

**UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO**

**GIOVANA ROCHA MORAES PEREIRA**

**MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS NA TERCEIRA IDADE**

BAURU  
2011

**GIOVANA ROCHA MORAES PEREIRA**

**MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS NA TERCEIRA IDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Sociais e Exatas Aplicadas com parte dos requisitos para obtenção do título de Bacharel em Turismo, sob orientação do Prof. Ms. Klaus Negrão Vidrik.

BAURU  
2011

P4364m	<p>Pereira, Giovana Rocha Moraes</p> <p>Motivações turísticas na terceira idade / Giovana Rocha Moraes Pereira -- 2011. 59f. : il.</p> <p>Orientador: Prof. Ms. Klaus Negrão Vidrik.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Turismo) - Universidade Sagrado Coração - Bauru - SP</p> <p>1. Turismo. 2. Terceira idade. 3. Turismo na terceira idade. 4. Motivação. I. Vidrik, Klaus Negrão. II. Título.</p>
--------	--

**GIOVANA ROCHA MORAES PEREIRA**

**MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS NA TERCEIRA IDADE**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro de Ciências Exatas e Sociais Aplicadas da Universidade Sagrado Coração como parte dos requisitos para obtenção do título de bacharel em Turismo sob orientação do Prof. Ms. Klaus Vidrik Negrão.

Banca examinadora:

---

Prof. Ms. Klaus Vidrik Negrão  
Universidade Sagrado Coração

---

Prof. Dr. Antônio Walter Ribeiro de Barros Junior  
Universidade Sagrado Coração

---

Prof. Ms. Cristiano Foggetti  
Faculdades Integradas de Bauru

Bauru, 6 de dezembro de 2011.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por me dar a vida.

Agradeço aos meus pais, Lylian e Mario, e irmãos Amanda e Lucas por todo o apoio e incentivo que obtive nesses anos de estudo.

Ao meu parceiro e namorado Marcelino pela companhia e motivação durante todas as etapas que passei do início ao fim do curso.

Ao meu orientador, Klaus Vidrik Negrão pela orientação, paciência, questionamento e ensinamento nessa fase final.

Agradeço a todos os professores que colaboraram para que esse trabalho fosse possível, e que contribuíram para a minha formação acadêmica e pessoal.

Agradeço ao SESC Bauru e UATI da USC que gentilmente concederam que eu aplicasse os questionários ao público da terceira idade.

A equipe da Central de Atendimento, Coordenação e Supervisão do SESC Bauru pela colaboração e ajuda nesses últimos anos de estudos, a colaboração de todos foi de extrema importância para que eu conseguisse finalizar os meus estudos.

A todos que participaram direta ou indiretamente na elaboração desse trabalho, me apoiando sempre.

.

“Um homem precisa viajar. Por sua conta, não por meio de histórias, imagens, livros ou TV. Precisa viajar por si, com seus olhos e pés, para entender o que é seu. Para um dia plantar as suas próprias árvores e dar-lhes valor. Conhecer o frio para desfrutar o calor. E o oposto. Sentir a distância e o desabrigo para estar bem sob o próprio teto. Um homem precisa viajar para lugares que não conhece para quebrar essa arrogância que nos faz ver o mundo como o imaginamos, e não simplesmente como é ou pode ser. Que nos faz professores e doutores do que não vimos, quando deveríamos ser alunos, e simplesmente ir ver”.

Amyr Klink

## RESUMO

Devido ao grande crescimento da atividade turística no Brasil e mundo, notamos um aumento na procura por viagens, produtos e serviços turísticos destinados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos. Esse segmento da população vem crescendo devido ao aumento na expectativa de vida, avanço no campo tecnológico e da saúde. O tráfego turístico deve estar preparado para lidar com as exigências e limitações dessa parcela da população, assim como proporcionar e oferecer programações, roteiros, serviços e produtos adequados a essa faixa etária pesquisada visando à satisfação plena de seus anseios. Para entender as motivações turísticas que levam as pessoas da terceira idade a viajar, foram feitos levantamentos bibliográficos e, posteriormente, aplicado um questionário ao público pesquisado. Os participantes da pesquisa frequentam o Trabalho Social com Idosos (TSI) do Serviço Social do Comércio (SESC) e a Universidade Aberta a Terceira Idade (UATI) da Universidade Sagrado Coração (USC) do município de Bauru (SP). Com os dados do questionário foi possível constatar que devem ser observadas algumas peculiaridades quanto à motivação e segmentação de mercado além da elaboração de ofertas e produtos turísticos a essa parcela da população promissora que é a terceira idade, e que oferece grande potencialidade de crescimento econômico em nosso país.

**Palavras-chave:** Turismo. Terceira Idade. Turismo na Terceira Idade. Motivação.

## **ABSTRACT**

Due to the large growth of tourism in Brazil and the world, we noticed an increase in demand for travel, tourism products and services for persons aged over the 60 (sixty) years. This segment of the population is growing due to a longer life expectancy and advancements on technology and health. The tourist traffic must be ready to deal with the requirements and limitations of this part of the population, as well as provide and deliver schedules, routes, services and products suitable for this age group studied aiming for a full satisfaction. To understand the tourist motivations that lead senior citizens for traveling, literature surveys were made and then a questionnaire were applied on this specific public. The participants attend the Social Work for the Elderly (IST) of the Social Service of Commerce (SESC) and the Third Age Open University(UATI) from Universidade Sagrado Coração (USC) in the city of Bauru (SP). On the data obtained through the questionnaire, we found peculiarities that must be observed regarding the motivation and segmentation on the market, and also the formulation and development of tourism products and offerings to this promising segment of the population formed by seniors, providing a great potential for economic growth in our country.

**Keywords:** Tourism. Elderly. Senior. Tourism. Motivation.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização da cidade de Bauru.....	25
Figura 2 – Idade.....	32
Figura 3 – Gênero.....	33
Figura 4 – Estado civil.....	33
Figura 5 – Escolaridade.....	34
Figura 6 – Renda Salarial.....	35
Figura 7 – Viagens ao ano.....	35
Figura 8 – Período da viagem.....	36
Figura 9 – Atrativo em uma viagem.....	37
Figura 10 – Companhia em uma viagem.....	37
Figura 11 – Local turístico.....	38
Figura 12 – Induz a viajar.....	39
Figura 13 – Tipo de viagem.....	39
Figura 14 – Motivador em uma viagem.....	40
Figura 15 – Tempo de permanência.....	41

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>09</b>
1.1	OBJETIVOS.....	10
<b>2</b>	<b>DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>11</b>
2.1	TURISMO.....	11
2.2	TIPOS DE TURISMO.....	13
2.3	TERCEIRA IDADE.....	17
2.4	TURISMO NA TERCEIRA IDADE.....	20
2.5	MOTIVAÇÕES TURISTICAS.....	22
2.6	INSTITUIÇÕES PESQUISADAS.....	24
<b>2.6.1</b>	<b>Bauru.....</b>	<b>24</b>
2.6.2	Universidade Sagrado Coração (USC).....	25
2.6.3	Universidade Aberta à Terceira Idade (UATI).....	26
2.6.4	Serviço Social do Comércio (SESC).....	27
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA.....</b>	<b>30</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>32</b>
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>42</b>
	REFERÊNCIAS.....	44
	APÊNDICE A – CARTA DE APRESENTAÇÃO.....	47
	APÊNDICE B – QUESTIONÁRIO.....	48
	APÊNDICE C – CARTA OFÍCIO.....	51
	ANEXO A – LEI Nº 10.741.....	52

## 1 INTRODUÇÃO

O envelhecimento da população brasileira é reflexo da expectativa de vida, fato esse devido à baixa na taxa de natalidade, melhoria na qualidade de vida e ao avanço no campo tecnológico e da saúde.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística consideram idosas as pessoas acima de 60 anos, esse mesmo dado é considerado também pela Organização Mundial da Saúde para os países em desenvolvimento, onde o Brasil se enquadra.

Os idosos são hoje 14,5 milhões de pessoas, 8,6% da população total do País, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com base no Censo 2000. A população com 65 anos ou mais era de 4,8% em 1991, passando a 5,9% em 2000 e chegando a 7,4% em 2010. (IBGE, 2011).

A população brasileira vive, hoje, em média, 68,6 anos, 2,5 anos a mais do que no início da década de 90. Estima-se que em 2020 a população com mais de 60 anos no País deva chegar a 30 milhões de pessoas (13% do total), e a esperança de vida, a 70,3 anos. (SERASA EXPERIAN, 2011).

É nessa faixa etária que as pessoas possuem tempo livre para viajar e conhecer lugares novos, devido à vida financeira estável, aposentados, e com aquisição dos bens materiais a maioria já está com a vida financeira equilibrada e estável.

Diante desse crescimento acentuado e dos fatos citados, este projeto de pesquisa vai analisar as mudanças no comportamento da população idosa referente ao Turismo, o perfil demográfico, suas motivações e a segmentação de mercado para com esse público específico.

No presente trabalho coletaremos informações através de um questionário a fim de descobrir as motivações do turismo para a terceira idade e verificar se o mercado de trabalho está preparado para receber e oferecer serviços adequados para esse público potencial da população.

O presente projeto de pesquisa auxiliará na importância de se fazer um estudo sobre o tema e sobre essa parcela da população que só vem aumentando, possibilitando descobrir se estamos preparados para servir serviços de qualidade para o público estudado, sendo de extrema relevância para a sociedade em geral, pois, iremos desvendar as motivações que levam a terceira idade a procurar uma destinação turística proporcionando um aumento da economia local.

O estudo contribuirá para o enriquecimento profissional da pesquisadora, assim como para os estudantes, setores acadêmicos e científicos e empreendedores do ramo de hotelaria e prestação de serviços interessados no assunto em geral.

Deveremos ressaltar também a importância que essa pesquisa tem em despertar ao indivíduo da terceira idade o que uma viagem favorece na integração social, bem-estar físico e psicológico proporcionando uma melhora na qualidade de vida.

### 1.1 OBJETIVOS

- **Objetivo Geral**

Identificar o perfil e as principais motivações para o turismo e segmentos de interesse na Terceira Idade.

- **Objetivos Específicos**

Conhecer e compreender o perfil demográfico do indivíduo idoso em relação ao turismo para a terceira idade.

Identificar a segmentação turística atual para a terceira idade.

Esclarecer a importância das motivações turísticas como instrumento eficaz na busca de melhorias dos serviços turísticos para essa faixa etária.

## 2 DESENVOLVIMENTO

### 2.1 TURISMO

O Turismo atualmente é uma das principais atividades econômicas mundiais. Gera renda e emprego direto e indireto para a sociedade. O turismo como atividade econômica, é capaz de fortalecer a economia local quando utilizado e planejado de forma consciente, sendo responsável, sustentável e acessível para todos.

A primeira definição de Turismo surgiu em 1911, com o economista austríaco Hermann Von Schullern Zu Schattenhofen, afirmando que o conceito de turismo atende as necessidades econômicas, sociais e culturais, traduzidos na chegada, permanência e saída do turista de um determinado local de visita: “turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”. (HERMANN VON SHCULLERN ZU SCHATTENHOFEN, 1911, citado por BARRETTO, 2000, p. 09).

O turismo como atividade econômica está ligado a diversos setores da atividade social humana, causando uma variedade de conceitos e definições sobre o tema.

A maioria dos autores tende a adaptar suas definições para melhor atender aos objetivos estudados. Os autores Lickorish e Jenkins (2000) adotam a definição de Turismo dada por Burkart e Medlik onde diz que o turismo é “o fenômeno que surge de visitas temporárias (estadas fora de casa) fora do local de residência habitual por qualquer motivo que não seja uma ocupação remunerada no local visitado”. (BURKART; MEDLIK, 1981, citado por LICKORISH; JENKINS, 2000, p. 10).

Segundo Lickorish e Jenkins (2000, p. 10) “o Turismo é uma atividade que ultrapassa os setores convencionais da economia. Ele requer dados de natureza econômica, social, cultural e ambiental”.

Outra definição utilizada por Barreto (2000) é de Oscar de La Torre adotado pela OMT (Organização Mundial do Turismo), onde o turismo consiste no deslocamento temporário e voluntário por mais de 24 horas e menos de 3 meses e não exerce atividade lucrativa nem remunerada:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (DE LA TORRE, 1992, p. 19 citado por BARRETO, 2000, p. 13).

