela UA, **Docente** em Turismo na ISLA, **Investigadora** no E-Geo/Centro de Estudos de Geografia e Planeamento Regional, Universidade Nova de Lisboa e **Investigadora** ISCTE.

***** **Doutorado em Estatística Aplicada ao Turismo** pela UNIVALI e **Docente** no Mestrado em Turismo e Hotelaria na Univali.

1. Introdução

O crescente aumento da expectativa de vida da população resulta num segmento do turismo que possui disponibilidade de tempo que, condicionado à existência de outros aspectos como disposição física e recursos financeiros, por exemplo, constituem um interessante público na área do turismo.

No entanto, apesar de se verificar essa tendência mundial de envelhecimento da população, pelo lado da oferta, a indústria do turismo nem sempre está adequadamente preparada para o atendimento que reúne algumas especificidades. O segmento da terceira idade precisa, muitas vezes, de uma estrutura física adaptada e um serviço com alguns cuidados adicionais.

Pelo lado da demanda, dentre outras questões, a percepção do turismo por parte desse grupo específico pode representar um fator limitante das viagens e do turismo neste segmento. Muitos factores podem distorcer a real possibilidade de viagem por parte deste segmento, que pode ser agravada por factores socioculturais comumente veiculados na mídia. O foco deste estudo é a perspectiva do público de terceira idade de Balneário Camboriú, bem como o impacto da mídia no seu processo de decisão.

O objetivo principal desse artigo é, portanto, refletir acerca da importância do turismo e o lazer para o público sênior, levando em consideração a imagem do envelhecimento veiculada pela mídia. Este artigo iniciará com a discussão teórica envolvendo as viagens e o turismo para o público de terceira idade e o lazer na terceira idade, que darão suporte teórico-conceitual para a apresentação e discussão dos dados relativos ao caso de Balneário de Camboriú.

Foram aplicados questionários aos participantes de grupos de convivência de Balneário Camboriú e utilizado o método de pesquisa *Focus Group*. Dentre os principais resultados obtidos, verificou-se a importância do lazer e entretenimento dentro do grupo investigado, além da actuação positiva da mídia. Sugere-se que este estudo pode ser alargado

e aplicado em outros locais ou mesmo em outros segmentos de mercado.

2. As viagens e turismo para o público de terceira idade

O turismo é uma atividade em destaque no cenário mundial. Envolve e é envolvido por diversos aspectos naturais, sociais, econômicos e culturais, pela geração de divisas, capacidade de integrar culturas e fronteiras, de falar outras línguas, promover empregos direta e indiretamente, melhorar a qualidade de vida, proporcionar experiência tanto aos visitantes quanto à comunidade local, e pela capacidade de incentivar os investimentos na infraestrutura da localidade, como, ainda, no âmbito estadual e nacional.

Frente a isso, aparecem as viagens realizadas com a motivação de lazer, as quais, depois de atendidas as necessidades fisiológicas e as obrigações laborais e sociais, podem ser consideradas uma “válvula de escape”, para se manter longe do desgastante ritmo cotidiano. É devido a aspectos como esses, agregados a outros fatores de qualidade, que o turismo aparece como sendo um dos setores econômicos que mais crescem no mundo, “[...] contribuindo para o crescimento econômico, para a compreensão internacional, para a paz e a prosperidade dos países, assim como para o respeito universal e para a observância dos direitos humanos e das liberdades fundamentais [...]”, segundo a WTO - *World Tourism Organization* (WTO, 1999: 3).

Para Ignarra (2010), tal crescimento deu-se devido a vários acontecimentos, podendo-se destacar: aumento da renda *per capita* da população dos países desenvolvidos; evolução tecnológica dos transportes e na área das comunicações; todo o processo de globalização e o aumento do tempo livre, como as férias e aposentadorias.

Segundo Ruschmann (2009), o turismo é o maior dos movimentos migratórios da história da humani-

dade e caracteriza-se por sua taxa de crescimento constante. Mas também depende de vários fatores exógenos à atividade, como as crises bélicas, econômicas e sociais nos países ou localidades receptoras e/missivas.

O desenvolvimento do turismo também se suporta em viagens de trabalho/negócios, mas neste artigo daremos enfoque nas motivações de lazer, as quais correspondem a diversas e profundas necessidades do ser humano: de espaço, movimento, bem-estar, expansão e repouso, longe das tarefas impostas pelo trabalho cotidiano. Ao viajar em férias, o homem busca fugir da rotina, desbravar novos horizontes, descobrir novos lugares, despertar o desejo de viajar, conhecer novas paisagens, divertir-se sem pressa, fazer novos amigos e/ou encontrar novos parceiros.

