

Turismo da terceira idade: análises e perspectivas

Maria de Fátima Alves de Sena (fatima.sena@oi.com.br)*

Jahumara Gloria Téllez González (gloria@cepedi.org.br)**

Marco Aurélio Ávila (marco@ativanet.com.br***)

Resumo

É um fato que a população mundial está envelhecendo cada vez mais, com a diferença de que hoje as novas gerações da terceira idade não têm quase nada em comum com aquelas de duas décadas atrás. Atualmente os idosos constituem um expressivo fator de desenvolvimento do turismo, tanto pela sua disponibilidade de tempo quanto pelo seu poder aquisitivo. Trata-se de revisão bibliográfica com utilização de dados secundários. É objetivo de este artigo apresentar como este segmento de mercado vem se manifestando nos últimos anos e quais são as principais tendências que estão balizando seu desenvolvimento, bem como, demonstrar que, para que o potencial turístico da terceira idade possa ser alcançado, requer um planejamento que favoreça a parceria público - privada, com vistas a satisfazer as crescentes demandas deste segmento altamente experiente, informado e exigente.

Palavras-chave: Perspectivas; Tendências; Terceira Idade; Turismo;

Abstract

Is a fact that the world-wide population is aging each time more, with the difference of that today the new generations of the third age do not have almost nothing in common with those of two decades behind. Currently the aged ones constitute a expressive factor of development of the tourism, as much for its availability of time how much for its purchasing power. For this matter was used not only the bibliographic review but also, the research about secondary datas. The objective of this article is to present as this segment have been revealing in the last years and which are the main trends that has marked it. It was observed that the third age tourist potential only can be reached if it requires a planning that favors the partnership public - private, with sights to satisfy the increasing demands of this segment highly experienced, informed and demanding.

Key-words: Third Age; Tourism; Trends;

Introdução

A certeza da finitude de todos nós sempre foi tema de filósofos, religiosos, pensadores, homens e mulheres de todos os tempos. A velhice é o destino de todas as pessoas. A relação que se faz entre a velhice e a morte nada tem de novo, nem é própria da atualidade, embora saibamos que se realiza diferentemente em épocas e culturas distintas. Ser velho no mundo ocidental contemporâneo, assim como ser criança, jovem e adulto, remete a configurações de valores distintos de outros momentos históricos de nossa sociedade e de outras culturas. As diferenças de gênero, de classe, de credos religiosos, de etnia, de inserção profissional também estão presentes nas construções das representações e das experiências do envelhecer.

Na elaboração deste estudo foi utilizada a técnica de pesquisa bibliográfica com revisão da literatura existente para elaboração conceitual e definição de marcos teóricos, bem como o uso de dados secundários, para interpretação dos fatos aqui analisados e propostos (DENKER, 2000).

Assim, para identificar essa fase da vida o termo "terceira idade" foi proposto pelo francês Huet e publicado pela primeira vez, em 1962, na revista *Informations Sociales*, que dedicou nesta época um número de edição aos aposentados, e logo ganhou aceitação e adeptos, pois se referiu às pessoas idosas com apreço (LENDZION, 2002).

A terceira idade foi conforme Lenzion(2002) logo associada a fase do lazer e o início dela é muito relativo, dependendo da subjetividade de quem o define e aliado a diversos fatores: sociais, culturais, políticos, econômicos. Assim, a velhice passou a ser representada como uma fase a ser aproveitada e em sua esteira concebeu-se a idéia de aposentadoria ativa, a partir da imagem de que a vida começa aos sessenta anos.

A unificação de todas as idades na rubrica aposentados, sob a etiqueta terceira idade, apresenta um outro recorte nas faixas de idade: parece agora importante distinguir os jovens idosos dos idosos velhos. Em conseqüência, surge uma nova expressão na nomenclatura francesa para classificar as pessoas de mais de setenta e cinco anos: é a quarta idade. A representação social que liga a terceira idade à continuidade da vida ativa através da autonomia e das práticas de sociabilidade, associando a essa imagem a idade biológica (aposentadoria aos setenta e quatro anos), aproxima simultaneamente os representantes da quarta idade - os muitos velhos -, à imagem tradicional da velhice, ou seja, à decadência ou incapacidade física (MCPHERSON, 2000).