Beni (2001) conceitua o turismo com um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço:

Nesse processo intervêm inúmeros fatores de realização pessoal e social, de natureza motivacional, econômica, cultural, ecológica e científica que ditam a escolha dos destinos, a permanência, os meios de transporte e o alojamento, bem como o objetivo da viagem em si para a fruição tanto material como subjetiva dos conteúdos de sonhos, desejos, de imaginação projetiva, de enriquecimento existencial histórico-humanístico, profissional, e de expansão de negócios. Esse consumo é feito por meio de roteiros interativos espontâneos ou dirigidos, compreendendo a compra de bens e serviços de oferta original e diferencial das atrações e dos equipamentos a ela agregados em mercados globais com produtos de qualidade e competitivos. (BENI, 2001, p. 37).

Alguns dos elementos mais importantes sobre as definições de turismo são o curto espaço de tempo no local, à procura do prazer por parte dos turistas e o caráter não lucrativo da visita.

O turismo pode ser usado de forma positiva ou negativa, dependendo do planejamento de cada localidade e atividades exploradas. O turismo bem planejado e feito de forma consciente e sustentável favorece em diversos segmentos e serviços para a sociedade e economia local.

As características do turismo, de acordo com Beni (2001) destaca-o de forma eficiente quando:

Promove a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais;  
Abrem novas perspectivas sociais como resultado do desenvolvimento econômico e cultura da região;  
Integrar socialmente, incrementar (em determinados casos) a consciência nacional;  
Desenvolve a criatividade em vários campos;  
Promover o sentimento de liberdade mediante a abertura ao mundo, estabelecendo ou estendendo os contatos culturais, estimulando o interesse pelas viagens turísticas. (BENI, 2001, p. 39).

Ainda, segundo Beni (2001) o Turismo pode provocar ao meio visitado quando não planejado os seguintes danos:

Degradação e destruição dos recursos naturais;  
 Perda da autenticidade da cultura local;  
 Descrição estereotipada e falsa do turista e do país ou região de que procede, por falta de informação adequada;  
 Ausência de perspectivas para aqueles grupos da população local das áreas de destinação turística, que não obtêm benefícios diretos das visitas dos turistas ou do próprio Sistema de Turismo da localidade;  
 Aparecimento de fenômenos de disfunção social da família, patologia no processo de socialização, desintegração da comunidade;  
 Dependência do capital estrangeiro ou de estereótipos existentes em favor do Turismo. (Beni, 2001, p. 40).

A atividade turística implica em diversas transformações, pois quando ocorre o intercâmbio entre as pessoas e os lugares visitados, ocorre a troca de inovações e informações entre eles, tornando um difusor tecnológico, social e cultural essencial no processo de globalização.

Dias (2005) considera o turismo como fenômeno social provocado pelo principal agente, que é o turista. Este por sua vez, provoca diversas modificações no ambiente sociocultural global, nacional e local.

Esse contato entre o turista e a população local contribui para o entendimento e compreensão das diferenças regionais, fortalecendo a identidade nacional. O contato social proporcionado pelo turista torna-o mais humano, desmistificando a imagem do outro, até então desconhecido.

Dias (2005) salienta que por ser uma atividade turística, o turismo promove também o desenvolvimento dos valores espirituais, pois é um fator de restauração da personalidade e dignidade humana.

Sendo assim, o turismo como atividade econômica e social é de extrema importância para a sociedade em geral, pois, o turista como um agente social provoca diversas mudanças na sociedade, induzindo mudanças sociais, culturais, políticas, econômicas e ambientais.

## 2.2 TIPOS DE TURISMO

O Turismo como fenômeno social possui diversas classificações quanto a sua tipologia por diferentes critérios, tomando como base o que o local proporciona e o que o visitante busca.

De acordo com o BRASIL (2010, p. 24), o produto turístico é “[...] o conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades,

localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço”.

Desta forma o produto turístico resulta da soma de recursos naturais e culturais e serviços produzidos por uma pluralidade de empresas, oferecendo os bens e serviços já existentes ou transformando-os da matéria-prima em produto acabado.

Segundo Beni (2001) o fluxo turístico é denominado como deslocamento de um conjunto de turistas que se movimentam de uma direção à outra, no contexto espaço-temporal delimitado, com um produto comum de emissão e um ou vários pontos de recepção.

O turismo é emissor quando representa a saída de turistas estrangeiros ou nacionais que parte de uma determinada área geográfica, abrangendo um local ou país por não residentes. É receptor quando representa a chegada de turistas estrangeiros ou nacionais que aflui a uma determinada área geográfica que ali permanecem por um tempo limitado, abrangendo a visita de residentes de um país e a outros países.

De acordo com Plog 1972 (citado por MURPHY 1985; Barreto 2000) o mesmo criou a classificação dos tipos de turistas chamando-o de modelo cognitivo-normativo, são classificados na seguinte forma:

**Alocêntricos:** Turistas exploradores, aventureiros, que vão a procura de lugares novos, convivendo com a população local, em núcleos turísticos. Quando o local começa a ter mais turistas, eles o abandonam e vão procurar locais novos.

**Messocêntricos ou Mediocêntricos:** Viajam individualmente mas ara onde todo mundo viaja e gostam de visitar lugares com reputação. A relação com a população local é mais comercial.

**Psicocêntricos:** Turistas que só viajam a lugares que lhes sejam familiares, utilizando-se de pacotes. Deixam-se levar pela influência social. Esperam que no núcleo turístico haja as mesmas coisas que no seu local de origem. São gregários, só viajam em grupos. (Plog, 1972, citado por Barreto, 2000, p 27).

Outros autores adaptaram e modificaram os critérios de classificação de turistas, com base no modelo de Plog, enriquecendo a proposta de motivações.

Os turistas foram divididos e classificados, de acordo com McIntosh e Gupta (1989, p. 106 citado por BARRETO 2000, p. 28-29):

Alocêntricos: Têm motivos educativos e culturais, políticos ou de divertimentos caros como jogos de azar. Gostam de viajar no anonimato.

Quase alocêntricos: Motivados por eventos desportivos, religiosos, profissionais e culturais. Gostam de fazer provas de resistência como alpinismo.

Mediocêntricos: Motivados pela busca de descanso, quebra de rotina, aventuras sexuais e gastronômicas e/ou recuperação da saúde. Gostam de registrar a viagem e mostrar para os amigos na volta.

Quase psicocêntricos: Motivados pela busca de status social.

Psicocêntricos: Motivados por fatores externos, tais como um patrocínio e pela propaganda de uma destinação turística.

Porém nenhuma dessas classificações é conclusiva, pois, cada modelo e definições são aperfeiçoados de acordo com a segmentação de mercado e realidade de cada localidade a ser pesquisada.

Podemos citar também a diferença entre turista e excursionista, de acordo com Beni (2001) em que diz que o turista é o visitante temporário que permanece menos de vinte e quatro horas no local/país visitado, sendo a finalidade da viagem o lazer. Já o excursionista é o visitante que permanece menos de vinte e quatro horas no local/país visitado, inclusive cruzeiros marítimos.

Logo, os tipos de turismo são identificados de acordo com a motivação dos viajantes, e atualmente existe uma variedade de definições, permitindo avaliar a adequação da oferta de acordo com os motivos que levam o viajante a procurar tal destino turístico, motivando o deslocamento de grupos humanos para conhecê-lo.

A escolha do destino é determinada de acordo com os serviços e as estruturas oferecidas por cada lugar, os atrativos turísticos podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados, segundo Beni (2001).

Os atrativos turísticos naturais segundo Beni (2001) são os espaços geográficos que constituem a paisagem, dentre eles podemos destacar alguns, como: Serras, Planaltos e Planícies, Chapadas, Mangues, Litoral, Dunas, Ilhas, Lagoas e lagos, Parques e Reservas Florestais, Grutas e Cavernas, entre outros.

Os atrativos turísticos histórico-culturais são as manifestações sustentadas por elementos materiais, sob a forma de bens móveis os bens fixos estando em exposição permanente no local e bens imóveis os que são fixos. Podemos citar como exemplo dos bens imóveis fixos os Monumentos, Arquitetura, Esculturas, Ruínas, entre outros.

Os atrativos turísticos de manifestações ou usos tradicionais e populares são todas e quaisquer práticas culturais específicas do local ou região que as integram. Podemos destacar as Festas Típicas Folclóricas, Comemorações, Gastronomia típica de algum local, Feiras, entre outros.

Já as realizações técnicas e científicas contemporâneas são todas as obras que exploram as áreas da mineração, agricultura, pecuária, indústria e outras instalações que estimulam a atração turística, tais como Fazendas-modelo, Exploração agrícola e/ou pastoril, industrial e de minério, Zoológicos, Planetário, Jardins botânicos e hortos.

Os acontecimentos programados são acontecimentos organizados em que o principal artifício de divulgação é o conhecimento adquirido, visando ao intercâmbio e à divulgação de matérias científicas e técnicas, à comercialização de produtos. Caracterizamos os acontecimentos programados aos congressos e convenções, desde feiras e exposições até competições desportivas, comercialização de produtos, atividades assistenciais entre outras atividades.

Dentre essas classificações decorrem vários tipos de turismo e a cada dia surge uma nova classificação induzindo uma segmentação de mercado, citaremos alguns mais utilizados e difundidos na área turística:

- Turismo Hidrotermal
- Turismo Paisagístico
- Turismo Cultural
- Turismo Religioso
- Turismo Desportivo
- Turismo Folclórico
- Turismo Científico
- Turismo Congressual ou de Negócios
- Turismo da Terceira Idade
- Turismo de Megaeventos
- Turismo de Aventura
- Turismo Urbano
- Turismo Temático
- Turismo Educacional
- Turismo de Saúde
- Turismo Esotérico
- Turismo de Recreação e Entretenimento
- Turismo Ecológico
- Turismo Rural

- Turismo de Jogo ou Cassinismo
- Turismo de Excentricidades
- Turismo Social
- Ecoturismo (BENI, 2001)

Teremos então a demanda turística, que de acordo com o Ministério do Turismo é o conjunto de turistas, que de forma individual ou coletiva, estão motivados a consumir uma série de produtos ou serviços turísticos com o objetivo de cobrir suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura em seu período de férias. (BRASIL, 2010, p. 55).

Sendo assim Cunha (1997) argumenta que a diversidade de motivações turísticas traduz-se por uma diversidade de tipos de turismo. É possível distinguir os tipos de turismo de acordo com as regiões e a diversidade de atrativos que o local já possui, e assim, identificaremos os vários tipos de turismo permitindo avaliar e adequar a oferta de acordo com as motivações de quem a procura.

### 2.3 TERCEIRA IDADE

O conceito de Idoso, Velho, Terceira Idade ou Melhor Idade é complexo, devido a diferenças de entendimento para cada pessoa. Podemos dizer que as mudanças físicas e biológicas mudam nessa idade, invalidando os critérios cronológicos da definição de idoso, sendo o termo velho interpretado erroneamente pela sociedade. Foram então designados os termos terceira idade, melhor idade, idade ativa aos idosos até então chamados de velhos.

Ao falar na terceira idade, estamos referindo ao segmento da população que está em processo de envelhecimento. Conforme a Lei nº 10.741, de 1 de outubro de 2003 (Anexo A) sobre o Estatuto do Idoso “[...] destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos”. Terceira Idade ou Melhor Idade são os termos indicados para essa parcela da população. (BRASIL, 2003).

Moragas (1997) induz que o idoso na concepção de velhice é o resultado do envelhecimento. Esta por sua vez é conceituada como velhice cronológica, velhice funcional e velhice na etapa final.

Velhice cronológica: Definida pelo fato de se ter atingido aos sessenta e cinco anos. Baseia-se nas idades tradicionais de afastamento de trabalho profissional, cujo primeiro precedente surge com as medidas sociais do chanceler Bismarck, no século XIX. Fundamenta-se na velhice histórica real do organismo, medida pelo transcurso do tempo.

Velhice funcional: Corresponde ao emprego do termo “velho” como sinônimo de incapaz ou limitado, e reflete a relação tradicional de velhice e de limitações.

Velhice, etapa final: Esta concepção de velhice é a mais equilibrada e moderna. Baseia-se no reconhecimento de que o transcurso do tempo produz efeitos na pessoa, que entra numa etapa diferente das vividas previamente. (MORAGAS, 1997, p. 17-18-19).

