TURISMO CULTURAL E TERCEIRA IDADE[1]

Ana Maria De Paris Possamai
Bacharel e Mestranda em Turismo pela Universidade de Caxias do Sul - UCS
am.possamai@uol.com.br

Resumo
A população da terceira idade tem sido apontada como um nicho importante para o mercado turístico, sendo inclusa em projetos específicos do Ministério do Turismo, por sua representatividade e crescimento populacional nos últimos anos. Em contrapartida, organizações que desenvolvem trabalhos com idosos indicam o turismo como importante aliado no equilíbrio físico e social desses indivíduos. Dessa forma, analisa-se o turismo cultural como opção para este público, por suas características peculiares e por sua profunda ligação com o patrimônio histórico, tornando-se fonte de conhecimento e história. Sendo assim, neste artigo, optou-se por analisar a relação turismo cultural e terceira idade. Para isso, o presente estudo analisou algumas opções de pacotes turísticos oferecidos à terceira idade e buscou demonstrar as potencialidades do turismo cultural como opção viável ao perfil do turista de terceira idade. Como resultado da análise dos pacotes turísticos comercializados pelas agências da região serrana do Rio Grande do Sul, para a terceira idade, percebe-se uma tendência a destinos de águas termais, embora se observem opções que aliam a esses roteiros passeios e eventos culturais. Agências maiores, da capital do Estado, já possuem maior diversidade nos produtos mais comercializados. Também se constatou interesse por parte dos idosos em incrementar seus passeios com atrativos de cunho cultural.

Palavras-chave: Turismo cultural. Terceira idade. Oferta turística.

Abstract
Old age people are identified as an important niche for the tourist market and it is included in specific projects of the Tourism Ministry. This is justified by their significance and the increase in the number of elderly people, due to population growth in recent years. At the same time companies that work with the elderly, indicate tourism as an important ally in the physical and social balance of individuals, thus analyzing the cultural tourism as an option for the public, its characteristics and its deep connection with the historical heritage, becoming a source of knowledge and history. Thus, in this article, we chose to examine the relationship between cultural tourism and the third age. To do so, the author of this paper examined a selections of packages offered to senior citizens and sought to demonstrate the potential of cultural tourism as a viable option to the profile of tourism to elderly people. As a result of the analysis of the packages for the elderly, as sold by agencies of the mountain region of Rio Grande do Sul, we find a tendency to promote destinations with thermal waters, although there are options that combine these tours with cultural events. The largest agencies of the

[1] Artigo elaborado dentro da disciplina de Cultura e Turismo, ministrada pelo professor Dr. Rafael José dos Santos, publicado nos Anais do IV EPHTUR – Encontro Paranaense de Pesquisadores de Hotelaria e Turismo, ocorrido em 29 e 30 de maio de 2009.

state capital now have greater diversity of products, which market stronger towards the interests of the elderly, increasing the framework of these trips to the cultural attractions.

Keywords: Cultural tourism. Old age people. Touristic offer.

Introdução

O deslocamento dos indivíduos para atividades de lazer vem desde o Império Romano, tendo passado por um período de recessão durante a Idade Média e ressurgindo com o Renascimento. Entretanto, os praticantes desses deslocamentos eram sempre indivíduos pertencentes às elites. As camadas mais populares passaram a viajar em busca do lazer ou do prazer recentemente. Pode-se dizer que a opção de investir em uma viagem de férias ao invés de comprar um bem tangível como uma residência, por exemplo, é algo que ainda pode provocar estranheza a algumas pessoas. Barretto (2007) chama o fenômeno de "cultura do turismo" e considera a atividade uma manifestação do capitalismo, que vem acompanhado do individualismo e da busca pelo prazer.

A denominada cultura do turismo nasceu justamente da busca da satisfação e do prazer pessoal, valores que surgiram, principalmente, após a primeira metade do século XX. Sendo assim, muitas pessoas que hoje têm mais de 60 anos, foram educadas em um sistema social que não valorizava a satisfação pessoal e priorizava o trabalho e o interesse coletivo, principalmente familiar. Isso, no entanto, não impede as pessoas de mudar. Fromer (2003) destaca que o ser humano é capaz de aprender durante toda a sua vida e todos podem alterar hábitos. Dessa forma, os novos valores impostos pela sociedade de consumo foram incorporados também pelas pessoas de terceira idade, provocando mudanças de comportamento. Estas mudanças podem ser constatadas, por exemplo, pelos índices de pesquisas, os quais mostram que as pessoas de terceira idade estão investindo em viagens. Dentre os levantamentos, pode-se citar uma pesquisa denominada "Panorama da Maturidade", realizada pela Indicator GfK e publicada na revista Isto É Dinheiro (2007), a qual demonstrou que entre os idosos das classes média e média alta, as despesas pessoais com viagens perdem somente para as despesas com remédios. Em média, os idosos gastam 5% da sua renda com viagens. A mesma pesquisa apontava um crescimento na utilização do cartão de crédito pelas pessoas com mais de 60 anos, cerca de 10% do montante movimentado pelos cartões no primeiro semestre de 2007, o que representava R$ 8,4 bilhões.

Além de estar comprovado que os idosos estão investindo em viagens, é um público que tende a aumentar. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE – revelavam que, no ano 2000, a população com mais de 60 anos no país representava quase 15 milhões de pessoas, em torno de 8,6% da população. As projeções feitas pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA, em estudo realizado em 2008 por solicitação do Ministério da Previdência, indicam que em 2040, serão cerca 55 milhões de pessoas com 60 anos ou mais, representando 26,8% da população brasileira, destacando-se como a faixa etária que mais cresce em termos populacionais (ver anexo A). Esse aumento significativo na expectativa de vida do brasileiro reflete as melhorias adquiridas, ao longo das últimas décadas, nas condições de trabalho e o avanço das técnicas médicas e seu acesso a um maior número de pessoas. Como conseqüência, as pessoas estão chegando à terceira idade mais ativas e com mais disposição para viver os anos de aposentadoria.