Nas leis da maioria das nações, é com sessenta e cinco anos de idade que se conquista o direito à aposentadoria e, socialmente, esses indivíduos são enquadrados na terceira idade. (OLIVEIRA, 1999). A OMS (2006) define como população da terceira idade aquela que atingiu ou ultrapassou a idade cronológica de sessenta anos, para países em desenvolvimento e sessenta e cinco anos para os países considerados desenvolvidos.

No Brasil, a visibilidade da velhice e dos velhos na última década pode ser atestada não só pelos dados demográficos divulgados pela mídia, mas, também, pela experiência cotidiana dos habitantes das cidades, que hoje convivem com velhos e velhas nos domínios da vida privada e também em diferentes espaços públicos. Pode-se dizer que, aos poucos, a velhice ultrapassa os limites das vidas particulares de cada um e de cada família, para, com outras questões, atrair a atenção de nossa sociedade.

O envelhecimento da população é um fenômeno global, Entretanto, no Brasil segundo a OMS (Organização Mundial de

* Mestranda em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual Santa Cruz (UESC), graduada em Economia e Administração de Empresa, Quality Engineering by ASQ.

** Mestranda em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual Santa Cruz (UESC), Licenciada em Sociologia.

*** Doutor em Turismo pela Universidade de Las Palmas de Gran Canária. Professor do Mestrado em Cultura e Turismo pela Universidade Estadual Santa Cruz (UESC).

Saúde), entre 1950 e 2025, a população de idosos no Brasil crescerá dezesseis vezes, enquanto que a população mundial nessa faixa etária crescerá cinco vezes" (SOZIM e OLIVEIRA, 2006).

Antes do ano de 2000, o maior crescimento foi na faixa das pessoas com mais de oitenta e cinco anos. Esse segmento cresceu aproximadamente 40% entre os anos de 1990 e 2000. Na faixa etária dos setenta e cinco aos oitenta e quatro anos, é esperado um crescimento 50% maior que as outras faixas da população idosa. Entre os anos de 2000 e 2030, os *baby boomers*¹ terão chegado à idade de aposentadoria, dobrando o número de pessoas entre sessenta e cinco e setenta e quatro anos. Esse fenômeno gerará um crescimento substancial na faixa etária dos mais velhos que setenta e cinco anos durante os anos de 2030 e 2050 (BRECHT, 2002).

O envelhecimento transforma-se, dessa maneira, numa questão de peso para a economia, a vida social e cultural da sociedade contemporânea, sendo redefinido como uma experiência objeto de gestão coletiva. Uma nova imagem do envelhecimento é constituída a partir de um trabalho de categorização e criação de um novo vocabulário que se opõe ao antigo no tratamento dos mais velhos: terceira idade x velhice; aposentadoria ativa x aposentadoria passiva; centro residencial x asilo; gerontologia x ajuda social; animador x assistente social. Neste sentido Debert afirma:

Os signos do envelhecimento foram invertidos e assumiram novas designações: 'nova juventude', 'idade do lazer', 'melhor idade'. Da mesma forma, inverteram-se os signos da aposentadoria, que deixou de ser um momento de descanso e recolhimento para tornar-se um período de atividade, lazer, realização pessoal. Não se trata mais apenas de resolver os problemas econômicos dos idosos, mas de proporcionar cuidados culturais e psicológicos, de forma a integrar socialmente

uma população tida como marginalizada. (2003, p.63).

De diferentes perspectivas, debate-se a urgência de políticas sociais voltadas para esse segmento da população, especialmente, em um país que sempre se percebeu como jovem.

Assim, a velhice é um dos temas brasileiros que mais ganharam importância nos últimos anos, a partir da década de 80, em boa parte das cidades formaram-se conselhos de idosos junto à administração municipal e estadual, constituindo o idoso parcela da população cujas demandas são cada vez mais incorporadas às campanhas eleitorais e às plataformas partidárias.

Os meios de comunicação veiculam discussões sobre as possibilidades de um envelhecimento adequado e a simpatia da população em relação à questão do idoso, com a expressão "melhor idade", reflete a preocupação crescente com o velho como problemática nacional.

Ao mesmo tempo, diante da realidade das mudanças ocorridas em nosso padrão de crescimento populacional - maior expectativa de vida, conjugada a um efetivo declínio das taxas de natalidade, realizam-se cálculos e projeções econômicas e sociais com vistas a superar de forma equilibrada esta nova perspectiva.