Dentro deste contexto, inclui-se o turismo para a terceira idade, que igualmente deve oferecer opções de entretenimento, lazer e conhecimento. Deve propiciar, também, as interações sociais e a conquista de novas amizades, minimizando a solidão daqueles que, muitas vezes, moram sós, tendo como consequência o melhoramento da qualidade de vida dessas pessoas, que já deram sua contribuição à sociedade e às suas famílias.

É importante que se encontre o prazer em cada etapa do desenvolvimento humano, poder olhar para o futuro e aproveitar as experiências passadas. Desta forma, o contato entre gerações seria de grande utilidade para o idoso¹, como forma de superar as dificuldades proporcionadas pela velhice, e talvez até uma contribuição para a sociedade:

"Ao constatar que as viagens de turismo podem melhorar a saúde psíquica das pessoas com 60 anos ou mais, pode-se afirmar que essa contribuição irá abranger outras áreas, como a saúde física, o relacionamento familiar e até funcionarão como multi-

plicadoras de empregos, uma vez que será necessário recorrer ao trabalho de pessoas capacitadas para atender esse contingente que cresce a cada década" (Silva, 2002: 64).

Sabe-se que envelhecer é inevitável, mas, atualmente, é possível contribuir, também por meio das viagens, para a melhoria da forma de envelhecer.

Assim, é preciso conseguir reduzir os danos em cada etapa da vida das pessoas, sejam eles de caráter social para o indivíduo, moral para as famílias e financeiro para o Estado.

É interessante ter em conta a dimensão do segmento do turismo de terceira idade e a crescente importância no mercado como um todo. Segundo Buhalse Darcy (2011: 05):

"The US National Institute on Ageing identifies that in 2006, 500 million people worldwide were 65 and older. However, by 2030 this is estimated to increase to 1 billion or one in every eight people, with the most rapid increase in the 65+ cohort in developing countries. This situation is largely reflected in all Western developed nations with a noticeable difference in Asian countries where ageing is occurring at a faster rate (Altman, 1975; World Health Organization, 2007a). These trends have considerable implications for global tourism (Dwyer, 2005)".

Em 2050, pela primeira vez na história, haverá mais pessoas acima dos 60 anos do que crianças de 0-14 anos (WHO, 2007).

Encontrar novos interesses, novos modos de manter-se ocupados, poderá ser um dos objetivos das viagens realizadas pelas pessoas idosas. Nada mais real para se estar em movimento do que o indispensável deslocamento que o turismo implica:

"O turista que envelhece turista poderá ter, neste aspecto da vida, habilidade em administrar as impressões que transmite aos outros, será admirado, mas desdenhará menos aqueles em quem suscita essa admiração. Estará menos ansioso por experiências emocionais depois de viajar, pois terá tido a oportunidade de preencher um vazio interior, porque

¹ Neste estudo serão utilizadas as palavras: idoso, velhice e terceira idade, entre outros termos relacionados para identificar o período da vida das pessoas com mais de 60 anos e que, de acordo com o seu estado de saúde e disposição, realizam atividades, participam de grupos associativos e agremiações, viajam, realizam passeios, participam de debates – o que caracteriza um "idoso ativo".

a própria viagem se incumbirá disso, e será menos estigmatizado com o fato do envelhecimento" (WHO, 2007: 19).

As viagens turísticas para os idosos, como qualquer outro produto turístico, são compostas pelos atrativos e pelo conjunto de bens e serviços organizados para receber de forma adequada o visitante. Moletta (2000) afirma que, para a terceira idade, o fator mais importante que decide o local da viagem é, sem dúvida, a estrutura confortável e adequada para essa faixa etária. Jang e Wu (2006: 314), por sua vez, afirmam:

"Results also showed that healthy seniors are more likely to be motivated by push motivations, which suggests that marketing efforts targeting healthy and active senior groups (e.g., continuing education classes and seniors' hobby clubs) may be more successful in enticing seniors to travel."

Desta forma, quanto mais organizado for o produto turístico voltado para a terceira idade, maior será a probabilidade de receber o cliente e o seu tempo de permanência, assim como as chances do seu retorno ao local. Jang e Ham (2009: 378) refletem que:

"The tourism industry must be attentive to the senior market because of the rapid increase in this market's size and potential buying power. In order to attract this lucrative market, tourism marketers should sincerely consider how to accommodate the heterogeneous consumption patterns of senior travellers."