Geralmente, as pessoas de terceira idade já não fazem parte do mercado de trabalho, são aposentadas. Sendo assim, Araujo (2001); Fromer (2003) e Moletta (1999), salientam que esse fato propicia maior flexibilidade em administrar o tempo livre, um fator extremamente importante tratando-se de viagens e turismo. O turismo tem despertado cada vez mais para esse público, que representa um mercado potencial, em franca expansão, em qualquer época do ano. Essa característica da população de terceira idade constitui-se em um dos argumentos utilizados pelo Ministério do Turismo no Projeto "Viaja Mais Melhor Idade", o qual visa, dentre outras metas, reduzir a sazonalidade, oferecendo preços mais acessíveis a esta faixa da população nos períodos de baixa temporada. Neste artigo faz-se uma análise de algumas opções de pacotes oferecidos para a terceira idade, apontando os principais destinos oferecidos e buscando, especialmente, verificar se as opções disponíveis contemplam o turismo cultural. Além disso, este artigo pretende enfatizar as potencialidades que o turismo cultural pode oferecer ao nicho de mercado denominado terceira idade.

Como metodologia utilizou-se a pesquisa bibliográfica e o envio de questionários, por e-mail, a 15 agências de viagens das cidades de Bento Gonçalves, Garibaldi e Caxias do Sul, com anterior contato telefônico solicitando a permissão para o envio dos questionários, e posteriormente foi feito outro contato telefônico reforçando a importância da devolução dos mesmos. Os questionários foram enviados em outubro de 2008 e continham 4 perguntas simples: Sua agência atende pessoas idosas ou da terceira idade? Qual a representatividade desse público no faturamento da empresa? Quais os destinos ou pacotes mais comercializados

para esse público? Há produtos específicos oferecidos para essas pessoas? Essas perguntas foram elaboradas com vistas a levantar dados que permitissem avaliar os principais destinos oferecidos ao público denominado terceira idade.

Inicialmente, faz-se uma explanação a respeito da terceira idade, seus desafios no mundo atual, os benefícios que a atividade turística pode proporcionar a esta camada da população, e os incentivos governamentais voltados a fomentar a atividade, com ênfase na categoria terceira idade. Em seguida, explica-se o turismo cultural e suas potencialidades no mercado e, por último, analisam-se algumas opções de pacotes turísticos oferecidos à terceira idade.

Terceira idade

A Organização Mundial da Saúde – OMS – considera idosa a pessoa com 60 anos de idade ou mais. Esse critério já foi diferenciado para países desenvolvidos e países em desenvolvimento, porém foi unificado para facilitar cálculos estatísticos. No Brasil, a Lei nº 8.842, de 04 de janeiro de 1994, estabelece em seu Artigo 2º: "Considera-se idoso, para efeitos dessa lei, a pessoa maior de sessenta anos de idade". Entretanto, o termo idoso é pouco utilizado, o próprio Ministério do Turismo utiliza a expressão "melhor idade". Também instituições pioneiras em trabalhos sociais com idosos, como o Serviço Social do Comércio – SESC, utilizam as expressões "melhor idade" ou "terceira idade". A criação de termos alternativos, afirma Fromer (2003), deve-se ao fato de que os termos velhice e idoso remetem a restrição, a perdas. A autora esclarece que a expressão "terceira idade" surgiu na França, na década de 1970, quando foi implantada a "*Universités Du Troisième Age"* (Universidade da Terceira Idade). Estas expressões, segundo Fromer, são desprovidas de preconceitos e remetem a bons momentos, invertendo a noção retrógrada de que o envelhecimento associa-se a doença e senilidade.

Envelhecer pode ser um dos melhores momentos da vida das pessoas. Estudos de institutos de pesquisa do Brasil e do exterior, dentre eles o Instituto de Geografia e Estatística – IBGE e a Organização Mundial da Saúde – OMS, revelam o grande salto da expectativa de vida no último século. Luchese (2008) destaca que as novas tecnologias tornaram mais fáceis o trabalho e a vida doméstica, somando-se a isso, continua o autor (e médico), a humanidade também testemunhou grandes avanços da medicina. Criou-se um ambiente propício para o aumento do número de anos vividos. O aumento da expectativa de vida dos indivíduos, proporcionada pelo progresso anteriormente citado, fez crescer a demanda por instituições de

assistência de saúde e social e, também, fez crescer a preocupação com a qualidade desses anos que sobrevieram, afinal, as pessoas passaram a viver muito mais tempo após a aposentadoria, se comparadas com as gerações que as antecederam.

Parece estranho, mas talvez o grande desafio para o idoso seja o reconhecimento de si próprio como indivíduo socialmente importante, mesmo desprovido de seu papel de trabalhador (Moragas, 1997). Antigamente, ressalta Souza (2005), os avós cuidavam dos netos, transmitiam suas experiências aos mais jovens, sentiam-se parte da sociedade. Porém, nos dias atuais é difícil encontrar algum jovem que, ainda, tenha paciência de ouvir as histórias dos avós ou de aprender algum ofício com eles. Esse fato, em muitos casos, dificulta a adaptação a esta nova fase da vida, de aposentado. Torna-se então indispensável encontrar novos interesses e o lazer, nessa etapa, deve ter tanta importância quanto o trabalho na fase denominada produtiva. Luchese (2008) lembra que as atividades relacionadas com integração são também de fundamental importância para a manutenção da qualidade de vida, pois geralmente proporcionam momentos de alegria e prazer, ingredientes ativos da felicidade.