Envelhecimento e renda da população brasileira

O processo de envelhecimento da população é lento, mas contínuo. O número de pessoas idosas passou de: 7,4% em 1989, para 8,3% em 1995, e de 9,1% em 1999, e de 9,4%, aproximadamente, 14,5 milhões de pessoas em 2000. No Sudeste, que deteve o maior nível de envelhecimento, em 1999, os idosos já representavam 10,0% da população. Os estados do Rio de Janeiro (10,7%), Rio Grande do Sul (10,5%) e São Paulo (9,2%) possuem uma relação de idosos

¹ Baby Boomer é uma referência às crianças nascidas após a Segunda Guerra Mundial, época em que as famílias eram muito numerosas.

maior que a média brasileira. Conseqüentemente, nas regiões sul e sudeste mais de 9% de sua população têm mais de 60 anos e, por serem as regiões mais populosas do país, conduzem a média brasileira para 9,4% (IBGE, 2002).

Outro fato que merece destaque é que, em muitas regiões a renda da população acima de 60 anos é superior à renda média brasileira. Em alguns estados, a população da terceira idade possui renda superior a R\$ 1.000,00, sendo o Sudeste, que possui o maior envelhecimento do Brasil, onde as rendas desses segmentos são mais elevadas (IBGE, 2000).

Um trabalho de pesquisa e opinião pública elaborado pelo IBGE (2002) no qual foram ouvidas 1.800 pessoas de mais de sessenta anos de idade, em dez regiões metropolitanas brasileiras, inclusive o Distrito Federal, fornece alguns dados adicionais. Segundo esta fonte, a renda média de quem tem mais de 60 anos era de R\$ 589,00 em 2001, bem menos que a renda da população entre 40 e 59 anos que era de R\$ 812,00, porém maior que a renda da população entre 18 e 39 anos que era de R\$ 513,00. Em estudo de 2002, pode-se notar que houve um aumento no rendimento médio dos idosos.

Ademais, a renda livre elevada e o consumismo na juventude continuam na terceira idade entre grupos etários que se aposentam. Esse mercado "grisalho" ou "da maturidade" leva ao crescimento das despesas em todas as formas de lazer, especialmente bens de consumo. Bem como, muitos são os idosos que não mais restringem suas atividades de lazer a sua casa ou bairro: tornaram-se um forte segmento da indústria do lazer e do turismo (MCPHERSON, 2000).

Esse fato é encarado como bastante promissor, haja vista que, atratividade que renda e tempo livre têm para o campo do lazer e, particularmente, para a motivação

de atividade turística na terceira idade é uma realidade.

Também, desde a década de setenta, as pesquisas nas áreas social e na da gerontologia tem desfeito o mito de que a terceira idade abrange um conjunto inevitável de fragilidades físicas e cognitivas, dependência e isolamento (MCPHERSON, 2000).

O envelhecimento é um "problema" para uma pequena porcentagem mais velha (acima de 85 anos) e, em geral, torna-se verdadeiramente um problema somente nos últimos anos da vida, com as fraquezas cognitivas ou físicas que leva ao declínio da mobilidade e ao aumento de dependência dos outros, conforme importantes descobertas no campo da gerontologia social e da sociologia. (BINSTOCK E GEORGE, 1996; KELLY, 1993; MCPHERSON, 1994, 1998 in MCPHERSON, 2000).

Terceira idade - uma nova visão

Atualmente, as pessoas têm chegado à terceira idade cada vez mais fortes e saudáveis e estão viajando com maior frequência e são atraídos por locais seguros, com belas paisagens e que não exigem muito esforço. (OLIVEIRA, 2001). As novas gerações de pessoas nesta faixa etária apresentam características bastante distintas com aquelas que surgiram duas décadas atrás, época em que esta fase da vida se limitava ao ambiente doméstico quando o assunto era lazer (MARCELINO, 2002).

Contudo, há muito a ser feito para que a terceira idade se constitua em faixa etária privilegiada para a vivência do turismo de lazer. Para tanto é necessário que os próprios idosos se organizem e reivindiquem seus direitos e de uma forma bastante tímida já observamos que este movimento está sendo despontado. Uma quantidade acentuada

de pessoas que já passaram dos 60 anos e se acostumaram a uma vida agitada e repleta de atividades, já é uma realidade, tornando-se um importante nicho de mercado para o turismo que exige atenção no processo de segmentação de mercado (LENDIZION,2002).