Barreto (2000) argumenta que é difícil definir em que faixa etária o indivíduo torna-se idoso, pois, no campo da geriatria o homem começa a perder o equilíbrio entre as dimensões biológica, psicológica e social e isso acontece em torno dos 65 anos, idade em que há mudanças biológicas significativas no organismo.

Por ser o envelhecimento um fenômeno novo na humanidade, Rodrigues (1999) aponta a evolução ao longo dos tempos;

Antigamente, era considerada apenas a velhice individual, porque poucas pessoas conseguiam chegar a uma idade avançada;

A partir do século XVIII, começou a ser observado na Europa, um aumento no número de pessoas com mais de trinta e cinco anos (considerados velhos para a época), como decorrência da diminuição da morte de crianças e jovens;

No fim do século passado e início deste século, é observado um aumento significativo no número de velhos nas sociedades ocidentais, especialmente europeias, começando a ser considerado o envelhecimento demográfico;

A partir da segunda metade desse século, acentua-se essa tendência nos países desenvolvidos;

A partir da década de setenta, o aumento do número de velhos passa a ser constatado nos países em desenvolvimento, em razão da queda na taxa de mortalidade, decorrente do progresso da medicina, tanto na terapêutica de várias enfermidades, quanto na prevenção e domínio de doenças de massa. (RODRIGUES, 1999, p. 12-13).

Os idosos possuem algumas limitações, isso é fato, por outro lado é essa parcela da população que possui maturidade, serenidade, experiência, perspectiva de vida pessoal e social.

O crescimento absoluto da população do Brasil nestes últimos dez anos se deu principalmente em função do crescimento da população adulta, fato esse que determina o envelhecimento, com destaque também para o aumento da participação da população idosa, desenvolvimento no campo tecnológico e da saúde, melhoria nas condições de vida da população, urbanização adequada das cidades e ao decréscimo da taxa de natalidade.

O número de centenários no Brasil passou de 14 mil para 23 mil em uma década, de acordo com dados do Censo 2010 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (THOMAZINI, 2011).

Simultaneamente, o alargamento do topo da pirâmide etária pode ser observado pelo crescimento da participação relativa da população com 65 anos ou mais, que representava 4,8% em 1991, passando a 5,9% em 2000 e chegando a 7,4% em 2010. (IBGE, 2011).

Os estados Sul e Sudeste são as duas regiões que mais envelhecem em nosso país. As duas regiões tinham em 2010, 8,1% da população formada por idosos com 65 anos ou mais. (IBGE, 2011).

O Brasil possui o Estatuto do Idoso e o Código Civil que buscam assegurar os direitos dos idosos.

O Congresso Nacional aprovou o Estatuto do Idoso, sancionada pelo então presidente da República Luiz Inácio Lula da Silva em 2003, através da Lei nº 10.741 (Anexo A). Lei esta que amplia os direitos e outras formas de proteção aos idosos.

Estão contemplados no Estatuto do Idoso alguns aspectos que garantem uma vida digna a uma parcela da população que tanto já contribuiu para a sociedade e ao país, entre eles, o Estatuto estabelece alguns critérios quanto ao acesso à saúde, moradia, transporte, educação, cultura, esporte, lazer, cidadania, entre outros benefícios. (VIDA..., 2010).

Quanto ao acesso à educação, cultura, esporte, lazer e transporte, de acordo com o Estatuto do Idoso (Anexo A) iremos citar os principais artigos a respeito dos benefícios. Podemos destacar os seguintes:

- Todos os idosos têm direitos a descontos de 50% nos ingressos para eventos artísticos, culturais, esportivos e de lazer, além de acesso preferencial aos locais desses eventos (art. 23).
- O poder público deve apoiar a criação de universidade aberta para idosos e a publicação de livros e periódicos. Deve também adequar currículos, metodologias e material didático aos cursos destinados aos idosos que facilita a leitura (art. 21 e 25).
- Idosos maiores de 65 anos tem direito a passagem gratuita em transportes coletivos públicos urbanos e semiurbanos. Idosos entre 60

e 65 anos podem ter esse direito, dependendo da legislação local (art. 39).

- No transporte interestadual, duas vagas gratuitas são reservadas por veículo para aqueles idosos que recebem até dois salários mínimos. Os demais têm direito a 50% de desconto nas passagens (art. 40)

## 2.4 TURISMO NA TERCEIRA IDADE

Devido ao crescimento significativo da população com idade superior a 60 anos estamos notando favorecimento e conseqüentemente o aumento de consumidores a disposição do mercado turístico

Diante disso, o mercado turístico deve estar atento a esse público, pois, pelo fato de serem pessoas com tempo disponível para viajar, diminuem a sazonalidade nos destinos turísticos que o torna um segmento promissor em todas as épocas do ano. E isso implica juntar pessoas com idades tão desiguais, que terão diferenças quanto à questão das limitações físicas e o profissional dedicado ao turismo de terceira idade deve estar atento sobre as informações acerca desse público.

Conforme o Estatuto do Idoso (2003), idoso é a pessoa acima de 60 anos; em termos mercadológicos, Vaz (1999) caracteriza o turista de terceira idade como o indivíduo que possui entre cinquenta e cinco e setenta anos de idade.

De acordo com Moletta (2000), pode-se conceituar o turismo da terceira idade como sendo 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.

O fluxo turístico da terceira idade tem como característica a não sazonalidade segundo Beni (2001). Estes elegem livremente os seus períodos de viagem em razão do tempo disponível que possuem, embora a aposentadoria seja a única fonte de rendimento para os idosos. No entanto realizam viagens em grupos e incentivados por períodos longos e recebem atenção especial em relação à programação e acompanhamento nos roteiros, alimentação e equipamentos de hospedagens e serviços.

Desta forma, o turismo para a terceira idade atinge um público que procura a qualidade de atendimento e serviços, preço favorável, acessibilidade no local assim como algumas motivações como o turismo religioso, turismo saúde, turismo cultural, turismo natureza e turismo gastronômico, permitindo usufruir de inúmeros atrativos que lhe são apresentados no local.

Para conquistar essa parcela da população, o mercado turístico necessita de mão- de- obra especializada, melhorias na infraestrutura local e hoteleira, acessibilidade, informações e melhorias nas empresas receptoras e atividades recreativas específica para os usuários da terceira idade.

Um bom profissional do turismo que lida com a terceira idade, de acordo com Moletta (2000, p. 38), deve possuir algumas características, a saber:

- Ser extremamente cordial e educado, com muita paciência para ouvir sugestões e reclamações;
- Possuir conhecimento geral sobre diversos assuntos, com o propósito de manter um diálogo agradável com os turistas;
- Possuir conhecimentos de primeiros socorros, principalmente em casos de emergência;
- Ser dinâmico para poder decidir nas horas e situações difíceis.

Esse público vem conquistando seu nicho do mercado impulsionado por uma política de incentivos do governo e pela especialização de algumas empresas.

O Brasil possui como política pública de inserção do idoso no mercado de consumo e incentivado pela legislação, o programa Viaja Mais Melhor Idade do Ministério do Turismo, criado em 2007 comercializa pacotes turísticos customizados com preços reduzidos para a terceira idade, além de fornecer a concessão de uma linha de crédito consignado para estimular esse público. Como justificativa para a concepção do programa, encontra-se o argumento de que o incentivo ao turismo tem por objetivo reduzir a taxa de desemprego durante a baixa ocupação e dinamizar ainda mais a atividade turística do Brasil. Assim, observa-se a relação direta do crédito com a movimentação da economia.

Esse programa visa promover a inclusão social dos idosos, oferecendo pacotes especiais e descontos exclusivos em meios de hospedagem, fortalecendo o turismo interno e gerando benefícios por todo o País. A duração dos pacotes varia conforme o mercado e destino e poderá ser de três a oito dias. (BRASIL, [200-?]).

Com hospedagens exclusivamente para a melhor idade, desconto de 50% na tarifa praticada no Portal de Hospedagem no período de baixa ocupação.

Atualmente o Portal de Hospedagem conta com 2 mil meios de hospedagem em 588 destinos do País. (BRASIL, [200-?]).

Além do programa junto ao Ministério do Turismo, o Estatuto do Idoso estabelece alguns critérios e benefícios para essa parcela da sociedade quanto aos transportes, da educação, esporte, cultura e lazer.

Dentre o Estatuto do Idoso, no Capítulo V – Da Educação, Cultura, Esporte e Lazer o Artigo 23 proporciona aos idosos a participação em atividades culturais e de lazer descontos de 50% (cinquenta por cento) nos ingressos para eventos artísticos, culturais, esportivos e de lazer, bem como o acesso preferencial, sendo um grande incentivo para os idosos serem mais participativos nas atividades culturais que a sociedade proporciona.

## 2.5 MOTIVAÇÕES TURÍSTICAS

Motivação é o sinônimo de vontade e pode ser definida como uma espécie de energia psicológica ou tensão que põe em movimento o organismo humano, determinando um dado comportamento. Exposição de motivos, processo de iniciação de uma ação consciente e voluntária. (MOTIVAÇÃO, c2009).

Para Castro (1995, p. 18) a motivação é definida como o conjunto de motivo que leva o um ser humano a uma determinada ação.

Diante das motivações em viajar e das expectativas que precisam ser atendidas, o comportamento do consumidor vem mudando desde então. As motivações turísticas são subjetivas, fazendo com que o turista decida por sua viagem, sendo o consumidor o principal agente do mercado.

Atualmente, devido à globalização e fácil acesso a informação, os turistas estão mais exigentes quanto à situação pessoal, desejos e preferências, qualidade nos serviços prestados, preços, hotéis, agências de viagens, companhias aéreas e roteiros turísticos que se adaptem às suas necessidades criando condições propícias para efetivação da viagem.

O agrupamento por afinidades, de acordo com Cunha (1997) levam as pessoas a viajar por diversos motivos, entre eles estão os motivos culturais e educativos, divertimento e descanso, saúde, razões étnicas, sociológicas e psicológicas, climáticas, econômicas ou profissionais entre outros fatores.

A decisão sobre a efetivação do consumo se dará, de acordo com Barreto (2000) devido os seguintes fatores:

- Tempo total disponível;
- Dinheiro disponível;
- Background cultural;
- Ramo de atividade profissional;
- Conceitos de como utilizar o tempo livre;
- Valores;
- Local de residência;
- Sexo e idade;
- Situação familiar (poder decisório de cada membro da família);
- Motivações psicológicas diversas;
- Pressões externas (propaganda, amigos).

A motivação é idealizada através da imagem que o turista constrói do destino a ser pesquisado e visitado. Vaz (1999, p. 38) informa que a motivação no turismo pode ser representada por três áreas principais: “o turista (Quem?), as motivações (Por quê? e Quê?) e as opções para atendimento às motivações (Como?, Onde?, Quando? e Quanto?).

Beni (2001) classifica as seguintes fases, como processo de decisão de compra de um serviço turístico:

- Um estímulo inicial, que pode estar fundamentado em desejos e necessidades provocados pela publicidade e promoção de um país, de um centro de polarização turística, um hotel, uma destinação em geral, por uma literatura especializada de turismo, ou por sugestões e informações em outros viajantes.
- O estabelecimento de uma referencia conceitual (turismo cultural, esportivo, ecoturismo, etc.), ou seja, a pré-escolha de um conjunto de produtos oferecidos ao consumidor que corresponda a suas expectativas, consideradas suas características pessoais e socioeconômicas.
- Relacionamento com fatos, em que intervenham: custo de elementos, fatores do perfil da clientela e da pesquisa de mercados.
- Fixação de pressupostos, extraindo-se deduções de todos os fatos e obtendo-se dados dos pontos-de-venda e dos processos de intermediação de serviços turísticos;
- Quadro de alternativas, ordenando as possíveis compras que possa efetuar;
- Previsão de consequências, com a avaliação dos riscos – objetivos e subjetivos- que possam se apresentar.
- Análise do custo/benefício,, tangível e intangível, que ele possa obter.

- Decisão de compra em função de todas as fases anteriores.
- Consequências dessa decisão a fim de proporcionar uma real satisfação do consumidor ou mesmo sua decepção. (Beni, 2001, p. 244).

Dentre essas exigências do consumidor, Cunha (1997) informa que o sucesso do empreendimento turístico se dará a partir da capacidade de respostas às necessidades que o consumidor espera, gerando assim a satisfação plena dos seus anseios, os quais criarão condições básicas para o sucesso, caso contrário, o serviço ficará comprometido.