Na busca pela melhoria da qualidade de vida, surgiram associações e clubes criados por instituições de assistência social, por órgãos municipais ou pelos próprios idosos. Nos encontros promovidos nesses espaços de convivência, são incentivadas atividades de movimento, de contato com a natureza e a valorização de hábitos saudáveis, visando manter o idoso ativo física e mentalmente. Nessas associações também surgiram interesses e possibilidades de organizar atividades de turismo, as quais são, em sua maioria, ligadas a busca de benefícios para a saúde, roteiros religiosos e culturais.

Fromer (2003) ressalta que os encontros nos grupos são importantes aliados na manutenção da saúde física e psicológica dos idosos e que a atividade turística, além de propiciar estes benefícios, ainda representa uma forma de inserção do idoso na sociedade globalizada. Em uma sociedade que ostenta o novo, o jovem, o belo, a vitalidade e o consumo, poder viajar representa fazer parte desse universo de jovialidade, afirma a autora. As atividades turísticas proporcionam aos indivíduos, além do sentimento de inclusão social, atividades compartilhadas que ampliam e diversificam o ambiente social, dando-lhes a possibilidade de expandir seus horizontes, de obter novos conhecimentos e de livrar-se de comportamentos rotineiros.

Mas nem sempre foi assim. O público denominado terceira idade só foi reconhecido como potencial consumidor recentemente e destaca-se por ser um público fiel, interessado e

disposto a novos conhecimentos e experiências. Geralmente, as pessoas de terceira idade valorizam produtos que promovam seu bem estar e satisfaçam suas necessidades. Tolotti (2004) ressalta que diante desses novos comportamentos da sociedade, diante das mudanças de comportamento dos indivíduos dentro de suas famílias, também os mais velhos têm assumido novos papéis e, aos poucos, estão soltando as amarras do preconceito e do estigma. Idosos que vivem sozinhos e adquiriram novas práticas de vida podem ser a nova imagem dos indivíduos de terceira idade. Souza (2005) corrobora essa idéia e afirma que o envelhecimento teve seu significado invertido, hoje representa a idade do lazer. A aposentadoria, segundo a autora, já teve significado de recolhimento e descanso, mas transformou-se em tempo de viajar e de lazer.

A atividade turística comprova esse novo comportamento e tem oferecido opções para pessoas de terceira idade. O mercado turístico foi um dos que despertaram para esse nicho de consumidores, respaldado, inclusive, pelo Governo Federal por meio do programa do Ministério do Turismo "Viaja Mais Melhor Idade". Esse programa apresenta dentre seus objetivos: promover a inclusão social das pessoas com mais de 60 anos; ampliar os conhecimentos a respeito do país; fortalecer e desenvolver atividades de cunho regional; além de ser uma forma de reduzir a sazonalidade enfrentada pelo mercado turístico na baixa temporada.

O Programa "Viaja Mais Melhor Idade" possui um sistema de cadastro das empresas que desejam fazer parte do programa, dentre os segmentos que podem se cadastrar estão: agências de viagem, hotéis, transportadoras turísticas, parques, pousadas, dentre outros.

Embora o Programa "Viaja Mais Melhor Idade" tenha ganho destaque nacionalmente e esteja amplamente amparado pelo Ministério do Turismo, ao serem contatados em busca de dados e estatística a respeito dos segmentos mais procurados por essa faixa etária, não foram obtidas respostas. Por três vezes foram enviadas mensagens de correio eletrônico ao Ministério, apenas uma delas teve retorno, o qual apenas informava que a solicitação da autora seria encaminhada a outro departamento e em alguns dias seria enviada nova mensagem. Porém, não houve retorno, ainda que, a autora tenha enviado mais duas mensagens posteriores a esta. Esse fato salienta um sério problema estatístico que a atividade turística apresenta no Brasil, e até no mundo, a carência de estatísticas confiáveis, o que prejudica o estudo da atividade e as ações de investidores, mas esse é outro assunto.

Pela carência de dados oficiais buscaram-se informações com diretores de agências de viagem, que destacam dentre os destinos mais procurados pelas pessoas de terceira idade: o turismo de saúde (águas termais), o turismo religioso e o turismo cultural. O diretor de uma agência de grande porte de São Paulo, afirma que é um público fiel, que gosta de conhecer e aprender coisas novas. Aroldo Schultz, diretor de capacitação profissional da ABAV – PR, em matéria publicada no site Paraná Online (2008), confirma que entre os destinos mais procurados pela terceira idade estão as regiões serranas, locais onde geralmente são exploradas as características culturais como atrativo; as termas, que em regra atraem os visitantes por seus poderes curativos; e, em nível internacional, destacam-se os santuários religiosos, que podem também ser classificados como turismo cultural, afinal os cultos religiosos estão inclusos em um contexto cultural e não existem desvinculados destes.

Com base nos estudos de Souza (2005), pode-se afirmar que os roteiros para terceira idade estão restritos a algumas poucas opções e a autora enfatiza que os idosos estão cada vez mais bem informados, buscando cursos de informática e acessando a internet, de modo que estão se tornando um público bem informado e ciente das suas necessidades e expectativas. O mercado turístico precisa ampliar a linha de produtos para essa camada da população. Souza (2005) sugere que as agências ofereçam mais opções de interesse histórico-cultural e salienta que este público possui algumas restrições, as quais devem ser observadas. Entretanto, é um público disposto a reviver histórias, a conhecer trajetórias, a valorizar o passado, apenas para citar alguns pontos pertinentes ao turismo cultural.

Na seqüência, segue uma pequena trajetória do interesse humano por outras culturas, os primeiros passos do turismo cultural e como a atividade turística utiliza-se, de maneira cada vez mais intensa nos últimos anos, dos denominados atrativos culturais.