No Brasil a porcentagem da população da terceira idade que se auto-avalia com estado de saúde ruim ou muito ruim é de 18%, situação que tende a diminuir com o aumento da faixa de renda. A população da terceira idade que se auto-avalia com saúde regular é de 45% e boa ou muito boa, 37%. Embora, dados coletados por Veras (2002) mostram que 49% da população de idosos brasileira possuem algum mal físico ou sensorial, confirmando, pois que o estado psicológico é o que prevalece.

Cada vez mais, a inatividade mental e o sedentarismo se constituem num pecado para aqueles que desejam viver com mais saúde. Atentas a estes novos condicionamentos as novas gerações de pessoas da terceira idade nada ou quase nada têm em comum com aquelas que surgiram duas décadas atrás o que possibilita a perspectiva bastante promissora de crescimento para o mercado turístico deste segmento.

Turismo da terceira idade e sua perspectiva no terceiro milênio

É do conhecimento de todos que a expectativa de vida está aumentando, que as taxas de fertilidade estão caindo, que às populações estão envelhecendo e que a proporção de idoso, comparada a outros grupos etários, está crescendo em muitas sociedades. Conforme McPherson (2000) isto significa que não somente a porcentagem de idosos irá aumentar, mas também a velocidade de envelhecimento da população irá ocorrer a taxas nunca antes verificadas. Para ilustrar, na França levou aproximadamente 115 anos para um

aumento de 7% para 14% da população idosa, já na Suécia este índice foi alcançado em 85 anos, 64 anos no Canadá e 53 anos na Hungria, respectivamente. Em contraste, esse aumento percentual ocorreu em somente 26 anos no Japão e estima-se que ocorra na China, na Coreia e em Taiwan em somente 27 anos.

Agregado a essa perspectiva, projeta-se que em 2050, a média de expectativa de vida em um país desenvolvido estará um ano acima da média atual dos países em desenvolvimento e isto graças aos progressos médicos, alimentares e no estilo de vida nestes países. (MCPHERSON, 2000).

Para vencer o desafio da diversidade e do crescimento do número de idosos, políticas e programas integrados nas áreas de habitação, apoio econômico e social, assistência médica, transporte e lazer devem ser elaborados e postos em prática. Conforme McPherson (2000) para elaboração de políticas e programas de lazer para idosos, os seguintes fatos e princípios podem ser úteis:

a) Compreender a transformação da característica dos idosos, hoje e no futuro: muitos idosos são mulheres e "envelhecer" é uma questão que tem a ver com as mulheres que possuem uma variedade de experiências de trabalho e de lazer; muitos idosos moram sozinhos, especialmente as mulheres; famílias menores e os filhos são dispersos geograficamente; os idosos têm capacidade de ser social e fisicamente ativos, de aprender e de contribuir para a sociedade durante os últimos anos de suas vidas; os idosos são móveis e podem migrar sazonal ou permanentemente para uma outra região do país ou mesmo para outro país etc.

b) Identificar e solucionar as questões referentes à política pública: a inclusão em programas e serviços deveria basear-se na idade, isto é, para sessenta e cinco anos ou

mais, com acesso universal e igual; qualidade e quantidade em serviços ou assistência ao formular políticas e outros.

Portanto, significa que sabendo-se que a expectativa de vida ativa está aumentando na maioria dos países e, em decorrência, mais idosos são capazes de aderir ao lazer ativo e às oportunidades de turismo por um período maior na terceira idade. Assim, bem difundido e desenvolvido nos Estados Unidos, Europa e Japão, também no Brasil este segmento turístico está crescendo principalmente, pela maior conscientização da importância da atividade física e do lazer para se ter uma vida melhor, o que induz a refletir sobre o conceito de turismo da terceira idade "como um tipo de turismo planejado para as necessidades e possibilidades de pessoas com mais de 60 anos, que dispõem de tempo livre e condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo" (MOLETTA, 2000, p. 8). Isto significa que os profissionais do lazer e do turismo devem estudar as características sociais, culturais, psicológicas e demográficas locais e regionais para que as políticas e os programas satisfaçam as expectativas e as necessidades de um grupo etário em transformação no próximo milênio. E adicionado a isso também deverá ser preocupação destes profissionais a segmentação deste mesmo mercado, pois esta não pode ser por idade cronológica, em si, não é um parâmetro útil ou válido para avaliar e identificar habilidades, interesses e atividades na terceira idade.