Neste mesmo sentido das especificidades do Turismo Sênior, Nimrod (2008: 865) se pronuncia:

"However, retirement was not only perceived as an opportunity to travel more, but also as an opportunity to travel differently. With more time available, participants noted that they did not have to rush anymore, and could travel with no pressure. On arrival at the destination, they could spend longer periods and practically live in that place and get to know it

better, or as beautifully summarized by Mr. E, they could now "unpack their suitcases."

Sedgely et al. (2011: 432) evidenciam que não há outra forma para servir bem um mercado do que ouvi-lo atentamente, e o turismo senior não é exceção: *"Engaging with the principles of critical gerontology will mean involving and consulting older people throughout the research process so that their voices are privileged and their agendas and perspectives recognized"*.

Com a expectativa do crescimento da população idosa, que, cada vez mais, se apresenta na condição de experimentada no domínio do turismo, ampliam-se as possibilidades e visões de negócios para as agências de viagens, para as transportadoras turísticas, para a rede hoteleira e de alimentação, assim como para todas as áreas da economia ligadas, direta e indiretamente, ao turismo. A isso se refere Damn (2001: 236):

"With decreasing birth and mortality rates in these predominantly Western countries, clearly the proportion of elderly world tourists was set to increase dramatically in the years ahead and, especially if one added domestic trips to this scenario (that is, multiplying international arrivals by a factor of 10), the future of tourism for those with increasing leisure time looked very bright indeed."

Atento a isso, o mercado oferece cada vez mais novos produtos destinados a esse público, como por exemplo, o turismo de saúde, que consiste na utilização de um hotel e outros tipos de alojamento para a recuperação em ambulatório ou para tratamentos médicos (Umbelino et al., 2011).

Porém, para um eficaz desenvolvimento do turismo da terceira idade, os trabalhos desenvolvidos pelas pessoas em empresas que atendem a este segmento de viajantes devem ser conhecidos e respeitados, para que o tempo do idoso seja preenchido com atividades agradáveis dentro das suas capacidades, contribuindo para a melhoria de sua saúde mental, física e psíquica.

3. O lazer na terceira idade

Para que seja possível explanar de maneira adequada o lazer na terceira idade é indispensável compreender quem faz parte deste grupo e quais as influências que estes indivíduos recebem do meio externo.

Santini (1993: 87) assegura que “a melhoria das condições de vida faz com que os jovens se tornem adultos mais cedo e a velhice fisiológica venha cada vez mais tarde, significando a plena posse das forças físicas e mentais ao longo da própria velhice”.

Tudo o que se pensava ou se relatava sobre os idosos era relativo à dependência e à incapacidade mental e física, ou seja, foi estabelecida como a idade da doença, pobreza, fraqueza, solidão e do isolamento. Esse pensamento antigo, implantado no início da Revolução Industrial e mais evidenciado pelo “Fordismo”, que afirmava que os idosos eram incapazes e improdutivos, fora aceita por grande parte da população, que manipulava a mídia, os políticos e os próprios idosos.

No entanto, pesquisas apontam que, desde 1970, esse tipo de pensamento é infundado e errôneo, pois as pessoas da terceira idade são capazes de levar uma vida social ativa e autônoma, desde que sejam fornecidas as condições necessárias para isso. O SESC/WLRA (Serviço Social do Comércio/World Leisure and Recreation Association) (SESC/WLRA, 2000: 229) relata que “envelhecer e adaptar-se adequadamente à terceira idade é um processo tanto social, quanto biológico”.

Porém, conforme vão sendo realizadas pesquisas, bem como a tecnologia e a ciência evoluem, fica comprovado que os problemas ocasionados pela idade avançada são verdadeiros apenas nos últimos anos de vida, quando há fraqueza mental ou física, o que causa a dependência alheia por motivos de declínio da mobilidade.

A WHO (2007) defende que a senioridade activa é um processo de optimização das oportunidades de saúde, participação e segurança no sentido de alcançar a qualidade de vida para a população idosa.

Segundo Santini (1993: 88), para “aqueles que gozam de boa saúde e são capazes de se locomover com liberdade, a aposentadoria pode trazer novas oportunidades e mais tempo para se ocuparem de vários interesses”, e mesmo nos casos mais graves o lazer deveria ser utilizado como auxílio para uma melhor assistência.