Turismo cultural

O turismo cultural, de acordo com Barretto (2000), pode ser definido como aquele que oferece, como atrativo, marcas e testemunhos de uma sociedade. A procura por outra cultura, por estudos, por conhecimentos e pelas manifestações de outros povos tem impulsionado o deslocamento dos indivíduos desde o Império Romano. Barbosa (2002) relata que os romanos foram os pioneiros nas viagens de prazer e cultura. A paz reinante dentro do Império propiciava segurança ao viajar, além disso, havia também o sistema de moedas e a facilidade da língua. Uma característica marcante dos romanos era o aproveitamento dos conhecimentos das populações dominadas. Com as técnicas de construção aprendidas com os etruscos, por

exemplo, os romanos construíram estradas, pontes e aquedutos. As estradas eram de uso público, destinadas principalmente ao deslocamento das tropas, entretanto podiam ser usadas também pelos viajantes. Os romanos viajavam ao Egito para ver as pirâmides, viajavam a festejos e também para banhos e "spas" de descanso e divertimento.

Após a queda do Império Romano, durante a Idade Média, segundo Salgueiro (2002), os deslocamentos ficaram restritos a questões religiosas: às peregrinações. Entre os séculos XVI e XVIII, o turismo cultural renasceu na Europa com os jovens britânicos, filhos dos nobres, dos comerciantes e dos burgueses que completavam seus estudos por meio de uma viagem pelo continente europeu. O objetivo desse *tour,* segundo Salgueiro (2002), era preparar o jovem para assumir cargos públicos e ser membro da classe dominante. O *Grand Tour* envolvia Paris, Roma, Veneza, Florença e Nápoles cidades consideradas, na época e até os dias atuais, sinônimo de cultura. Neste período, as viagens eram organizadas individualmente, somente no século XIX surgem as primeiras viagens em grupo, propiciadas pelo avanço dos transportes.

Boyer (2003) relata que o surgimento do turismo de grupos deve-se a Thomas Cook, o pioneiro a levar grupos de ingleses ao continente europeu. Também seus destinos estavam centrados nos monumentos e na história dos locais. Posteriormente, passou a levar grupos também para o turismo de lazer à beira mar. No final do século XIX e início do século XX, continua o autor, iniciaram as viagens glamorosas dos transatlânticos, onde a viagem era mais importante que o destino. Por volta da década de 1930, os trabalhadores adquiriram o direito a férias remuneradas, impulsionando as viagens de descanso. Vale lembrar que Boyer refere-se ao contexto europeu, no Brasil o turismo nasceu com outros enfoques.

Barretto (1995) relata que no Brasil o turismo deu seus primeiros passos com a fundação do Touring Club do Brasil, em 1923, no Rio de Janeiro. Até então, segundo a autora, não havia preocupação com a atividade, o próprio Touring iniciou o trabalho de sinalização das estradas e cuidava das informações para os viajantes. Posteriormente, segundo Rejowski (2002), o governo implementou algumas ações isoladas de incentivo à atividade, como a criação da Divisão de Turismo, em 1939, ligada ao Departamento de Imprensa e Propaganda e a regulamentação da atividade das agências de viagem, em 1940. A atividade foi crescendo e despertando a atenção dos governantes pela pujança econômica, tanto que, após a II Guerra Mundial, o turismo passou a ser incentivado por organismos internacionais, dentre eles a Organização das Nações Unidas – ONU, como uma ferramenta para o

crescimento econômico. Esse quadro gerou, em 18 de setembro de 1966, a criação da EMBRATUR. Inicialmente denominada Empresa Brasileira de Turismo tinha como objetivo fomentar a atividade turística no país. A partir de 2003, com a criação do Ministério do Turismo a empresa passou a chamar-se Instituto Brasileiro de Turismo e suas atividades estão direcionadas unicamente a divulgação e promoção do Brasil em âmbito internacional (EMBRATUR, 2007).

Entretanto, as ações desenvolvidas pelo governo brasileiro estavam voltadas unicamente à divulgação e exploração das belezas naturais do país.

O livro EMBRATUR 40 anos, publicado pelo Ministério do Turismo (2007), mostra claramente que o país focalizou suas ações na divulgação das belezas naturais, utilizando o *slogan* de "paraíso tropical" e buscando atrair o público estrangeiro. Após 2003, com a criação do Ministério do Turismo, as políticas públicas de turismo passaram a ter um caráter mais amplo, incluindo ações voltadas ao turismo doméstico e promovendo destinos distintos ao tradicional sol e mar.

Percebe-se, por meio da análise do livro da EMBRATUR, que no Brasil o turismo ainda pode ser considerado uma atividade recente, a qual por muitos anos esteve focada no litoral e na exploração dos recursos naturais. A recente diversificação das ações vem promovendo a utilização de recursos patrimoniais e culturais pela atividade turística, invertendo as práticas predominantes das últimas décadas. De acordo com Silva (2008), esse deslocamento do turismo para o interior, afastando-se do litoral, poderia colaborar para a redistribuição dos recursos gerados pelo turismo, representando incremento financeiro, o qual pode vir a contribuir e viabilizar a preservação do patrimônio.