Para McPherson (2000) há pelo menos três ou quatro grupos de idade distintos que são classificados como idosos: aqueles que se aposentam cedo (55 - 65), os aposentados (65 - 75), os idosos em risco (75 - 84) e os idosos mais velhos (com mais de 85 anos). Os grupos nasceram em épocas diferentes - pode haver uma diferença de trinta anos -, têm interesses, valores e necessidades diferentes e uma história de vida única.

Assim, com o aumento da expectativa de vida com maior qualidade, este segmento se torna mais independente e com um alto grau de mobilidade - em termos de migração sazonal ou permanente, para novas localidades - para habitação, mas especialmente para viagens e para o turismo. O que permite direcionar para oferta de serviços e produtos para a terceira idade com ênfase em viagens.

Conforme a OMT (2000) os principais fatores que motivam as pessoas da terceira idade a viajar são: recreação e entretenimento, bailes de salão ou folclóricos, lazer ou férias, convívio social e fazer amizades durante a viagem, maioria prefere viajar com os amigos (muitas vezes a maioria de seus amigos encontra-se no próprio grupo de terceira idade). Preferem viajar no verão para praias em geral, de ônibus, hospedando-se em hotéis com uma estada em média de quatro a sete dias. Assim, os locais para viagem, preferidos pelas pessoas da terceira idade, são: praias; estâncias hidrominerais, termas ou climáticas com finalidades terapêuticas; áreas rurais e hotéis fazendas; reservas ambientais e ecológicas; cidades culturais ou históricas e lugares com neve (tradução nossa).

Para o turista da terceira idade, os requisitos mais importantes que os estabelecimentos devem preencher são: a presença de médico, de segurança particular e de animador turístico durante a viagem e que a agência de viagens forneça seguros contra roubos, extravios ou acidentes (BENI, 2003).

Inquestionavelmente, o turismo de terceira idade continuará a constituir, tanto interno como internacionalmente, um expressivo fator de desenvolvimento do tráfego turístico e das destinações de viagens. E para tanto não basta possuir produtos e serviços de alta qualidade apenas, é necessário atrair a fidelização desta clientela,

observa-se que há necessidades de outros requisitos dentre estes estão:

Aumento do tamanho das letras e números para facilitar a visão, bancos, ônibus, remédios, algumas revistas; contratação de mais funcionários mais velhos para atender idosos em lojas, bancos etc; caixas especiais em bancos e locais comerciais; seguros de automóveis mais baratos - idosos são mais prudentes; tarifas de transportes especiais; entrega de bagagens e bilhetes em domicílios; amplificadores telefônicos, ergonomia de produtos; hotéis com médicos residentes, enfermeiras e fisioterapeutas (BENI, 2003, p.64).

Às quais se exige prestar uma atenção especial. Dele podem resultar impactos muito importantes, tanto pelo seu alto poder aquisitivo, quanto pela sua disponibilidade de tempo, o que torna este segmento em demanda permanente ao longo do ano, para as zonas de turismo relacionado com a saúde, a natureza e o patrimônio cultural.

Este segmento de mercado com sua formação, suas condições econômicas, seus interesses e até sua própria experiência, como consumidores de turismo, comportam novas demandas, "as empresas devem satisfazer consumidores distintos que podem escolher a partir de muitas ofertas de produtos, no mercado global" (WEINSTEIN, 1995, p. 17).

No contexto brasileiro esta questão aparece como emergente, despertando atenção da sociedade. A infra-estrutura necessária para responder à demanda social, do envelhecimento no Brasil é relativamente incipiente, com programas sociais e serviços precários. É aqui que entra a discussão envolvendo acessibilidade que deve ser lembrada: deficientes, idosos e outros grupos de vulnerabilidade específica devem receber especial atenção das autoridades, empresas e profissionais da atividade turística.

Pode-se dizer que a acessibilidade no turismo é o conjunto de atividades originadas durante o tempo livre orientado ao turismo e à recreação que possibilitam a plena integração desde a óptica funcional e psicológica das pessoas com capacidades restringidas (TRAVASSOS, 2000).

Esse tipo de turismo leva a estabelecer pautas de integração durante a atividade para este conjunto de pessoas com capacidades diferentes que se manifestam por uma deficiência física (motora, sensorial, patológica ou visceral) como também por circunstâncias transitórias, cronológicas e/ou antropométricas (DEBERT, 1992).