É necessário fazer a população, em geral, entender que a terceira idade faz parte de um processo de desenvolvimento contínuo e que isso se deve ao aumento da expectativa de vida. Bruhns (2000: 102) relata que “o envelhecimento, o trabalho e o lazer necessariamente devem ser orientados pela perspectiva, não de declínio, mas de desenvolvimento contínuo da pessoa ao longo da sua vida”. Porém, muitas das ações de responsabilidade do poder público não vêm sofrendo alterações ou até mesmo não são realizadas, e o setor privado ainda apresenta demora em atentar para o grande potencial de consumo deste segmento que apresenta significativo potencial de mercado e, no caso do turismo, uma grande alternativa para diminuir os efeitos da sazonalidade que afeta tanto as destinações turísticas como os empreendimentos receptivos.

Bruhns (2000: 105) ratifica essa realidade quando diz que “a relação entre idosos e aposentados e o lazer depende das possibilidades adequadas e acessíveis para sua participação e dos hábitos comportamentais formados ao longo da vida”. Sendo reafirmado pelo SESC/WLRA (2000: 238), quando atesta que “os fatores de diferenciação social que se apresentam na juventude podem influenciar os estilos de vida adotados e a qualidade de vida na terceira idade”.

Ferreira (2004: 8) nota que:

“De facto, é no quadro das dinâmicas recentes e actuais da dimensão e estrutura demográfica, por um lado, e da predisposição/capacidade para empreender actividades turísticas, por outro, que nos é permitido, desde já, delinear a importância que o turismo sénior terá nas próximas décadas: os idosos da primeira metade do século XXI já nasceram e a sua propensão turística desenvolve-se ao longo da idade adulta,

sofrendo apenas alterações mínimas e previsíveis na transição para a velhice”.

Idosos de distintos gêneros, região, idade, classe social, grau de instrução e formação familiar, podem ponderar e usufruir do lazer de diferentes maneiras. Entende-se como importante salientar que existem idosos que se apresentam tão ativos que, como atividades de lazer, escolhem a filantropia e trabalhos voluntários para seu desenvolvimento social. Outro fato é que os idosos procuram manter “relações próximas com as suas famílias”, morando junto ou mantendo a convivência diária com familiares.

É possível saber que, dependendo da filosofia de vida de cada um, dos valores, tanto individuais quanto sociais, para alguns o envelhecimento pode ser um período inútil, sem sentido, sem valor. Já para outros pode ser um tempo de liberdade, de viver o momento sem compromissos profissionais, de fazer tudo aquilo que até o momento não se teve tempo de fazer, de aproveitar a sua vida.

Muitas actividades voltadas para o público jovem podem ser realizadas por pessoas de idade mais avançada, desde que sejam acompanhadas por profissionais e respeitem suas condições e ritmos (Santini, 1993), como o vôlei, a ginástica, a ioga, dentre outras, até atividades culturais como cursos de reciclagem e atualização, atividades de lazer que visam, principalmente, a descontração (bailes, sessões de vídeo ou simples bate-papos). A atuação em atividades como estas vêm sendo cada vez mais praticadas pelos idosos, mostrando que as pessoas desse grupo, mesmo com idade avançada, têm disposição e interesses específicos.

Atualmente, o lazer vem sendo diversificado e tomando mais tempo na vida dos idosos, no que se refere ao conjunto de atividades para essa faixa etária; é o tempo do fazer humano, como um item significativo para o desenvolvimento pessoal e coletivo da sociedade. Necessita, desta forma, saber ser interpretado de forma correta em todas as suas dimensões e, assim, levará à reflexão, à crítica, à mudança, ao questionamento e, por fim, a uma transformação social.

A busca pelo lazer tornou-se um hábito para pessoas de todas as idades, que geralmente já possuem uma relação das atividades que pretendem fazer ou que se acredita que podem realizar. O SESC/WLRA (2000: 5), completa este raciocínio quando relata que “a procura por certos tipos de lazer também é um reflexo de certas tendências que podem influenciar somente um grupo etário ou somente certos segmentos de um grupo etário”.

O envelhecimento da população vem sendo objeto de estudos mais recentes, principalmente aqueles na área da saúde, e muitos grupos sociais estão preocupados, pois os costumes sociais ainda não estão preparados para uma nova ordem, onde os idosos se apresentam com perspectivas de longos anos de vida. Nada lhes é oferecido, porque a sociedade não estava acostumada com estes novos “participantes”, que cogitam mudanças nas relações humanas de toda a ordem, seja ela econômica, afetiva, produtiva, na saúde, e no lazer.