Portanto, é de extrema importância a identificação do perfil do público alvo e os motivos que os levam a efetivar uma viagem. Com a identificação do perfil do turista em potencial, e os atrativos criam e elaboram diferentes produtos e serviços direcionados para as demandas específicas, e assim visam oferecer diversas experiências aos visitantes. Com isso aumenta o crescimento local e econômico.

## 2.6 INSTITUIÇÕES PESQUISAS

As Instituições pesquisadas com o público da terceira idade são os frequentadores da Universidade Aberta à Terceira Idade (UATI) da Universidade Sagrado Coração (USC), e do Trabalho Social com os Idosos (TSI) do Serviço Social do Comércio (SESC) da cidade de Bauru

### 2.6.1 Bauru

Bauru é um município do Estado de São Paulo, localizada no Centro Oeste paulista em uma área de 673.49 Km<sup>2</sup> e sua população é de aproximadamente 346.650 mil habitantes. (SEADE, 2011).

O grau de urbanização na cidade de Bauru é de 98,33%, sendo o índice de envelhecimento da população 64,99%, enquanto os idosos (60 anos ou mais) correspondem a 13,07%, e a expectativa de vida é de 74 anos (SEADE 2011).

Bauru faz divisas com os municípios de Arealva, Reginópolis (Norte), Piratininga (Sul), Agudos, Pederneiras (Leste) e Avaí (Oeste), sendo suas principais rodovias de acesso:

- *SP-225 - Rod. João Ribeiro de Barros e Rod. Eng. João Batista Cabral Renno*

- SP-294 - Rod. João Ribeiro de Barros
- SP-300 - Rod. Marechal Rondon
- SP-321 - Rod. Cesário José de Carvalho

O Turismo praticado na cidade é o de negócios e o científico, em razão do município possuir Faculdades, Universidades, Escolas, Institutos e Hospitais com foco em pesquisa.

O turismo local é potencialmente rico em todos os sentidos e, se levarmos em consideração a posição geográfica do município no estado paulista (Figura 1), várias são as atrações rurais e urbanas em uma ampla e rica região com opções do setor que se completam a poucos quilômetros. (Prefeitura Municipal de Bauru, 2011).



Figura 1 - Localização da Cidade de Bauru, Perfil Unesp: Bauru, [200-?].

## 2.6.2 Universidade Sagrado Coração (USC)

Foi em 1954 o ano do surgimento e da história da Universidade do Sagrado Coração. Na época o então presidente Getúlio Vargas autorizou o funcionamento da

Fafil com os cursos de Geografia e História, Letras Neolatinas e Pedagogia da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras Sagrado Coração de Jesus (USC, 2011).

No início dos anos 60, o Instituto das Apóstolas do Sagrado Coração de Jesus (IASCJ) adquiriu uma área no Jardim Brasil, ao lado da Rodovia Marechal Rondon. No fundamental que, simbolicamente, representou o início de uma nova fase da Fafil: a construção de suas novas instalações. Irmã Elvira Milani, atual reitora da USC e na época diretora da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras, foi apresentada, em 1969, ao recém-formado arquiteto Jurandir Bueno Filho. Junto com Alfred Tallat, Edgar Gonçalves Dente e Ana Maria de Biasi, Jurandir aprontou, em um ano, o projeto que delimitou as curvas de concreto dos blocos do novo campus da Fafil. No início de 1970, o campus ganhou vida e endereço: Rua Irmã Arminda, 10-50 – uma justa homenagem àquela que deu os primeiros passos na caminhada que resultou na concretização do sonho de se construir uma instituição educacional sólida e voltada para a formação de profissionais conscientes de seu dever social (USC, 2011).

### **2.6.3 Universidade Aberta a Terceira Idade (UATI)**

O Programa Universidade Aberta à Terceira Idade (UATI) da Universidade Sagrado Coração (USC) foi inaugurado em Agosto de 1993, tendo em seu objetivo contribuir para a melhoria de vida e o envelhecimento saudável das pessoas acima de 50 anos, através de oportunidades de reciclagem cultural, acadêmica, reintegração na sociedade e reestruturação psicológica. (USC, 2011).

A finalidade do programa é a formação contínua, através de diversas atividades, cursos, palestras que são oferecidas semanalmente, proporcionando uma melhoria na qualidade de vida e fortalecimento da cidadania. O programa oferece espaços para a discussão de problemas relacionados às necessidades específicas das pessoas da terceira idade, criando condições para que seus direitos sejam conhecidos e respeitados. (USC, 2011).

A Universidade Aberta a Terceira Idade (UATI) da USC fornece atividades e melhorias para as pessoas que possuem 50 anos ou mais, diferentemente do estatuto do idoso e outros segmentos que favorecem benefícios para a população com idade superior a 60 anos.

As aulas são ministradas por professores e alunos estagiários da Universidade Sagrado Coração e os alunos matriculados tem o acesso a cursar, na categoria de ouvinte, diversas disciplinas da graduação, assim como atividades específicas da UATI: Informática, Oficinas de Matemática, História, Artes, Línguas,

Teatro, Coral, Dança, Fisioterapia, Ginástica, Viagem Cultural entre outras atividades. As inscrições são semestrais para a participação das atividades. (USC, 2011).

#### **2.6.4 Serviço Social do Comércio (SESC)**

O SESC – Serviço Social do Comércio é uma instituição de caráter privado, sem fins lucrativos e de âmbito nacional. Foi criado em 1946 por iniciativa do empresariado do comércio de bens, serviços e turismo que o mantém e administra. (SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, 2011).

A ação do SESC São Paulo é fruto de um sólido projeto cultural e educativo que trouxe desde sua criação a marca da ação social. Ao longo do ano o SESC inovou ao introduzir novos modelos de ação cultural e sublinhou, na década de 1980, a educação como pressuposto para transformação social. (SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, 2011).

A concretização desse propósito se deu por uma intensa atuação no campo da cultura e suas diferentes manifestações, voltadas a todos os públicos em diferentes faixas etárias, e estratos sociais. (SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, 2011).

As unidades do SESC do Estado de São Paulo oferecem diversas atividades, podemos destacar o turismo social, o trabalho social com idosos, odontologia, desenvolvimento físico-esportivo, educação ambiental, atividades infanto-juvenil, ações artísticas, inclusão digital, palestras, seminários, produtos institucionais como livros, CD'S e DVD'S, entre outras atividades elaboradas mensalmente nas unidades espalhadas pela capital e interior.

O SESC desenvolve, assim, uma ação de educação informal e permanente com intuito de valorizar as pessoas ao estimular a autonomia pessoal, a interação e o contato com expressões e modos diversos de pensar, agir e sentir. (Portal SESC SP, 2011).

O SESC SP possui em todas as suas Unidades da Capital e interior o Trabalho Social com os Idosos (TSI). Pioneiro no Brasil, o projeto iniciou-se em 1963, e mensalmente são planejadas atividades para o público maior de 60 anos.

Implantado em setembro de 1963, o programa foi criado ainda quando a questão da terceira idade não despertava a atenção dos organismos públicos, das instituições de bem-estar social, dos órgãos de comunicação e da sociedade em geral.

Na década de 60, com a formação dos grupos de convivência para a Terceira Idade, o SESC buscou atender a uma demanda muito particular aquele contexto: o isolamento do idoso.

Acompanhando a evolução das necessidades dos idosos, nos anos 70 o SESC inova mais uma vez ao instituir as Escolas Abertas para a Terceira Idade. Esse modelo de intervenção estimulou, a partir da década seguinte, o surgimento de centenas de faculdades abertas de Terceira Idade nas instituições de ensino superior em todo o país. (MIRANDA, 2010, p. 11).

O Programa é comprometido com a criação e implementação de medidas concretas para a inserção social e a definição de uma política nacional para o idoso brasileiro, empenhando-se nesse percurso na reformulação de conceitos e propondo discussões para sensibilizar a sociedade na revalorização do cidadão idoso. Em cada unidade, um técnico responsável pelo Trabalho Social Com Idosos propõe projetos voltados ao atendimento desse público, assim como encontros periódicos abertos à comunidade. Baseadas nos princípios da educação permanente, atividades de saúde, lazer, educação, cultura e cidadania contribuem para o bem-estar e, principalmente, estimulam a autonomia. (SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, c2009).

O Programa de Turismo Social do SESC São Paulo iniciou-se com a inauguração da Colônia de Férias em Bertioga as atividades de turismo social desenvolvidas pelo SESC São Paulo iniciaram-se junto ao público comerciário em 20 de setembro de 1948, com a inauguração da Colônia de Férias Ruy Fonseca (atual Centro de Férias SESC Bertioga), localizada no litoral norte do estado de São Paulo. (SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, 2007).

Na concepção de Turismo Social, o SESC SP apresenta vivências aos participantes e a possibilidade de desenvolvimento de suas habilidades intelectuais e físicas, interação entre os indivíduos por meio de oferta de produtos e serviços acessíveis ao poder aquisitivo ou adaptado a possíveis necessidades especiais ao público:

Tais vivências são planejadas a partir do foco no objetivo da atividade (e não somente no destino) e no desenvolvimento operacional ético e sustentável e destinadas a tornar o movimento turístico acessível ao maior número de pessoas possíveis. Por isso, para o SESC-SP, o turismo social é entendido como uma atividade inclusiva, pressuposta como plural, democrática e transformadora. (SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO, 2003, p. 5).

O SESC SP iniciou em abril de 2011 o Projeto Viajantes, que é a fusão do Turismo Social junto com o Trabalho Social com os Idosos para a utilização do Centro de Lazer SESC Bertioga. O Programa de Turismo Social para Idosos é voltado para grupos com idade igual ou superior a 60 anos e tem como objetivo democratizar o acesso do idoso à atividade turística, educar pelo e para o Turismo.

Para a participação no projeto não há a necessidade de ser matriculado no SESC. O programa dá acesso à hospedagem no SESC Bertioga de Segunda a Sexta-feira, com entrada para almoço e saída às 15h após o almoço. De acordo com a responsável pela programação de Turismo Social do SESC Bauru, o grupo interessado deve procurar a unidade mais próxima e solicitar o período para a Central de Atendimento/Turismo, os mesmos irão entrar em contato com a Central de Reservas/Bertioga para a confirmação do período.

O Projeto Viajantes, além de todas as atividades oferecidas e elaboradas pelo SESC Bertioga para o público da terceira idade, também oferece dois passeios exclusivos escolhidos pelo grupo.

### 3 METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica, quantitativa, de natureza exploratória. Os entrevistados são pessoas acima de 60 anos, participantes dos Projetos Sociais do SESC e da Universidade Aberta a Terceira Idade da USC.

A definição de pesquisa bibliográfica, de acordo com Duarte e Barros é a evidencia do entendimento do pensamento dos autores, por parte do aluno através de suas próprias ideias e opiniões.

Num sentido restrito, é um conjunto de procedimentos que visa identificar informações bibliográficas, selecionar os documentos, selecionar os documentos pertinentes ao tema estudado e proceder à respectiva anotação ou fichamento das referências e dos dados dos documentos para que sejam posteriormente utilizados na redação de um trabalho acadêmico. (DUARTE; BARROS 2006, p. 51).

A coleta dos dados bibliográfica desenvolveu-se a partir de material já elaborado, tanto na Internet como no arquivo da biblioteca da Universidade Sagrado Coração como livros e artigos científicos e requerem uma fase preliminar de levantamento e revisão da literatura existente para elaboração conceitual e definição dos marcos teórico. (DENCKER, 1998).

A realização da pesquisa quantitativa deu-se por questões estruturadas, em uma entrevista fechada no modelo de questionários, sendo uma abordagem linear com respostas previstas.

Foi realizada uma entrevista fechada a partir de questionários estruturados, com perguntas iguais para todos os entrevistados na pesquisa. Deste modo é possível estabelecer critérios para a comparação das respostas. Sua elaboração exige conhecimento prévio sobre o assunto. (DUARTE; BARROS, 2006).

Os estudos exploratórios compreendem, além do levantamento das fontes secundárias, o estudo de casos selecionados e a observação informal. (Dencker, 1998).

Para a obtenção dos dados foi desenvolvido um instrumento de coleta de dados específico para a situação pesquisada, com perguntas fechadas de múltiplas alternativas em forma de questionário (Apêndice B).

A coleta de dados, segundo Dencker:

No projeto de pesquisa deve constar, como anexo, um modelo de instrumento de coleta de dados que pretende utilizar. A formulação do instrumento de coleta é feita em função do problema e das variáveis operacionalizadas para a sua solução. Todos os dados levantados devem possuir uma relação com a questão que se pretende esclarecer. (DENCKER, 1998, p. 89).