Este conjunto tão amplo envolve, no turismo, entre outros segmentos da demanda, ao grupo da terceira idade, aos grupos familiar com crianças de colo e não capacitados temporais e permanentes; que, segundo as estatísticas gerais, conformam 40% da população mundial; pela qual se requer uma particular atenção ao tema durante o processo de planejamento tanto das instalações quanto das atividades turísticas e recreativas (TRAVASSOS, 2000).

Perspectivas do turismo da terceira idade

As mudanças produzidas na atividade turística estão dando lugar à aparição de novas tendências que terão como consequência a substituição dos destinos e atividades próprias do turismo de massas por outras que se adaptem melhor às novas características dos turistas. Esta tendência é conhecida como "Turismo Alternativo" (BENI, 2003).

A maior parte das atividades do Turismo alternativo estará por tanto dirigidas à satisfação desta nova demanda turística, que exigirá novas formas de "fazer" turismo nas que, basicamente, se manifestem uma maior qualidade dos serviços, uma maior

participação do turista no desenho das atividades que realiza e uma maior sensibilidade pelas questões ambientais conforme Beni (2003).

Hoje muitas agências de turismo, hotéis e pousadas, em todo o país e no exterior, já oferecem descontos e condições especiais para receber os idosos. São centenas de estabelecimentos, com serviços para o atendimento direcionado a esse setor específico e que cresce a cada ano.

Podem-se mencionar numerosas iniciativas voltadas para o segmento da terceira idade. Um exemplo interessante é a visionária agência de viagens *Eldertreks* (2006), hoje com 19 anos de experiência no ramo, que foi a primeira companhia do mundo dedicada exclusivamente ao turismo de aventuras para pessoas maiores de 50 anos.

Mas recentemente têm surgido iniciativas que vinculam turismo, lazer e saúde como é o caso do condomínio "Solar da Gávea", situado na zona sul do Rio de Janeiro, que recebe hóspedes em regime de moradia permanente, temporária ou diária, oferecendo passeios, clínica médica, fisioterapia, recreação etc (MOLETA, 2000).

É importante mencionar o papel que estão desempenhando muitas organizações não governamentais, no sentido de qualificar, treinar e certificar o setor. Por exemplo, o Instituto Pestalozzi de Canoas desenvolveu um selo de acessibilidade para medir e qualificar o nível de acessibilidade de estabelecimentos, espaços públicos e privados a fim de promover a acessibilidade e a autonomia das pessoas portadoras de deficiências ou com mobilidade reduzida. O selo é resultado de parceria entre a Bolsa de Negócios da SETUR/RS, a ABIH/RS, agentes financiadores e o Instituto Pestalozzi de Canoas (MOLETA, 2000).

O setor público em nível mundial inicia novas atitudes para esse segmento e para ilustrar tem-se o caso do Programa Chileno

"Vacaciones Tercera Edad" que facilita a participação de idosos em situação de vulnerabilidade social, em viagens turísticas, com tudo incluído. (MCPHERSON, 2000).

No Brasil, também, se tem tornado evidente a importância que o governo está dando a este segmento de mercado. Pode-se mencionar várias iniciativas, como a criação do "Estatuto do Idoso", que estabelece o direito do idoso à educação, cultura, esporte e lazer, e estipula o desconto de 50% na compra de ingressos para este tipo de atividades. Também se pode observar a ação do governo nesse sentido acerca dos diversos programas implementados através do Sistema "S" (SESI, SESC, SENAI, SEBRAE) com o objetivo de facilitar o acesso dos idosos ao turismo (OLIVEIRA, 1999).

Considerações finais

Hoje as pessoas da terceira idade têm uma formação e um nível cultural melhor que as gerações anteriores. Isso leva a uma maior exigência por qualidade dos serviços, mostrando as seguintes características:

Conforme relatório Clic (POPCORN, 1994) os interesses incidem plenamente em novas demandas, como: o cuidado do corpo e seu bem-estar físico; a conscientização dos benefícios de uma vida socializada, dieta saudável, sem vícios e saúde mental; a curiosidade pelo conhecimento de paisagens e culturas novas e diferentes; o desfrutar de todas as possibilidades que oferece este novo tempo da aposentadoria. Também, o retardamento do envelhecimento como um comportamento diferencial tal como: gasta mais em roupas jovens, coloração dos cabelos e cirurgia plástica facial; engajamento em comportamento mais jovial; compram brinquedos de adultos, freqüentam camping e inscrevem-se em programas de férias com aventura.