Desta forma, para que os idosos possam viver mais e de forma mais proveitosa, muitas mudanças de caráter providencial devem ser tomadas pelo setor público, bem como pelo setor privado. A terceira idade é uma fase da vida que se mostra muito promissora, principalmente, como público-alvo de empresas voltadas para o lazer e o entretenimento. Porém, para que sejam desenvolvidas atividades adequadas para este grupo, os investimentos devem ocorrer em melhorias e em equipamentos voltados para eles.

Ressalta-se, ainda, que os processos de educação em todos os níveis têm a responsabilidade social de propagar conhecimentos a respeito do indivíduo que envelhece, para que se possam utilizar suas grades curriculares como meio de inserção desse conhecimento, para formar novas gerações conscientes, com novas culturas e visão a respeito do envelhecimento.

Desta forma, para que haja, em um curto prazo de tempo, uma mudança de cultura e conscientização, a mídia se mostra como uma ferramenta educacional perfeita, onde as informações surtem efeitos imediatos, mediante a veiculação de imagens

que retratem o idoso dentro das suas perspectivas reais de vida.

Segundo Gaelzer (1979), especialmente nesta fase da vida, o ser humano se mostra habilitado a empregar a sua experiência e a sua energia de alguma forma que tenha significado para ele. O turismo para a terceira idade é uma das segmentações possíveis e justificadas, tanto pelo crescimento desse grupo populacional, como pelas peculiaridades das pessoas nele incluídas. Como diz Silva (2002: 15):

“O velho sabe estar vivendo na fase do envelhecer. O que seu ego não aceita é ter ficado velho como incapaz e a caminho do nada. Sente que o estado do envelhecimento o faz reconsiderar seu corpo e suas possibilidades, não como doença, uma vez que tem vitalidade, desejos, necessidades e a imagem que faz de si não é aquela que a sociedade estigmatiza.”

Para identificar os desejos e as possibilidades de viagens de lazer para as pessoas da terceira idade de Balneário Camboriú – SC – Brasil, desenvolveu-se um estudo das suas características e aspirações e os efeitos da mídia nas suas decisões.

4. Procedimentos metodológicos

4.1. Caracterização do Universo da Pesquisa

Nesta investigação elegeu-se como caso de estudo a pessoa idosa, residente no município de Balneário Camboriú no Estado de Santa Catarina, participante nos diversos grupos de Terceira Idade existentes na cidade.

Esses grupos são coordenados pela Secretaria de Desenvolvimento e Inclusão Social da Prefeitura e igrejas, sendo que a escolha do universo de pesquisa baseou-se no fato de se ter vindo a verificar que idosos de todo o país, bem como de países do Mercosul e da Europa têm vindo, após a aposentadoria, a residir na cidade, devido às suas condições climáticas, de infra-estrutura e de qualidade de vida.

Contou-se com a participação de brasileiros oriundos da região sul, sudeste, centro-oeste, norte e nordeste do país, bem como estrangeiros dos países do Mercosul (argentinos, paraguaios, chilenos e uruguaios), além de europeus (italianos, alemães e russos).

4.2. Tipologia da Pesquisa

Toda pesquisa, segundo Luna (2002), visa à produção de conhecimento, com o intuito de preencher lacunas importantes dos saberes de uma área determinada. Na busca da identificação das relações entre o idoso, o lazer, o turismo e o entretenimento, com base em conceitos teóricos, capazes de descrever estes fenômenos, desenvolveu-se esta investigação bibliográfica e exploratória, sob a forma de pesquisa quantitativa e qualitativa.

Por tratar-se de uma temática pouco explorada, delimitaram-se os procedimentos metodológicos, com o intuito de auxiliar no enfrentamento de situações concretas que, segundo Luna (2002), é uma característica da pesquisa exploratória, que possibilita o treinamento do pesquisador.

A pesquisa quantitativa foi realizada como forma de caracterizar o perfil dos idosos que participam dos grupos de convivência em Balneário Camboriú/SC, em função da falta de dados que disponibilizassem informações quanto às alternativas de lazer, turismo e entretenimento. A análise dos dados quantitativos foi realizada com o auxílio do *software - Statistica Version 6*, por meio da estatística multivariada, usando a análise de correspondências simples, que permite avaliar as associações existentes entre os dados cruzados, contando com 337 respondentes dos 450 idosos cadastrados nos grupos de convivência em Balneário Camboriú, o que representa 70% do universo da pesquisa.