#### 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Conforme descrito na metodologia, aplicou-se uma pesquisa quantitativa em forma de questionário com 14 perguntas fechadas (Apêndice B), sendo as respostas em múltipla escolha, com exceção a idade. Foi realizada uma compilação dos dados, sendo elaboradas em forma de gráficos, destacando seus percentuais para melhor clareza e análise das respostas obtidas.

Dentre os 15 (quinze) entrevistados, 100% possuem idade superior a 60 (sessenta) anos de idade (Figura 2), pois o público pesquisado são pessoas que encontram-se na terceira idade, sendo 53% homens e 47% mulheres (Figura 3).



Figura 2 – Idade

Fonte: Elaborada pela autora

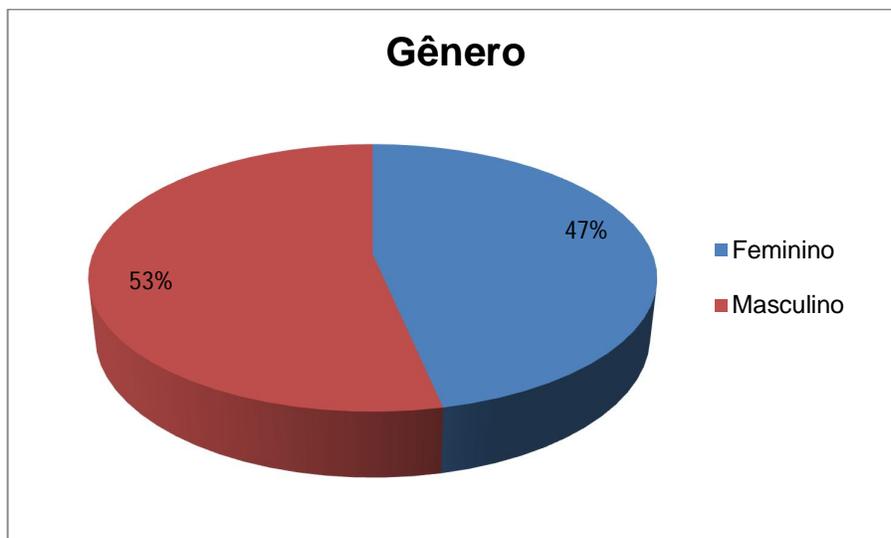


Figura 3 – Gênero  
Fonte: Elaborada pela autora

Para a melhor compreensão do perfil atual do entrevistado maior de 60 (sessenta) anos, 33% dos entrevistados são viúvos, 27% são divorciados, 20% são casados, 20% foram enquadrados como outros, ou seja, são amasiados e que já vivem em união estável e não foi encontrado nenhum entrevistado (a) solteiro (a), conforme o Figura 4.

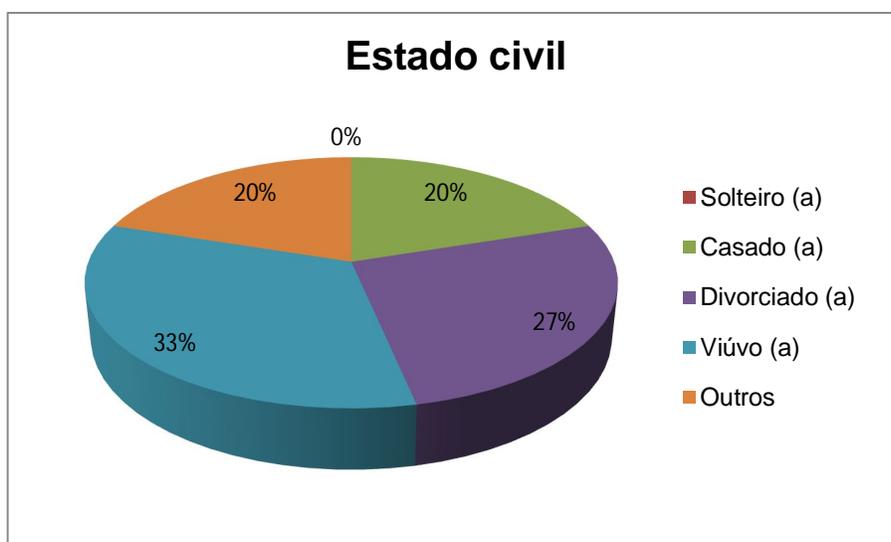


Figura 4 – Estado Civil  
Fonte: Elaborada pela autora

Quanto ao grau de escolaridade, notamos que a maioria possui o Ensino Médio Incompleto. Já o Ensino Fundamental Completo, Incompleto e Superior Completo ficaram em 20% das respostas dos entrevistados e 13% completaram o Ensino Médio, conforme o Figura 5.

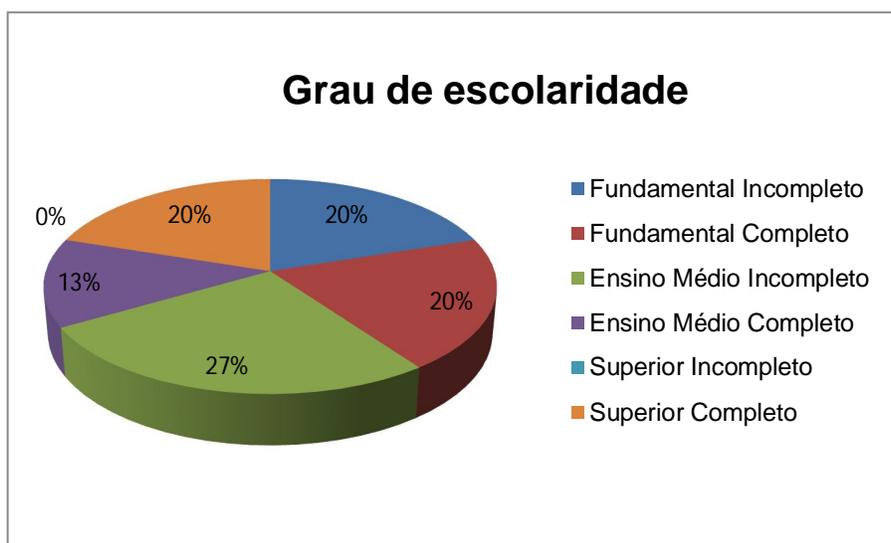


Figura 5 – Escolaridade  
Fonte: Elaborada pela autora

Saber perfil socioeconômico é importante para a pesquisa, pois, pode-se associar a renda aos gastos disponibilizados em viagens e destinos visitados ao ano. Dos entrevistados, 47% recebem de 1 (um) a 2 (dois) salários mínimos como renda salarial mensal, 27% recebem acima de 4 (quatro) salários mínimos e com iguais 13% das respostas obtidas os que recebem de 2 (dois) a 4 (quatro) salários mínimos, de acordo com o Figura 6.

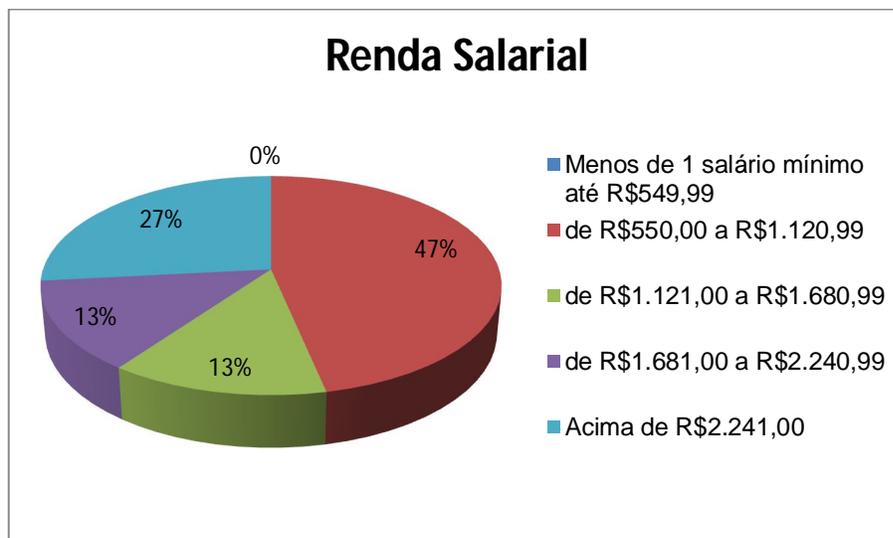


Figura 6 – Renda Salarial  
Fonte: Elaborada pela autora

Através da renda mínima dos participantes da pesquisa, notamos que a renda influencia diretamente a duração média da viagem ao ano que os mesmos praticam. De acordo com o Figura 7, 46% viajam 3 (três) vezes ao ano, 27% os que viajam mais de 4 (quatro) vezes, 20% os viajam 2 (duas) vezes e em 7%, aqueles que viajam apenas uma vez ao ano. Notamos uma média relevante para o estudo em questão.



Figura 7 - Viagens ao ano  
Fonte: Elaborada pela autora

Pode se notar que o período em que o público da terceira idade costuma viajar não é sazonal, pois, 53% dos entrevistados viajam o ano inteiro. Observou-se que a baixa temporada, que são os meses intermediários as das férias escolares também é procurada, sendo 27% das respostas dos entrevistados deduzimos que o preço mais acessível nesse período do ano influencia na hora da compra de uma viagem pela economia em relação a alta temporada (Figura 8).



Figura 8 – Período de viagem  
Fonte: Elaborada pela autora

Quando foram questionados sobre o que mais o (a) atrai em uma viagem (Figura 9), 40% das respostas o local é o mais induz na decisão em uma viagem. 27% dos entrevistados optaram pela companhia, 20% responderam que o preço é um fator decisivo e 13% preferem os passeios que são disponibilizados em uma viagem.



Figura 9 – Atração em viajar  
 Fonte: Elaborada pela autora

Em relação à companhia em uma viagem (Figura 10), notamos um empate nas respostas dos entrevistados. 40% responderam viagem em grupo e em companhia do esposo (a). Notamos no público da terceira idade a tendência em optar por excursões programadas.



Figura 10 – Preferencia na companhia  
 Fonte: Elaborada pela autora

Quando foi perguntado sobre qual o local turístico que mais o (a) agrada, 73% dos entrevistados optaram pelo destino praia. 20% preferem roteiros culturais e urbanos e 7% termas. Não foram encontradas respostas para o destino campo e interior e outros destinos não mencionados no questionário, de acordo com a Figura 11.

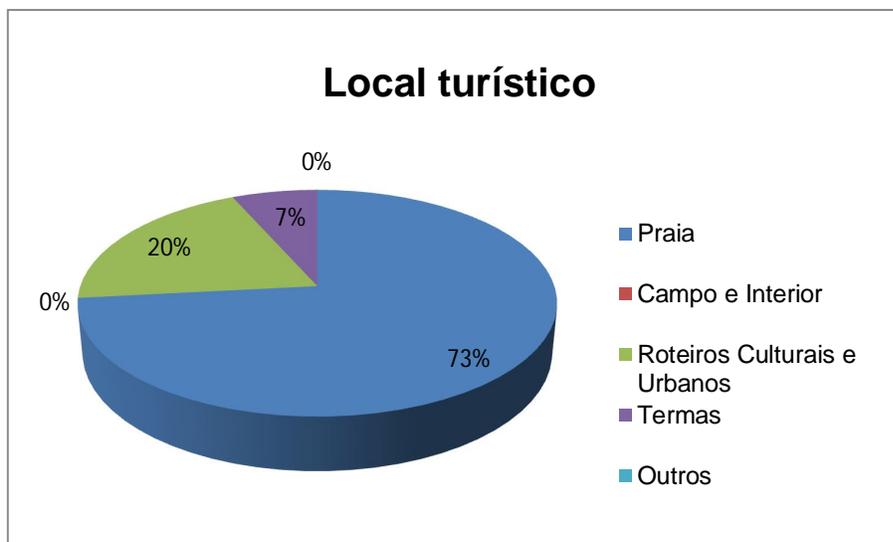


Figura 11 – Local turístico  
Fonte: Elaborada pela autora

Referente ao que o (a) induz em uma viagem (Figura 12), 40% dos entrevistados respondeu que as promoções são o que mais o chama a atenção para a efetivação da compra de um serviço ou pacote de viagem. Podemos atribuir esse resultado a um fator: nessa faixa etária os gastos são maiores com a saúde, por mais que tenham uma vida econômica estável, atualmente os gastos com medicamentos e plano de saúde retêm uma parte considerável da renda.