Chiozzini (2006), em reportagem intitulada "Turismo cultural e educação patrimonial mais próximos", publicada na Revista eletrônica do IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (2006), apresenta dados, divulgados pelo Ministério do Turismo, os quais comprovam que o turismo está mais diversificado. Embora os destinos de sol e mar ainda sejam procurados, o ecoturismo e o turismo aventura aparecem como os dois mais procurados e, o turismo cultural aparece em terceiro lugar dentre as preferências dos turistas nacionais. O autor acrescenta que "pesquisa encomendada pelo Ministério do Turismo revela que esse segmento apresenta um grande potencial de crescimento, pois existe uma demanda concreta, mesmo considerando as carências existentes" (CHIOZZINI, 2006, p.01) Esse dado, prossegue o autor, reflete um trabalho de educação e conscientização da população

com relação à valorização da diversidade cultural e sua importância como elemento constitutivo da identidade das comunidades. Nessa perspectiva, o turismo cultural vem ganhando terreno. Chiozzini (2006) relata, ainda, que parcerias entre o Ministério do Turismo e o IPHAN têm desenvolvido projetos pioneiros em cidades como São Luis do Maranhão e São João Del Rei. Nestes projetos, o turismo surge como opção de preservação e manutenção dos recursos patrimoniais.

Silva (2008) diz que as relações entre turismo e patrimônio são definitivas, que não há como evitá-las. "O patrimônio tornou-se uma componente essencial da indústria turística com implicações econômicas e sociais evidentes" (SILVA, 2008, p. 01). Entretanto, a autora chama atenção para a necessidade de estabelecer normas e regras que viabilizem certa estabilidade nessa relação, de modo a proporcionar rentabilidade econômica e desenvolvimento social às comunidades receptoras.

Embora estejam surgindo ações de preservação e valorização do patrimônio, ainda existem problemas. O patrimônio cultural esbarra nos interesses individuais dos donos do poder. Funari (2006) lembra que, como diriam os romanos, há sempre a pergunta: "quem irá se beneficiar?" Dessa forma os interesses dos governantes e dos governados dificilmente tendem a um ponto comum. Entretanto, para questões de exploração do patrimônio cultural pela atividade turística, ambas as partes precisam estar de acordo, caso contrário, não será possível viabilizar nenhum projeto. Para um melhor entendimento da relação turismo e patrimônio, segue um esclarecimento do que significa patrimônio e de que modo o tema é tratado no Brasil.

Funari (2006) esclarece que a palavra patrimônio geralmente é relacionada ao patrimônio individual. Sua origem etimológica vem do latim *patrimonium* que, para os antigos romanos, significava tudo o que pertence ao pai (sem esquecer que naquela época incluía família e escravos). Para Barretto, patrimônio remete ao "conjunto de bens que uma pessoa ou entidade possuem" (2007).

Barretto (2007) e Funari (2006) enfatizam que, durante muito tempo, era considerado patrimônio somente o que pertencera às elites. Posteriormente, o foco sobre o patrimônio foi ampliado acompanhando a tendência da História, antes contada pelos grandes feitos políticos e a partir da Nova História, relatando todo o contexto social, econômico e geográfico, relacionando estes aos fatos políticos, antes isolados. Dessa forma, a história passou a incluir o cotidiano, e o conceito de

> [...] patrimônio deixou de ser definido pelos prédios que abrigaram reis, condes e marqueses e pelos utensílios a eles pertencentes, passando a ser definido como conjunto de todos os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e forma de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade (BARRETTO, 2000, p. 11).

Entretanto, como salienta Funari (2006), o patrimônio histórico, por sua origem de valorização somente do que fora pertencente às elites, ficou por longo tempo afastado da sociedade, que, por não se reconhecer nele, não lhe dava o devido valor. No Brasil, continua o autor, as primeiras ações de preservação do patrimônio nasceram dentro das políticas nacionalistas adotadas por Getúlio Vargas, em seu governo na década de 1930. Na visão de Vargas, continua o autor, era necessário cultivar a identidade nacional e, para isso, nada melhor que monumentalizar símbolos que representassem a história da nação. Nasceu então o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN, que em suas primeiras ações em defesa do patrimônio incluiu apenas palácios e obras barrocas remanescentes da nossa história oficial. Posteriormente, o SPHAN, passou a denominar-se Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN e, seu leque de bens a serem preservados foi ampliando-se. Por meio do decreto n°3.551/2000, o IPHAN passou considerar patrimônio também os bens imateriais, os quais a partir de então podem obter registro.

A criação do IPHAN deu-se em um momento que o país necessitava reconhecer-se em si mesmo, porém, inicialmente, tentou-se impor uma hegemonia nacional em termos culturais, o que obviamente não obteve sucesso. Afinal, trata-se de um país continente e assim, percebeu-se a importância de valorizar e preservar a diversidade cultural do país. Diversidade esta, que hoje é explorada pela atividade turística no segmento denominado turismo cultural.

O turismo cultural está intimamente ligado ao patrimônio histórico e artístico, seja ele material ou imaterial. Entretanto, cabe ressaltar que um número muito pequeno de bens culturais possui registro. A grande maioria das manifestações culturais exploradas turisticamente, por exemplo, não possui nenhum registro de patrimônio junto ao IPHAN, o que não as desqualifica, apenas ficam mais vulneráveis a sofrer alterações ao longo do tempo, fato natural, que acompanha a evolução das sociedades.

Como ressalta Moletta (2000), os eventos culturais como festas, manifestações religiosas, comemorações e outros acontecimentos que revivem hábitos e costumes das comunidades são um modo de acesso ao patrimônio cultural, à história e à cultura e

representam, hoje, a interação de visitantes e visitados. O turista não está interessado em saber se está diante de um bem tombado ou não, ele está em busca do extraordinário, do diferente e, se possível, da experiência de interagir com esse cenário.