Na tabulação dos dados, os respondentes foram inseridos por gênero e faixa etária, a fim de constatar as possíveis diferenças entre homens e mulheres, de 50 a 59 anos, referentes ao Programa do Ministério

do Turismo “Melhor Idade”; de 60 a 79 anos, para o segmento da Terceira Idade (OMS – Organização Mundial de Saúde) e de 80 anos ou mais, para idosos da Quarta Idade (OMS).

Para a pesquisa qualitativa foi utilizado o método *focus group*, também denominado Grupo Focal, que consiste na realização de uma entrevista não-estruturada e natural, com pequeno grupo de entrevistados (Malhotra, 2006), filmada e gravada em áudio, a fim de melhor analisar as expressões e manifestações de cada grupo. Em cada uma das sessões (5 ao todo), participaram 12 idosos, totalizando 60 entrevistados. Este método, juntamente com os dados quantitativos, possibilitou a triangulação das respostas (Filk, 2007).

Para a análise qualitativa, foi utilizado o Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), abordagem metodológica que propõe a utilização de quatro categorias para auxiliar na organização dos depoimentos: a ancoragem, a idéia central, as expressões-chave e o discurso do sujeito coletivo (Lefèvre e Lefèvre, 2003).

4.3. Análise dos Resultados

Entende-se, neste estudo, que o entretenimento² é uma busca agradável para realizar o prazer através do lazer. Este, por conseguinte, contribui para a satisfação imediata de uma necessidade perceptível – a ausência de se ter uma obrigação específica ou geral para cumprir. Esse tempo, muitas vezes chamado de “desocupado”, é o tempo livre. Os indivíduos em atividade laboral, muito diferentemente das crianças – em período escolar ou não – e dos aposentados, possuem um tempo restrito e delimitado para tais atividades de lazer³.

As mulheres com mais de 80 anos buscam atividades de entretenimento, artísticas, artesanais e manuais, físicas e (uma exclusividade dessa categoria) atividades de cunho afetivo para com os amigos, familiares e animais domésticos. Essas idosas evidenciaram que sua longevidade é acompanhada por uma boa qualidade de vida e diversidade de atividades.

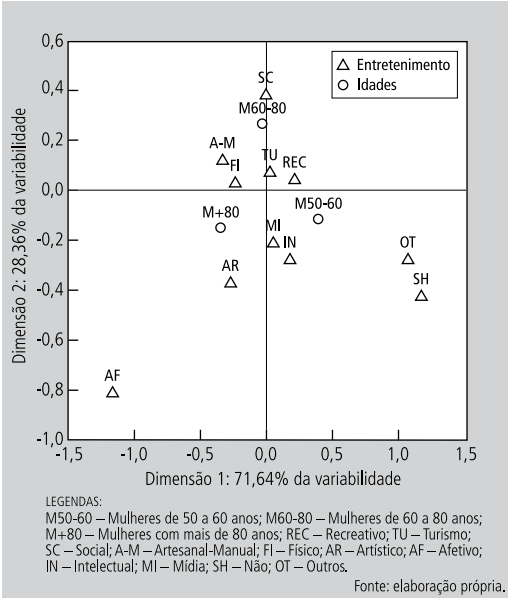


Figura 1 | Entretenimento das mulheres idosas.

Na categoria de 60 a 80 anos, as atividades de entretenimento são sociais, manuais, viagens e recreação. Esse grupo revelou atividades de socialização e inclusão, com ênfase para o turismo.

Por sua vez, as mulheres com 50 a 60 anos buscam atividades recreativas voltadas para ações intelectuais; o conhecimento, mas de forma equilibrada, juntamente com a recreação.

O turismo (8,1% de respondentes) é uniforme para todos as entrevistados, corroborando com a procura desse público por produtos e serviços da atividade turística.

As senhoras que não buscam o entretenimento e tipos diversos de atividades estão entre a faixa etária de 50 a 60 anos e, aos 50 anos, muitas mulheres ainda se mantém envolvidas em atividades profissionais.

² Entretenimento: “é o conjunto de atividades que o ser humano pratica sem outra utilização senão o prazer. É o desvio do espírito para as coisas diferentes das que preocupam. Pode ser uma distração, um passatempo (*hobby*) ou um desporto” (Larousse Cultural, 1995).