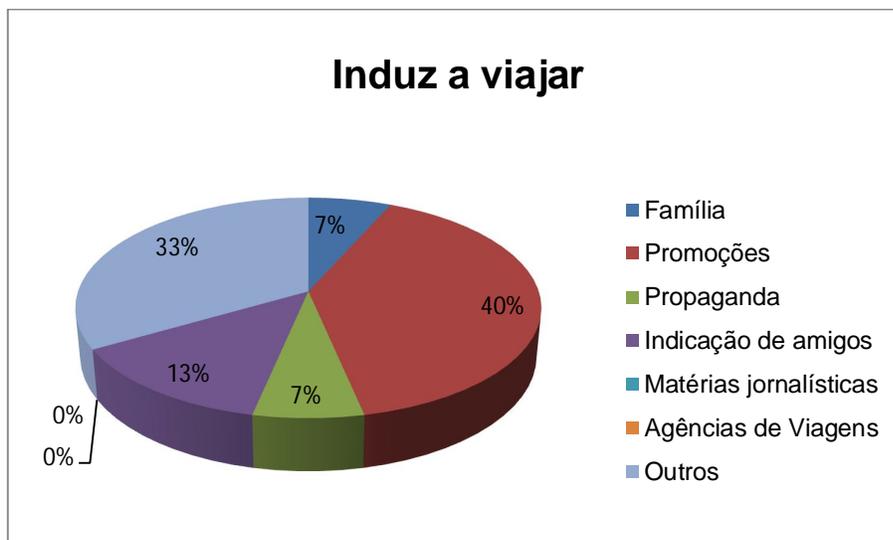


Figura 12 – Induz a escolha  
Fonte: Elaborada pela autora

Como se pode constatar na Figura 13, o motivador na efetivação do consumo é o lazer, com 60% das respostas dos entrevistados. O lazer por proporcionar atividades prazerosas, pois, está diretamente ligado ao alívio das tensões geradas no cotidiano das pessoas, proporciona também o desenvolvimento social e cultural do indivíduo. 20% dos entrevistados optaram pela curiosidade e 13% disseram que a socialização é o fator decisivo no tipo de viagem que procuram.

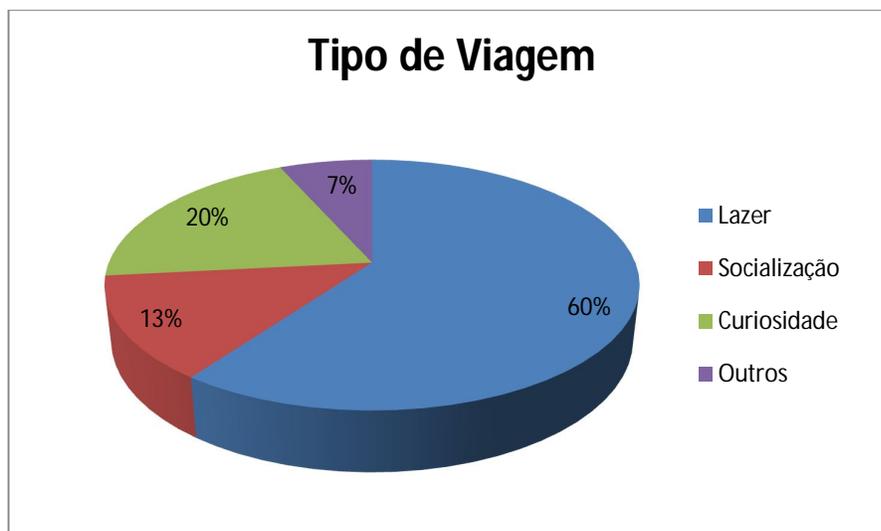


Figura 13 – Tipo de viagem  
Fonte: Elaborada pela autora

O motivador como processo decisivo para a efetivação na compra de um serviço ou produto turístico é através do conhecimento de novos lugares, com 40% das respostas dos entrevistados. 33% responderam que a segurança em uma viagem influencia no processo de decisão e 13% a hospitalidade que o local favorece, de acordo com a Figura 14.



Figura 14 – Motivação  
Fonte: Elaborada pela autora

O tempo de permanência disponibilizado na efetivação de consumo está diretamente ligado com a renda salarial, assim como o número de dias disponibilizados para se fazer uma viagem. Através da destinação turística e motivação pessoal do indivíduo pesquisado diante das respostas obtidas, notamos que o tempo de disponibilizado em uma viagem não ultrapassa de 5 (cinco) dias no local, como mostra a Figura 15. A partir desses dados podemos induzir a uma segmentação de mercado, pois, identificamos que a maioria dos entrevistados são compradores com comportamentos de compras homogêneos quanto aos gostos e preferências.



Figura 15 – Tempo de permanência  
Fonte: Elaborada pela autora

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Compreender as motivações que levam uma pessoa a prática turística e decisão de compra requer um conhecimento prévio do consumidor em potencial.

Foi possível averiguar perante pesquisa aplicada ao público da terceira idade, considerados com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos a presença de motivadores e indutores no processo de decisão ao adquirir um produto turístico.

Com a análise do público pesquisado desvendamos que são vários os motivos que levam o consumidor ao processo e efetivação da compra.

Atualmente as empresas, entre outros órgãos de turismo necessitam de dados concretos sobre os consumidores, para desvendar seus hábitos, rendimentos, faixa etária, estado civil, se preferem viajar em companhia de familiares, amigos ou sozinhos, entre outros fatores que os influenciam, estando interligado aos diferentes serviços prestados aos turistas. Pesquisar o gênero, idade, entre outras informações demográficas fornecem uma visão geral dos consumidores.

Diante disso o processo de decisão afeta diretamente o turista, pois, o consumidor espera uma satisfação ao adquirir um produto. A satisfação é concedida através do conjunto de fatores, como o retorno de suas expectativas e a experiência adquirida.

Podemos enfatizar que a grande maioria dos entrevistados preferem viagens que duram em torno de 5 (cinco) dias. A concentração da maioria em razão do tempo disponibilizado em uma destinação turística o torna uma segmentação de mercado devido à identificação dos compradores com comportamentos homogêneos quanto aos gostos e preferência. Ao estudar o grupo da terceira idade desvendamos que a maioria são viúvos, que dispõe de 5 (cinco) dias para viajar, possuem renda em torno de 2 (dois) salários mínimos, preferem viagens promocionais, porém viajam o ano todo a procura de lazer, gostam de conhecer novos lugares na companhia de amigos ou esposo (a), possuem grau de escolaridade médio, viajam em grupos e o fator decisivo como atrativo em uma viagem é o próprio local a ser visitado.

O conhecimento de novos lugares através da procura por lazer é muito importante para a socialização do indivíduo, assim como viajar na companhia de grupos e amigos. Notamos que há uma necessidade de inovação para o público idoso, percebemos através de programas e atividades elaborados pelo Trabalho

Social com Idosos do SESC e UATI que oferecem programas esportivos, inclusão digital, oficinas de teatro, oficinas artísticas, palestras e atividades sobre saúde e qualidade de vida, aprendizado de língua estrangeira, entre outras atividades que envolvem uma reflexão social. Todas as atividades são pensadas e elaboradas para público idoso, visando à promoção da cidadania.

.O turismo como atividade econômica deve almejar produtos e serviço de qualidade, buscando melhoria e adaptação nos equipamentos a fim de abranger uma parcela da população que tende a crescer anualmente, que dispõe de tempo, dinheiro e disposição para conhecer novos lugares. Diante do exposto, concluímos que a terceira idade pode ser considerada como jovens ativos por assumirem cada vez mais destinos até então não aconselhado para a idade, devido a algumas limitações físicas que possuem.

Os idosos na atualidade poderão moldar o mercado turístico desde que planejado e elaborado para essa parcela da população, inovando suas atividades a fim de abranger as diferentes motivações turísticas.

## REFERÊNCIAS

BARRETTO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 8. ed. Campinas: Papyrus, 2000. 164p.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. 4. ed. rev. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001. 516p.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 170p. Disponível em <[http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o\\_ministerio/publicacoes/downloads\\_publicacoes/Segmentaxo do Mercado Versxo Final IMPRESSxO .pdf](http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Segmentaxo do Mercado Versxo Final IMPRESSxO .pdf)> Acesso em: 05 nov. 2011.

\_\_\_\_\_. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 8 – Promoção e Apoio à Comercialização**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

\_\_\_\_\_. **Viaja Mais Melhor Idade**. [200-?]. Disponível em <<http://www.viajamais.com.br/viajamais/>> Acesso em 20 maio 2011.

BRASIL. Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. **Diário oficial da União**, 2003. . Disponível em <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2003/L10.741.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/L10.741.htm)> Acesso em ????

CASTRO. A. P. de. **Automotivação**. São Paulo: Campus, 1005.

CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA. **Envelhecimento e Subjetividade: desafios para uma cultura de compromisso social**. Brasília, DF, 2009. 196 p.

THOMAZINI, D. 100 anos de vida desregrada? **Cuidar de idosos**. 2011. Disponível em <<http://www.cuidardeidosos.com.br/100-anos-de-vida-desregrada/>> Acesso em 10 out. 2011.

CUNHA, L. **Economia e Política do Turismo**. Portugal: Editora McGraw-Hill, 1997. 338p.

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, J; BARROS, A. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. 2. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Perfil dos idosos responsáveis pelos domicílios**. [S.l], 2002. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/25072002pidoso.shtm>> Acesso em 25 Maio 2011.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Primeiros resultados definitivos do Censo 2010**: população do Brasil é de 190.755.799 pessoas. [S.l], 2011. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1866&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1866&id_pagina=1). Acesso em: 05 out. 2011.

LICKORISH, L. J.; JENKINS. C. L. **Introdução ao Turismo**. 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 2000. 317p.

MIRANDA, D. S. Dia Mundial do Turismo: 27 de setembro de 2010. **Caderno SESC De Cidadania**, São Paulo, Ano I, n. 3, 34 p., 2010.

MOLETTA. V. F; GOIDANICH. K. L. **Turismo na Terceira Idade**. 2. ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000. 58p.

MORAGAS, R. M: Gerontologia Social: envelhecimento e qualidade de vida. São Paulo: Paulinas, 1997. 283p.

MOTIVAÇÃO. In: DICIONÁRIO Michaelis. [S.l]: Editora Melhoramentos, c2009. Disponível em <<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=motivacao>>. Acesso em 26 set. 2011.

RODRIGUES, Nara Costa. A terceira idade e o relacionamento entre gerações. In. CONGRESSO BRASILEIRO DE ANÁLISE TRANSACIONAL, 17, 1999, Porto Alegre. **Anais....** Porto Alegre: UNAI, 1999. Disponível em <<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/1292/1008>> Acesso em 20 set. 2011.

SERASA EXPERIAN. **Guia Serasa de orientação ao cidadão**: os idosos no Brasil, c2011. Disponível em < <http://www.serasaexperian.com.br/guiaidoso/18.htm>> Acesso em 28 Maio 2011

SERVIÇO SOCIAL DO COMÉRCIO (São Paulo). Gerencia de Programa Sócio Educativos. **O Século da Terceira Idade**. São Paulo: SESC, 2003, 212p.

\_\_\_\_\_. Setor de Comunicação. **Programação Bauru Novembro 2011**. Bauru: SESC, 2011. Folder 30 p.

\_\_\_\_\_. **Quem somos**, c2009. Disponível em < [http://www.sescsp.org.br/sesc/quem\\_somos/index.cfm?forget=14](http://www.sescsp.org.br/sesc/quem_somos/index.cfm?forget=14) > Acesso em 02 Junho 2011.

\_\_\_\_\_. Turismo Social do SESC São Paulo. **Turismo para Todos**. São Paulo: SESC-SP, 2007, 43p.

SISTEMA ESTADUAL DE ANÁLISE DE DADOS (SEADE): Disponível em < <http://www.seade.gov.br> > Acesso em: 22 set. 2011.

SILVA, F.S.S. **Turismo e psicologia no envelhecer**. São Paulo: Roca, 2002.

UNIVERSIDADE SAGRADO CORAÇÃO (USC). Disponível em <<http://www.usc.br>> Acesso em 20 Maio 2011.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA. **Perfil Unesp**: Bauru, [200-?]. Disponível em <[http://unesp.br/ape/perfil/mapas\\_11\\_bauru.php](http://unesp.br/ape/perfil/mapas_11_bauru.php) > Acesso em: 22 set. 2011.