Moletta (2000) acrescenta que o turismo cultural mescla-se com outras denominações, como o turismo rural, o de eventos, o ecológico, o etnográfico, de modo que se torna difícil delimitar exatamente a abrangência de um e de outro. Segundo o Ministério do Turismo, o chamado turismo cultural compreende as atividades relacionadas à vivência do conjunto de elementos que compõem o patrimônio e os eventos histórico-culturais, promovendo a valorização e preservação dos mesmos. Na perspectiva de Menezes (2006), o turismo cultural pode promover e valorizar os bens culturais, como preconiza o Ministério, mas deve, primeiramente, preservar e valorizar a "alma" do lugar e, esta, é constituída pelas pessoas que vivem seu cotidiano naquele espaço geográfico. Muito mais que monumentos arquitetônicos ou festas populares, acrescenta Menezes, o turismo cultural vive da essência, da memória, da história, elementos que dão sentido ao atrativo e incluem a população local no processo turístico.

Moletta (2000) chama atenção para uma característica peculiar do turismo cultural. Segundo a autora, é um segmento que exige tempo, não pode ser feito "correndo", deve propiciar a interação do turista com o local visitado, para que ele possa ter contato com o legado histórico-cultural do local, caso contrário, o turista pode voltar frustrado. E acrescenta que, geralmente, os turistas que optam por roteiros culturais são pessoas exigentes e interessadas em adquirir novos conhecimentos.

Esse perfil do turista cultural encaixa-se nas observações de Moletta (1999) quanto ao perfil dos turistas de terceira idade. A autora salienta que o público de terceira idade busca o contato com pessoas diferentes, com manifestações culturais e religiosas e mais, esse público tem tempo disponível e gosta de interagir com os locais visitados, experienciando cada momento da viagem. Essa opinião é compartilhada por Souza (2005), que sugere o incremento dos roteiros específicos para essa faixa etária por meio de opções culturais.

Turismo cultural e terceira idade: a busca por dados estatísticos

Por ser um público com tempo disponível, as pessoas de terceira idade, como destaca Moletta (2000), geralmente preferem roteiros voltados à busca de conhecimentos e à saúde. Entretanto, a autora deste artigo não encontrou fontes confiáveis de estatísticas que

revelassem os destinos mais procurados pelas pessoas de terceira idade. No caso específico do turismo cultural, conforme o caderno de orientações básicas do Ministério do Turismo, não há, no Brasil, estatísticas que especifiquem qual a principal demanda do turismo cultural. Sabe-se, por relatos de gerentes de agências de viagem, que a terceira idade é um dos segmentos de público que mais buscam atividades de cunho cultural, visto que, são atividades mais tranqüilas, contemplativas e quando sugerem interação, são optativas, de modo que o turista não precisa, necessariamente, participar de toda a atividade, respeitando seu limite físico, o que deve ser considerado no caso do público de terceira idade.

Pesquisa realizada com idosos da cidade São Paulo, denominada "Expectativas de Indivíduos da Terceira Idade em Viagens de Curta Duração", apresentada por Souza, Melo e Widmer no V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – SEMINTUR 2008, revelou um dado interessante: 90% dos idosos gostariam que a viagem, mesmo com outro objetivo principal, proporcionasse passeios a locais de interesse cultural, como visitas a museus, teatros, igrejas e locais semelhantes.

Os dados da pesquisa realizada em São Paulo indicam que as pessoas de terceira idade, conforme descrito anteriormente, estão dispostas a adquirir novos conhecimentos e buscam, por meio da atividade turística, uma forma de aprendizado, de ampliação do seu universo, de contato com culturas diferentes.

Dos 15 questionários enviados com o intuito de buscar subsídios que conduzissem aos objetivos deste estudo, apenas 8 (oito) retornaram, sendo que 3 (três) informaram que este público não era representativo para sua empresas e, outros 5 (cinco) que retornaram e compuseram o *corpus* de análise dos destinos comercializados para as pessoas idosas. Os resultados revelaram que entre os destinos mais comercializados para as pessoas de terceira idade estão: as águas termais, os passeios ecológicos e roteiros religiosos e culturais. Além da confirmação destes resultados, a agência do Serviço Social do Comércio do Rio Grande Sul destacou que a terceira idade é seu principal público, o ano todo, e os destinos oferecidos não são rotulados como específicos para a terceira idade. No entanto, os mais solicitados por esse público são: Aparecida do Norte, Cânions, Espírito Santo, Rio de Janeiro, Pantanal, Bonito (MT), Oktoberfest, Missões Jesuítas, Templo Budista, Farroupilha (Visita ao Santuário de Nossa Senhora Caravaggio), Roteiro Bento Gonçalves (Vale dos Vinhedos, Epopéia Italiana e

Museu do Imigrante). Entrevista[2] com as integrantes do Grupo "Maturidade Ativa" do SESC Bento Gonçalves revelou que, em média, as participantes do grupo fazem duas viagens por ano, sendo uma de maior distância (Aparecida – SP, Bonito – MS) e outra de menor distância. Considerando-se que os pacotes oferecidos pelo SESC variam de R$ 150,00 (cento e cinqüenta reais) a R$ 1400,00 (um mil e quatrocentos reais) e tomando-se a média de duas viagens por ano pode-se concluir que as integrantes do grupo "Maturidade Ativa" gastam entre R$ 500,00 (quinhentos reais) e R$ 1500, 00 (um mil e quinhentos reais) em viagens por ano. Relacionando-se os dados coletados pela autora deste artigo, para sua dissertação, de que a renda dessas pessoas fica entre R$ 750,00 (setecentos e cinqüenta) e R$ 1250,00 (um mil, duzentos e cinqüenta reais) mensais confirma-se o índice médio de 5% investido em viagens apontado pela Indicator GfK e publicado na Isto É Dinheiro.

Prosseguindo o relato dos contatos, uma das agências contatadas informou que seu "carro chefe", em relação ao público de terceira, idade são as águas de Rio Quente, em Goiás, sendo este o único produto que a agência oferece especificamente para esse público. Em outro contato, também tiveram destaque as águas termais, sendo oferecidos os destinos de Piratuba – SC e Marcelino Ramos – RS, neste último, há a interação com o roteiro religioso de visita ao santuário de Nossa Senhora da Salete e a opção de realizar passeio de Maria-Fumaça.