³ Nesse estudo faz-se um retrato das atividades de entretenimento, através do lazer em final da vida laboral (aposentadoria), no tempo liberado e no tempo livre discricional.

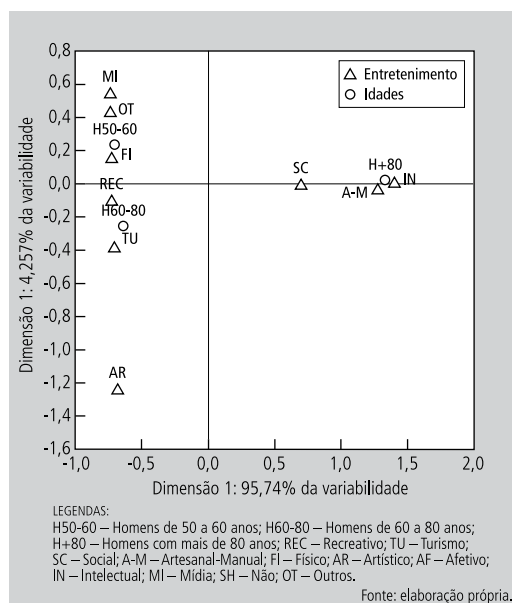


Figura 2 | Entretenimento dos Homens Idosos.

As atividades voltadas ao entretenimento dos homens com mais de 80 anos são as artesanais e manuais, intelectuais e sociais. Assim como as mulheres, os homens pesquisados continuam a desenvolver atividades, com destaque para aquelas de cunho intelectual. Na categoria de homens de 60 a 80 anos predominam as atividades recreativas, seguidas pelo turismo e os exercícios físicos – citados somente nessa categoria, assim como o lazer voltado para as atividades artísticas.

A teoria da atividade relata que os idosos ativos são mais felizes, pois desenvolvem atividades gratificantes (Cavan, 1965). A pesquisa ratifica essa teoria, salientando que é por meio da atividade física, mental, intelectual que se mantém o vigor e a disponibilidade para as atividades de lazer.

Os grupos de convivência são uma forma de convívio entre homens e mulheres idosos, propiciando o trabalho voluntário, a participação em teatro, dança, educação e formação, a prática de exercícios físicos, jogo de bocha. Os idosos consideram que essas atividades os mantêm afastados de doenças.

Como os grupos de convivência de Balneário Camboriu – SC têm, em média, 50 membros, a

sensação de pertencimento e inclusão leva-os a associação, como afirma R. 8, uma das entrevistadas: *“Eu tenho pena de quem não participa de grupos de convivência, pois a pessoa é solitária, triste e pode ter até depressão. Para nós (dos centros de convivência) não dá tempo para termos depressão ou solidão, fizemos muitas coisas juntos”,* e a entrevistada R. 45 *“O grupo (de convivência) para mim é tudo; meus colegas são meus amigos e a gente não se sente sozinha nessa idade”.*

O processo de desligamento das instituições, decorrente da aposentadoria das atividades profissionais, segundo Both *et al.* (1994), leva o idoso a uma sensação de exclusão, o que se confirma nessa pesquisa. O idoso almeja durante a sua vida esse momento de fim de vida laboral, e quando ele é alcançado defronta-se com o tempo livre, que, na maioria das vezes, não consegue preencher.

Além disso, esta situação de exclusão é agravada com a perda de entes queridos, em especial a do cônjuge, combinada com a ausência dos filhos e netos, em razão de suas atividades, sejam elas profissionais ou educacionais.

Deste modo, para minimizar essas angústias, o grupo de convivência é o espaço utilizado para resgatar a perdas de papéis sociais, e os idosos são enfáticos em dizer que voltaram a viver, se reencontraram e se sentem bem com essas afirmações, porque julgam já ter cumprido a missão de criar os filhos e, agora, podem fazer o que gostam, sendo uma das atividades preferidas a de participar das reuniões dos grupos, várias vezes por semana. Segundo uma outra senhora entrevistada: *“A mudança é tão visível que nos emociona; algumas colegas vêm tristes porque perderam marido, ou filho ou neto e a gente fala da nossa experiência e tornamono-nos úteis, ajudando ao próximo”* (R. 43). A reconstrução de laços afetivos e os relacionamentos pró-ativos que constroem em conjunto ajudam os participantes de grupos de convivência a se sentirem úteis e saudáveis.