VIDA longa e Cidadania: conheça o Estatuto do Idoso. 2. ed. Brasília: Câmara dos Deputados. Edições Câmara, 2010.

VAZ, G.N. **Marketing turístico**: receptivo e emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira, 2001.

## APÊNDICE A - APRESENTAÇÃO

*Prezado (a) Senhor (a):*

*Meu nome é Giovana Pereira, estou concluindo o curso de Bacharel em Turismo através da Universidade Sagrado Coração, sendo o meu trabalho de conclusão de curso voltado ao estudo sobre a Terceira Idade, sobre o tema “Motivações Turísticas na Terceira Idade”, para tanto necessito de algumas informações e de sua colaboração para a participação dessa pesquisa de finalidades acadêmicas.*

*Muito obrigada!*

## APÊNDICE B - QUESTIONÁRIO

Instruções:

- *Preencher a caneta*
- *Escolher uma alternativa para cada questão*

1- *Qual a sua idade?*

( ) anos

2- *Qual o seu gênero?*

( ) *Feminino*

( ) *Masculino*

3- *Qual é o seu estado civil?*

( ) *Solteiro (a);*

( ) *Casado (a);*

( ) *Divorciado (a);*

( ) *Viúvo (a).*

( ) *Outros: \_\_\_\_\_*

4- *Qual é o seu grau de escolaridade?*

( ) *Fundamental Incompleto;*

( ) *Fundamental Completo;*

( ) *Ensino Médio Incompleto;*

( ) *Ensino Médio Completo;*

( ) *Superior Incompleto;*

( ) *Superior Completo.*

6- *Qual a sua Renda Salarial?*

( ) *Menos de 1 salário mínimo até R\$549,99;*

( ) *de R\$550,00 a R\$1.120,99;*

( ) *de R\$1.121,00 a R\$1.680,99;*

( ) *de R\$1.681,00 a R\$2.240,99;*

( ) *Acima de R\$2.241,00.*

6- *Quantas vezes ao ano costuma viajar?*

( ) *1;*

( ) *2;*

( ) *3;*

( ) *Mais de 4.*

7- Qual o período que costuma viajar?

- Alta temporada;
- Baixa temporada.
- Ano inteiro

8- Na sua opinião, o que o (a) atrai para viajar?

- Preço;
- Local;
- Refeição;
- Passeios;
- Companhia.

9- Em relação a companhia, você prefere?

- Viajar com amigos;
- Viajar sozinho (a);
- Viajar em família;
- Viajar em grupo;
- Viajar com seu/sua esposa(o).

10- Em sua opinião, qual o local turístico que mais a (o) agrada?

- Praia;
- Campo e Interior;
- Roteiros Culturais e Urbanos;
- Termas;
- Outros, especificar: \_\_\_\_\_

11- O que o (a) induz a escolher uma viagem?

- Família
- Promoções
- Propaganda
- Indicação de amigos
- Matérias jornalísticas
- Agência de Viagens
- Outros, especificar: \_\_\_\_\_

12- Qual tipo de viagem busca escolher?

- Saúde
- Lazer
- Descanso
- Socialização
- Culinária
- Religião
- Cultural
- Curiosidade
- Outros, especificar: \_\_\_\_\_

13- *Em uma viagem, o motivador para você é:*

- ( ) *Clima*
- ( ) *Localização*
- ( ) *Companhia*
- ( ) *Tempo disponível*
- ( ) *Hospitalidade do local*
- ( ) *Segurança em uma viagem*
- ( ) *Visita a parentes e amigos*
- ( ) *Conhecimento de novos lugares*
- ( ) *Outros, especificar:\_\_\_\_\_*

14- *Em uma viagem, qual o tempo de permanência lhe agrada?*

- ( ) *Passeios de um dia (menos de 24h);*
- ( ) *Viagens aos finais de semana;*
- ( ) *Viagens de 5 dias*
- ( ) *Viagens de mais de 5 dias.*

**APÊNDICE C – CARTA OFÍCIO**

**À Ilustríssima Senhora  
Mônica Machado – Gerente  
SESC Bauru**

Bauru, 24 de Outubro de 2011.

Prezada Senhora,

Solicitamos de Vossa Senhoria autorização para que a aluna Giovana Rocha Moraes Pereira, RA 20071211466, do Curso de Turismo da USC (Universidade Sagrado Coração), possa ter acesso a algumas informações sobre os participantes do grupo da Terceira Idade do SESC Bauru.

Tais informações serão utilizadas no desenvolvimento de trabalho didático, cujo enfoque é desenvolver um projeto de pesquisa intitulado "Motivações turísticas na Terceira Idade", na disciplina de Monografia, sob a responsabilidade do orientador Prof. Ms. Klaus Negrão Vidrik.

Informamos que a pesquisa possui caráter acadêmico, sem qualquer finalidade comercial. Os participantes não serão identificados e os resultados poderão ser disponibilizados para a instituição, caso haja necessidade.

Sem mais para o momento.

Atenciosamente,

**Prof. Ms. Luciana Pereira de Moura Carneiro**  
Coordenadora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo

Universidade Sagrado Coração  
Rua Irmã Arminda, 10-50  
Jardim Brasil, Bauru - SP  
CEP 17011-160 - PABX (14) 2107-7000

**ANEXO A – LEI Nº 10.741****Presidência da República  
Casa Civil  
Subchefia para Assuntos Jurídicos****LEI Nº 10.741, DE 1º DE OUTUBRO DE 2003.**

Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências.

**O PRESIDENTE DA REPÚBLICA** Faço saber que o Congresso Nacional decreta e eu sanciono a seguinte Lei:

**TÍTULO I**  
Disposições Preliminares

Art. 1º É instituído o Estatuto do Idoso, destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos.

Art. 2º O idoso goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana, sem prejuízo da proteção integral de que trata esta Lei, assegurando-se-lhe, por lei ou por outros meios, todas as oportunidades e facilidades, para preservação de sua saúde física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade.

Art. 3º É obrigação da família, da comunidade, da sociedade e do Poder Público assegurar ao idoso, com absoluta prioridade, a efetivação do direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, à cultura, ao esporte, ao lazer, ao trabalho, à cidadania, à liberdade, à dignidade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária.

Parágrafo único. A garantia de prioridade compreende:

I – atendimento preferencial imediato e individualizado junto aos órgãos públicos e privados prestadores de serviços à população;

II – preferência na formulação e na execução de políticas sociais públicas específicas;

III – destinação privilegiada de recursos públicos nas áreas relacionadas com a proteção ao idoso;

IV – viabilização de formas alternativas de participação, ocupação e convívio do idoso com as demais gerações;

V – priorização do atendimento do idoso por sua própria família, em detrimento do atendimento asilar, exceto dos que não a possuam ou careçam de condições de manutenção da própria sobrevivência;

VI – capacitação e reciclagem dos recursos humanos nas áreas de geriatria e gerontologia e na prestação de serviços aos idosos;

VII – estabelecimento de mecanismos que favoreçam a divulgação de informações de caráter educativo sobre os aspectos biopsicossociais de envelhecimento;

VIII – garantia de acesso à rede de serviços de saúde e de assistência social locais.

IX – prioridade no recebimento da restituição do Imposto de Renda. [\(Incluído pela Lei nº 11.765, de 2008\).](#)

Art. 4º Nenhum idoso será objeto de qualquer tipo de negligência, discriminação, violência, crueldade ou opressão, e todo atentado aos seus direitos, por ação ou omissão, será punido na forma da lei.

§ 1º É dever de todos prevenir a ameaça ou violação aos direitos do idoso.

§ 2º As obrigações previstas nesta Lei não excluem da prevenção outras decorrentes dos princípios por ela adotados.

Art. 5º A inobservância das normas de prevenção importará em responsabilidade à pessoa física ou jurídica nos termos da lei.

Art. 6º Todo cidadão tem o dever de comunicar à autoridade competente qualquer forma de violação a esta Lei que tenha testemunhado ou de que tenha conhecimento.

Art. 7º Os Conselhos Nacional, Estaduais, do Distrito Federal e Municipais do Idoso, previstos na [Lei nº 8.842, de 4 de janeiro de 1994](#), zelarão pelo cumprimento dos direitos do idoso, definidos nesta Lei.

## TÍTULO II Dos Direitos Fundamentais

### CAPÍTULO I Do Direito à Vida

Art. 8º O envelhecimento é um direito personalíssimo e a sua proteção um direito social, nos termos desta Lei e da legislação vigente.

Art. 9º É obrigação do Estado, garantir à pessoa idosa a proteção à vida e à saúde, mediante efetivação de políticas sociais públicas que permitam um envelhecimento saudável e em condições de dignidade.

### CAPÍTULO II

#### Do Direito à Liberdade, ao Respeito e à Dignidade

Art. 10. É obrigação do Estado e da sociedade, assegurar à pessoa idosa a liberdade, o respeito e a dignidade, como pessoa humana e sujeito de direitos civis, políticos, individuais e sociais, garantidos na Constituição e nas leis.

§ 1º O direito à liberdade compreende, entre outros, os seguintes aspectos:

I – faculdade de ir, vir e estar nos logradouros públicos e espaços comunitários, ressalvadas as restrições legais;

II – opinião e expressão;

III – crença e culto religioso;

IV – prática de esportes e de diversões;

V – participação na vida familiar e comunitária;

VI – participação na vida política, na forma da lei;

VII – faculdade de buscar refúgio, auxílio e orientação.

§ 2º O direito ao respeito consiste na inviolabilidade da integridade física, psíquica e moral, abrangendo a preservação da imagem, da identidade, da autonomia, de valores, idéias e crenças, dos espaços e dos objetos pessoais.

§ 3º É dever de todos zelar pela dignidade do idoso, colocando-o a salvo de qualquer tratamento desumano, violento, aterrorizante, vexatório ou constrangedor.

### CAPÍTULO III Dos Alimentos

Art. 11. Os alimentos serão prestados ao idoso na forma da lei civil.

Art. 12. A obrigação alimentar é solidária, podendo o idoso optar entre os prestadores.

~~Art. 13. As transações relativas a alimentos poderão ser celebradas perante o Promotor de Justiça, que as referendará, e passarão a ter efeito de título executivo extrajudicial nos termos da lei processual civil.~~

Art. 13. As transações relativas a alimentos poderão ser celebradas perante o Promotor de Justiça ou Defensor Público, que as referendará, e passarão a ter efeito de título executivo extrajudicial nos termos da lei processual civil. ([Redação dada pela Lei nº 11.737, de 2008](#))

Art. 14. Se o idoso ou seus familiares não possuírem condições econômicas de prover o seu sustento, impõe-se ao Poder Público esse provimento, no âmbito da assistência social.

### CAPÍTULO IV Do Direito à Saúde

Art. 15. É assegurada a atenção integral à saúde do idoso, por intermédio do Sistema Único de Saúde – SUS, garantindo-lhe o acesso universal e igualitário, em conjunto articulado e contínuo das ações e serviços, para a prevenção, promoção, proteção e recuperação da saúde, incluindo a atenção especial às doenças que afetam preferencialmente os idosos.

§ 1º A prevenção e a manutenção da saúde do idoso serão efetivadas por meio de:

I – cadastramento da população idosa em base territorial;

II – atendimento geriátrico e gerontológico em ambulatórios;

III – unidades geriátricas de referência, com pessoal especializado nas áreas de geriatria e gerontologia social;

IV – atendimento domiciliar, incluindo a internação, para a população que dele necessitar e esteja impossibilitada de se locomover, inclusive para idosos abrigados e acolhidos por instituições públicas, filantrópicas ou sem fins lucrativos e eventualmente conveniadas com o Poder Público, nos meios urbano e rural;

V – reabilitação orientada pela geriatria e gerontologia, para redução das seqüelas decorrentes do agravo da saúde.

§ 2º Incumbe ao Poder Público fornecer aos idosos, gratuitamente, medicamentos, especialmente os de uso continuado, assim como próteses, órteses e outros recursos relativos ao tratamento, habilitação ou reabilitação.

§ 3º É vedada a discriminação do idoso nos planos de saúde pela cobrança de valores diferenciados em razão da idade.

§ 4º Os idosos portadores de deficiência ou com limitação incapacitante terão atendimento especializado, nos termos da lei.