Fica confirmado, por meio das respostas das agências, que ainda são restritas as opções para a terceira idade, embora todas as agências tenham afirmado que seus destinos podem ser consumidos por essa faixa etária. Salvo algumas restrições de turismo aventura ou ecológico de alto risco. Percebe-se, no entanto, uma tendência a roteiros de águas termais com poucas atividades de cunho cultural. Chama atenção a diversidade de roteiros apresentados pela agência do SESC como os mais procurados, percebe-se, por meio deles, que a terceira idade está disposta a viajar e conhecer lugares distintos e as opções de turismo cultural estão dentre as mais solicitadas, comprovando o interesse dessas pessoas de adquirir conhecimentos e fazer parte do mundo globalizado.

Considerações finais

Como se pôde constatar, o mercado tem diante de si um importante segmento quase inexplorado, a população da terceira idade. E o turismo desponta como uma das atividades

[2] A autora deste artigo vem desenvolvendo pesquisas junto ao grupo Maturidade Ativa desde 2006, pesquisas essas que compuseram o Trabalho de Conclusão de Curso e que em 2008 e 2009 foram ampliadas para a dissertação de mestrado.

com maiores possibilidades de se beneficiar com esse público, devido às mudanças de caráter social que influenciaram a transformação do comportamento das pessoas dessa faixa etária. Conforme enfatizado referencial apresentado neste estudo, a aposentadoria deixou de ser sinônimo de reclusão para tornar-se a idade do lazer e da busca por novas amizades. Além disso, por sua disponibilidade de tempo, essa fatia de mercado pode amenizar o problema da sazonalidade enfrentado pela atividade turística. Em contrapartida, a atividade turística também pode oferecer benefícios para a saúde física e psicológica das pessoas de terceira idade, um aspecto até então pouco enfatizado. O interesse do Ministério do Turismo em incentivar ações voltadas a esse público destaca o potencial que esses milhões de consumidores representam, e mais, como relatado na construção deste artigo, é um público que tende a crescer ano a ano, representando o segmento etário que mais cresce e que possui tempo e dinheiro para viajar.

Entretanto, retomando o objetivo deste artigo de analisar as opções oferecidas às pessoas de terceira idade, percebe-se que ainda há uma tendência a destinos de águas termais, embora se observe um crescimento no número de opções que aliam passeios culturais, visitas a museus e outras atividades de cunho cultural aos programas de viagem. As opções de pacotes oferecidos pelo "Viaja Mais Melhor Idade" são bem diversificadas, incluindo desde cidades históricas até destinos de sol e mar. Entretanto, o material de divulgação não apresenta o roteiro e, como já mencionado, os contatos em busca de informações mais específicas advindas do Ministério, a respeito do programa, não obtiveram retorno. Os dados da pesquisa realizada com os idosos da cidade de São Paulo deixam claro que há necessidade de incluir nos roteiros opções culturais, pois os idosos estão buscando roteiros que propiciem novos conhecimentos e o contato com outras culturas. No caso específico da região serrana do Rio Grande do Sul, as agências contatadas ressaltaram que existe grande interesse por parte das pessoas de terceira idade por roteiros culturais, principalmente, por destinos europeus e os destinos religiosos. Contudo, ainda predominam massivamente os destinos de águas termais.

Revendo a finalidade deste estudo, de enfatizar as potencialidades que o turismo cultural representa dentro do nicho de mercado denominado terceira idade, conclui-se que esta modalidade de turismo vem ao encontro das expectativas desse público. Como bem demonstrado pelos autores citados ao longo da construção deste artigo, as pessoas de terceira idade buscam novos conhecimentos, querem conhecer novas formas de vida, possuem tempo disponível para passeios mais tranqüilos e o turismo cultural oferece exatamente essa

possibilidade. Além disso, os roteiros podem incluir atividades de cunho cultural mescladas com outros passeios, por exemplo: uma ida à praia pode incluir a visita a um museu de pescadores ou a participação em algum ritual religioso, pequenas mudanças que podem promover a interação visitante-visitado, dando mais qualidade ao passeio e, ao mesmo tempo, incentivando a manutenção dos costumes do lugar, promovendo, inclusive, a distribuição de renda, se houver um bom planejamento dessa interação.

Dessa forma, conclui-se que a parceria turismo cultural e terceira idade tende a produzir bons frutos, mas é preciso que se desenvolva um trabalho de estruturação dos roteiros para receber essas pessoas que necessitam de alguns itens especiais, como: locais para pequenas pausas em percursos feitos a pé; disponibilidade de água e sanitários; escadas com corrimões; e principalmente, profissionais capacitados para trabalhar com as pessoas idosas, tratando-as com respeito e sem discriminações ou restrições. Esses, dentre outros detalhes poderão garantir o conforto e a segurança desse grupo etário, que embora possua limitações, apresenta-se com grande disposição para novas experiências.

Referências Bibliográficas

ALISKI, Ayr. ***Idosos sobrecarregarão Previdência.*** Jornal do Brasil: Rio de Janeiro: 10/12/2008. Disponível em:

<http://desafios.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=7467> Acesso em: 31/12/2008.

ARAUJO, Cleida Maria Silva. ***Turismo para a terceira idade***: refletindo o futuro. Rev. Turismo: Visão e Ação, ano 3, nº 7, p.09-30, out. 2000/mar. 2001.

BARBOSA, Ycarim Melgaço. ***História das viagens e do turismo***. São Paulo: Aleph, 2002.