Adequar à oferta a demanda não é um processo automático. Passar das potencialidades para uma realidade requer condições compatíveis das instituições públicas e privadas; requer uma estratégia que implique recursos, coordenação, estímulos, inovação e informação.

Os grupos emergentes terceira idade vão exigir e esperar por maior envolvimento na vida política, econômica e social da comunidade e da nação. À medida que nos aproximamos do terceiro milênio, o desafio que nós, estudiosos do turismo, devemos enfrentar é como formular e colocar em prática políticas e programas para uma população de idosos cada vez mais numerosa e cada vez mais diferente, de modo que o potencial turístico da terceira idade possa ser alcançado.

Referências bibliográficas

- BENI, Mário C. Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira, São Paulo: Aleph, 2003.
- BRECHT, Sebastian B. Analyzing Senior's Housing Markets. Washington, D.C.: ULI - Urban Land Institute, 2002.
- BARROS, Myriam M.L. (Org.) Velhice ou terceira idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política. 3.ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.
- DEBERT, Guita G. Família, classe social e etnicidade: um balanço da bibliografia sobre experiência de envelhecimento. BIB-Boletim Informativo e Bibliografia de Ciências Sociais. Anpocs(33), 1992.
- DENKER, Ada F.M. Métodos e técnicas de pesquisa em turismo. 3 ed. São Paulo: Futura, 2000.
- Eldertreks Revista Eletrônica disponível em: <<http://www.eldertreks.com>> acesso em: 04 jul.2006.
- IBGE - INSTITUTO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Perfil dos idosos responsáveis por domicílios no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2002.
- _____. Perfil dos idosos responsáveis por domicílios no Brasil. Rio de Janeiro: IBGE, 2000.
- LENDZION, C. R. Envelhecimento e qualidade de vida. Revista Pró-Saúde. Curitiba, PR, v. 1 n. 1, 2002.
- MCPHERSON, Barry. Envelhecimento populacional e lazer. In: Lazer numa sociedade globalizada: Leisure in a globalized society. São Paulo. SESC/WLRA, 2000 p. 228 - 249.
- MARCELINO, Nelson Carvalho. Estudos de Lazer: uma introdução. 3.ed. Campinas-SP. Autores Associados, 2002.
- MOLETTA, Vânia Florentino. Turismo Para a Terceira Idade. Porto Alegre: SEBRAE-RS, 2000.
- OLIVEIRA, Antônio Pereira. Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização. 3.ed. São Paulo, Atlas, 2001.
- OLIVEIRA, R.C. Terceira idade: do repensar dos limites aos sonhos possíveis. São Paulo, Paulinas, 1999.
- OMS. Organização Mundial da Saúde. Temas de salud. Disponível em: <http://www.who.int/health_topics/es/>. Acesso em: 04 jul. 2006.
- OMT - ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. 2000. Tendências de los mercados turísticos: Edición para Iãs Américas. Madrid: Organización Mundial Turismo, 2000.
- POPCORN, Faith. O relatório Clic. Rio de Janeiro: Campus, 1994
- SILVA, Eduardo Fernandes. Perfil do turismo dos idosos no Brasil. Brasília: Câmara dos Deputados, 2005.
- SOZIM, Mirian Martins e OLIVEIRA, Rita de Cássia da Silva. Artigo - Alfabetizar disponível em: <<http://www.uniandrade.br/publicacoes/ultimas/MontaMateria.asp?CodMateria=901>> acesso em 04 de jul. 2006.
- TRAVASSOS, Claudia and BUSS, Paulo M. O polêmico relatório da Organização

- Mundial de Saúde. Cad. Saúde Pública. [online]. Out./Dec. 2000, vol.16, no.4 [cited 24 August 2005], p.890-891. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-311X2000000400001&lng=en&nrm=iso >. ISSN 0102-311X. acesso 15/08/2005.
- VERAS, R. Gestão Contemporânea em Saúde na Terceira idade. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- WEINSTEIN, Art. Segmentação de Mercado. Trad. Celso A. Rimoli. São Paulo: Atlas, 1995.