Art. 16. Ao idoso internado ou em observação é assegurado o direito a acompanhante, devendo o órgão de saúde proporcionar as condições adequadas para a sua permanência em tempo integral, segundo o critério médico.

Parágrafo único. Caberá ao profissional de saúde responsável pelo tratamento conceder autorização para o acompanhamento do idoso ou, no caso de impossibilidade, justificá-la por escrito.

Art. 17. Ao idoso que esteja no domínio de suas faculdades mentais é assegurado o direito de optar pelo tratamento de saúde que lhe for reputado mais favorável.

Parágrafo único. Não estando o idoso em condições de proceder à opção, esta será feita:

I – pelo curador, quando o idoso for interditado;

II – pelos familiares, quando o idoso não tiver curador ou este não puder ser contactado em tempo hábil;

III – pelo médico, quando ocorrer iminente risco de vida e não houver tempo hábil para consulta a curador ou familiar;

IV – pelo próprio médico, quando não houver curador ou familiar conhecido, caso em que deverá comunicar o fato ao Ministério Público.

Art. 18. As instituições de saúde devem atender aos critérios mínimos para o atendimento às necessidades do idoso, promovendo o treinamento e a capacitação dos profissionais, assim como orientação a cuidadores familiares e grupos de auto-ajuda.

~~Art. 19. Os casos de suspeita ou confirmação de maus-tratos contra idoso serão obrigatoriamente comunicados pelos profissionais de saúde a quaisquer dos seguintes órgãos:~~

Art. 19. Os casos de suspeita ou confirmação de violência praticada contra idosos serão objeto de notificação compulsória pelos serviços de saúde públicos e privados à autoridade sanitária, bem como serão obrigatoriamente comunicados por eles a quaisquer dos seguintes órgãos: [\(Redação dada pela Lei nº 12.461, de 2011\)](#)

I – autoridade policial;

II – Ministério Público;

III – Conselho Municipal do Idoso;

IV – Conselho Estadual do Idoso;

V – Conselho Nacional do Idoso.

§ 1º Para os efeitos desta Lei, considera-se violência contra o idoso qualquer ação ou omissão praticada em local público ou privado que lhe cause morte, dano ou sofrimento físico ou psicológico. [\(Incluído pela Lei nº 12.461, de 2011\)](#)

§ 2º Aplica-se, no que couber, à notificação compulsória prevista no **caput** deste artigo, o disposto na [Lei nº 6.259, de 30 de outubro de 1975. \(Incluído pela Lei nº 12.461, de 2011\)](#)

## CAPÍTULO V Da Educação, Cultura, Esporte e Lazer

Art. 20. O idoso tem direito a educação, cultura, esporte, lazer, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua peculiar condição de idade.

Art. 21. O Poder Público criará oportunidades de acesso do idoso à educação, adequando currículos, metodologias e material didático aos programas educacionais a ele destinados.

§ 1º Os cursos especiais para idosos incluirão conteúdo relativo às técnicas de comunicação, computação e demais avanços tecnológicos, para sua integração à vida moderna.

§ 2º Os idosos participarão das comemorações de caráter cívico ou cultural, para transmissão de conhecimentos e vivências às demais gerações, no sentido da preservação da memória e da identidade culturais.

Art. 22. Nos currículos mínimos dos diversos níveis de ensino formal serão inseridos conteúdos voltados ao processo de envelhecimento, ao respeito e à valorização do idoso, de forma a eliminar o preconceito e a produzir conhecimentos sobre a matéria.

Art. 23. A participação dos idosos em atividades culturais e de lazer será proporcionada mediante descontos de pelo menos 50% (cinquenta por cento) nos ingressos para eventos artísticos, culturais, esportivos e de lazer, bem como o acesso preferencial aos respectivos locais.

Art. 24. Os meios de comunicação manterão espaços ou horários especiais voltados aos idosos, com finalidade informativa, educativa, artística e cultural, e ao público sobre o processo de envelhecimento.

Art. 25. O Poder Público apoiará a criação de universidade aberta para as pessoas idosas e incentivará a publicação de livros e periódicos, de conteúdo e padrão editorial adequados ao idoso, que facilitem a leitura, considerada a natural redução da capacidade visual.

## CAPÍTULO VI Da Profissionalização e do Trabalho

Art. 26. O idoso tem direito ao exercício de atividade profissional, respeitadas suas condições físicas, intelectuais e psíquicas.

Art. 27. Na admissão do idoso em qualquer trabalho ou emprego, é vedada a discriminação e a fixação de limite máximo de idade, inclusive para concursos, ressalvados os casos em que a natureza do cargo o exigir.

Parágrafo único. O primeiro critério de desempate em concurso público será a idade, dando-se preferência ao de idade mais elevada.

Art. 28. O Poder Público criará e estimulará programas de:

I – profissionalização especializada para os idosos, aproveitando seus potenciais e habilidades para atividades regulares e remuneradas;

II – preparação dos trabalhadores para a aposentadoria, com antecedência mínima de 1 (um) ano, por meio de estímulo a novos projetos sociais, conforme seus interesses, e de esclarecimento sobre os direitos sociais e de cidadania;

III – estímulo às empresas privadas para admissão de idosos ao trabalho.

#### CAPÍTULO VII Da Previdência Social

Art. 29. Os benefícios de aposentadoria e pensão do Regime Geral da Previdência Social observarão, na sua concessão, critérios de cálculo que preservem o valor real dos salários sobre os quais incidiram contribuição, nos termos da legislação vigente.

Parágrafo único. Os valores dos benefícios em manutenção serão reajustados na mesma data de reajuste do salário-mínimo, **pro rata**, de acordo com suas respectivas datas de início ou do seu último reajustamento, com base em percentual definido em regulamento, observados os critérios estabelecidos pela [Lei nº 8.213, de 24 de julho de 1991](#).

Art. 30. A perda da condição de segurado não será considerada para a concessão da aposentadoria por idade, desde que a pessoa conte com, no mínimo, o tempo de contribuição correspondente ao exigido para efeito de carência na data de requerimento do benefício.

Parágrafo único. O cálculo do valor do benefício previsto no **caput** observará o disposto no **caput** e [§ 2º do art. 3º da Lei nº 9.876, de 26 de novembro de 1999](#), ou, não havendo salários-de-contribuição recolhidos a partir da competência de julho de 1994, o disposto no [art. 35 da Lei nº 8.213, de 1991](#).

Art. 31. O pagamento de parcelas relativas a benefícios, efetuado com atraso por responsabilidade da Previdência Social, será atualizado pelo mesmo índice utilizado para os reajustamentos dos benefícios do Regime Geral de Previdência Social, verificado no período compreendido entre o mês que deveria ter sido pago e o mês do efetivo pagamento.

Art. 32. O Dia Mundial do Trabalho, 1º de Maio, é a data-base dos aposentados e pensionistas.

#### CAPÍTULO VIII Da Assistência Social

Art. 33. A assistência social aos idosos será prestada, de forma articulada, conforme os princípios e diretrizes previstos na Lei Orgânica da Assistência Social, na Política Nacional do Idoso, no Sistema Único de Saúde e demais normas pertinentes.

Art. 34. Aos idosos, a partir de 65 (sessenta e cinco) anos, que não possuam meios para prover sua subsistência, nem de tê-la provida por sua família, é assegurado o benefício mensal de 1 (um) salário-mínimo, nos termos da Lei Orgânica da Assistência Social – Loas.

Parágrafo único. O benefício já concedido a qualquer membro da família nos termos do **caput** não será computado para os fins do cálculo da renda familiar **per capita** a que se refere a Loas.

Art. 35. Todas as entidades de longa permanência, ou casa-lar, são obrigadas a firmar contrato de prestação de serviços com a pessoa idosa abrigada.

§ 1º No caso de entidades filantrópicas, ou casa-lar, é facultada a cobrança de participação do idoso no custeio da entidade.

§ 2º O Conselho Municipal do Idoso ou o Conselho Municipal da Assistência Social estabelecerá a forma de participação prevista no § 1º, que não poderá exceder a 70% (setenta por cento) de qualquer benefício previdenciário ou de assistência social percebido pelo idoso.

§ 3º Se a pessoa idosa for incapaz, caberá a seu representante legal firmar o contrato a que se refere o **caput** deste artigo.

Art. 36. O acolhimento de idosos em situação de risco social, por adulto ou núcleo familiar, caracteriza a dependência econômica, para os efeitos legais. [\(Vigência\)](#)

## CAPÍTULO IX Da Habitação

Art. 37. O idoso tem direito a moradia digna, no seio da família natural ou substituta, ou desacompanhado de seus familiares, quando assim o desejar, ou, ainda, em instituição pública ou privada.

§ 1º A assistência integral na modalidade de entidade de longa permanência será prestada quando verificada inexistência de grupo familiar, casa-lar, abandono ou carência de recursos financeiros próprios ou da família.

§ 2º Toda instituição dedicada ao atendimento ao idoso fica obrigada a manter identificação externa visível, sob pena de interdição, além de atender toda a legislação pertinente.

§ 3º As instituições que abrigarem idosos são obrigadas a manter padrões de habitação compatíveis com as necessidades deles, bem como provê-los com alimentação regular e higiene indispensáveis às normas sanitárias e com estas condizentes, sob as penas da lei.

Art. 38. Nos programas habitacionais, públicos ou subsidiados com recursos públicos, o idoso goza de prioridade na aquisição de imóvel para moradia própria, observado o seguinte:

~~I – reserva de 3% (três por cento) das unidades residenciais para atendimento aos idosos;~~

I - reserva de pelo menos 3% (três por cento) das unidades habitacionais residenciais para atendimento aos idosos; [\(Redação dada pela Lei nº 12.418, de 2011\)](#)

II – implantação de equipamentos urbanos comunitários voltados ao idoso;

III – eliminação de barreiras arquitetônicas e urbanísticas, para garantia de acessibilidade ao idoso;

IV – critérios de financiamento compatíveis com os rendimentos de aposentadoria e pensão.

Parágrafo único. As unidades residenciais reservadas para atendimento a idosos devem situar-se, preferencialmente, no pavimento térreo. [\(Incluído pela Lei nº 12.419, de 2011\)](#)

## CAPÍTULO X Do Transporte

Art. 39. Aos maiores de 65 (sessenta e cinco) anos fica assegurada a gratuidade dos transportes coletivos públicos urbanos e semi-urbanos, exceto nos serviços seletivos e especiais, quando prestados paralelamente aos serviços regulares.

§ 1º Para ter acesso à gratuidade, basta que o idoso apresente qualquer documento pessoal que faça prova de sua idade.

§ 2º Nos veículos de transporte coletivo de que trata este artigo, serão reservados 10% (dez por cento) dos assentos para os idosos, devidamente identificados com a placa de reservado preferencialmente para idosos.

§ 3º No caso das pessoas compreendidas na faixa etária entre 60 (sessenta) e 65 (sessenta e cinco) anos, ficará a critério da legislação local dispor sobre as condições para exercício da gratuidade nos meios de transporte previstos no **caput** deste artigo.

Art. 40. No sistema de transporte coletivo interestadual observar-se-á, nos termos da legislação específica: ([Regulamento](#))

I – a reserva de 2 (duas) vagas gratuitas por veículo para idosos com renda igual ou inferior a 2 (dois) salários-mínimos;

II – desconto de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, no valor das passagens, para os idosos que excederem as vagas gratuitas, com renda igual ou inferior a 2 (dois) salários-mínimos.

Parágrafo único. Caberá aos órgãos competentes definir os mecanismos e os critérios para o exercício dos direitos previstos nos incisos I e II.

Art. 41. É assegurada a reserva, para os idosos, nos termos da lei local, de 5% (cinco por cento) das vagas nos estacionamentos públicos e privados, as quais deverão ser posicionadas de forma a garantir a melhor comodidade ao idoso.

Art. 42. É assegurada a prioridade do idoso no embarque no sistema de transporte coletivo.

Brasília, 1º de outubro de 2003; 182ª da Independência e 115ª da República.

LUIZ INÁCIO LULA DA SILVA

*Márcio Thomaz Bastos*

*Antonio Palocci Filho*

*Rubem Fonseca Filho*

*Humberto Sérgio Costa Lima*

*Guido Mantega*

*Ricardo José Ribeiro Berzoini*

*Benedita Souza da Silva Sampaio*

*Álvaro Augusto Ribeiro Costa*

Este texto não substitui o publicado no D.O.U. de 3.10.2003