BARRETTO, Margarita. ***Manual de iniciação ao estudo do turismo***. Campinas: Papirus, 1995.

BARRETTO, Margarita. ***Cultura e turismo****: discussões contemporâneas*. Campinas, SP: Papirus, 2007.

BOYER, Marc. ***História do turismo de massa***. Bauru: EDUSC, 2003

BRASIL, Ministério do Turismo. ***Turismo cultural**: orientações básicas*. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/> Acesso em: 22/11/2008.

BRASIL Constituição Federal. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br>. Acesso em 13/10/2008.

CHIOZZINI, Daniel. ***Turismo cultural e educação patrimonial mais próximos***. Patrimônio Revista eletrônica do IPHAN nº 3 jan/fev 2006. Disponível em: <http://www.labjor.unicamp.br/patrimonio/materia.php?id=147 > Acesso em: 25/10/2008.

COSTA, Ana Clara. ***A força da idade***. Revista Isto É Dinheiro, 15/08/2007. Disponível em: <http://www.terra.com.br/istoedinheiro/edicoes/516/artigo58352-1.htm> Acesso em: 06/12/2008.

EMBRATUR 40 anos. Ministério do Turismo: Brasília, 2007.

FROMER, Betty. ***Turismo e terceira idade***. 2. Ed. São Paulo: Aleph, 2003

LUCHESE, Fernando. ***Vive mais quem decide ser feliz***. Revista Noi: Bento Gonçalves, nov. 2008.

MENEZES, José Newton Coelho. ***História e turismo cultural***. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MOLETTA, Vânia Florentino. ***Turismo para a terceira idade***. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1999.

MOLETTA, Vânia Florentino. ***Turismo cultural***. 2. Ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000.

REJOWSKI, Miriam. (org.) ***Turismo no percurso do tempo***. São Paulo: Aleph, 2002.

SALGUEIRO, Valéria. ***Grand tour**: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura*. Revista Brasileira de História. Vol.22 n.44, São Paulo, 2002 Disponível em: <www.scielo.br/pdf/rbh/v22n44/14001.pdf>. Acesso em 23/10/2008.

PARANÁ ONLINE. ***Segmento merece produtos específicos***. 2008. Disponível em: <http://www.parana-online.com.br/canal/viagem-e-turismo/news/92897/> Acesso em: 28/10/2008.

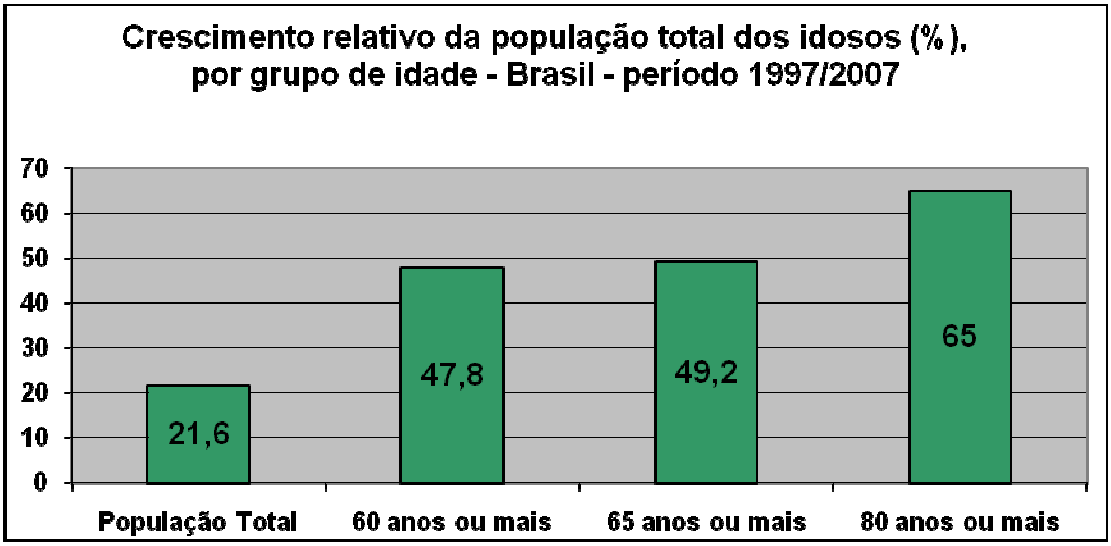
SILVA, Elsa Peralta. ***Patrimônio e identidade**:* Os desafios do turismo cultural. Universidade Técnica de Lisboa. Disponível em: <www.aguaforte.com/antropologia/Peralta.html> Acesso em 25/10/2008.

SOUZA, Heloisa Maria Rodrigues de; SOUZA, Romeu Rodrigues de. ***Terceira idade e turismo***. In. TRIGO, Luis Gonzaga Godói; NETTO, Alexandre Panosso; CARVALHO, Mariana Aldrigui, PIRES, Paulo dos Santos (orgs.). ***Análises regionais e globais do turismo brasileiro***. São Paulo: Roca, 2005.

SOUZA, Heloísa Maria Rodrigues de; MELO, Ana Júlia de Souza; WIDMER, Glória Maria. ***Expectativas de indivíduos da terceira idade em viagens de curta duração***. Trabalho apresentado ao GT "Turismo para Pessoas Especiais" do V Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – Caxias do Sul, 27 e 28 de junho de 2008.

TOLOTTI, Márcia. ***O envelhecer na cultura contemporânea:*** *da literatura ao discurso do idoso.* Caxias do Sul: 2004 Dissertação (Mestrado em Letras e Cultura Regional), Universidade de Caxias do Sul, 2004.

Anexo A – Gráfico do crescimento relativo da população total de idosos.



Fonte: IBGE, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio 1997/2007.

Recebido em 08.07.2009. Aprovado em 26.10.2009.