5. Considerações finais

Pelo exposto, conclui-se que as atividades físicas, o entretenimento sadio, a mídia e as viagens atuam de forma favorável no bem-estar e no bem-viver das pessoas idosas, participantes dos grupos de convivência em Balneário Camboriú – SC. Entende-se que a contribuição deste estudo e a metodologia utilizada poderão contribuir para outros estudos com temáticas diferenciadas. Os idosos de grupos de convivência de Balneário Camboriú/SC demonstraram, pelas respostas nas pesquisas realizadas, que são ativos e que buscam ocupar seu tempo livre com atividades de lazer e entretenimento.

A terceira idade contemporânea é um nicho de mercado real que, muitas vezes, por falta de conhecimento, as empresas voltadas à atividade turística não incluem nos seus produtos e serviços. Conhecer as necessidades e os desejos desse segmento é uma premissa para que a oferta esteja adequada a essa demanda, que se torna exigente pelo seu poder de consumo, relativo à estabilidade financeira e seu tempo livre e às opções que lhe são disponibilizadas.

Referências Bibliográficas

- Both, A., Portell, M. R., e Both, S. L., 1994, *Fundamentos de gerontologia*, UPF, Passo Fundo.
- Bruhns, H. T., 2000, *Olhares contemporâneos sobre o turismo*, Papirus, Campinas.
- Buhalis, D., e Darcy, S., 2011, *Accessible tourism: Concepts and Issues*, Channel View Publications, Bristol, UK.
- Cavan, R., 1965, *Family tensions between the old and the middle aged*, in Vedder, C. (org.), *The problems of middle aged*, Thomas Publishing Co, Springfield.
- Damn, G., 2001, Senior tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol. 28(1), pp. 235-238.
- Filk, U., 2007, *Uma introdução à pesquisa qualitativa*, Bookman, Reimp, Porto Alegre.
- Ferreira, C. C., 2004, *Portugal, destino turístico da população idosa europeia*, Edição do autor, Lisboa.
- Gaelzer, L., 1979, *Lazer: benção ou maldição*, Sulina, Porto Alegre.
- Ignarra, L. R., 2010, *Fundamentos do turismo*, 2ª ed., Pioneira, São Paulo.
- Jang, S., e Ham, S., 2009, A double-hurdle analysis of travel expenditure: Baby boomer seniors versus older seniors, *Tourism Management*, Vol. 30(3), pp. 372-380.
- Jang, S., e Wu, C., 2006, Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors, *Tourism Management*, Vol. 27(2), pp. 306-316.
- Lefèvre, F., e Lefèvre, A. M. C., 2003, *Discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa (desdobramentos)*, EDUCS, Caxias do Sul.
- Luna, S. V. de, 2002, *Planejamento de pesquisa: uma introdução*, EDUC, São Paulo.
- Malhotra, K. N., 2006, *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*, 4ª ed., Bookman, Porto Alegre.
- Moletta, V. F., 2000, *Turismo para a terceira idade*, 2ª ed., SEBRAE, Porto Alegre.
- Nimrod, G., 2008, Retirement and tourism Themes in retirees' narratives, *Annals of Tourism Research*, Vol. 35(4), pp. 859-878.
- Ruschmann, D. v. de M., 2009, *Marketing turístico: um enfoque promocional*, 14ª ed., Papirus, Campinas.
- Santini, R. de C. G., 1993, *Dimensões do lazer e da recreação: questões espaciais, sociais e psicológicas*, Angelotti, São Paulo.
- SESC/WLRA, 2000, *Lazer numa sociedade globalizada/Leisure in a globalized society*, SESC/WLRA, São Paulo.
- Sedgley, D., Pritchard, A., e Morgan, N., 2011, Tourism and ageing: A transformative research agenda, *Annals of Tourism Research*, Vol. 38(2), pp. 422-436.
- Silva, F. S. de S., 2002, *Turismo e psicologia no envelhecer*, Roca, São Paulo.
- Umbelino, J., Amorim, E., Pinto, P., e Garcia, A., 2011, Can we promote Accessible Tourism? Yes, we can and we should, *ICOT - International Conference on Tourism*, 27-30 April, Rhodes Island, Greece.
- WHO [World Health Organization], 2007, *Global Age-friendly Cities: A Guide*, [http://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf], (Site acedido 07 junho 2011)
- WTO [World Tourism Organization], 1999, *International conference on senior tourism: proceedings-selected materials*, WTO, Madrid.