

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E TURISMO
CURSO DE TURISMO

RENATA GARANITO DE ABREU

TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE:
UM NOVO OLHAR

Niterói
2010

RENATA GARANITO DE ABREU

**TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE:
UM NOVO OLHAR**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de graduação
em Turismo da Universidade Federal
Fluminense como requisito de
avaliação para a obtenção do grau de
Bacharel em Turismo.

D.Sc. Professora Verônica Feder Mayer

Orientadora

**Niterói
2010**

**TURISMO DE EVENTOS ESPOTIVOS NA TERCEIRA IDADE:
UM NOVO OLHAR**

Por

RENATA GARANITO DE ABREU

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de graduação
em Turismo da Universidade Federal
Fluminense como requisito de
avaliação para a obtenção do grau de
Bacharel em Turismo.

D.Sc. Professora Verônica Feder Mayer – Orientadora

Prof. Adonai Teles

Prof. Eduardo Vilela

Niterói, julho de 2010

A meus pais, pelo apoio, incentivo
e confiança.

AGRADECIMENTOS

A Deus, por me dar tantas graças e forças para seguir meu caminho, iluminando minha vida e de minha família

Aos meus pais, Maria do Carmo Garanito de Abreu e Clezio Viegas de Abreu, pelo amor, carinho, apoio e confiança que tiveram ao aceitar e apoiar minhas escolhas.

Ao meu irmão Rômulo Garanito de Abreu pela ajuda na realização das pesquisas deste trabalho, e ao meu irmão, Renan Garanito de Abreu, por me fazer rir.

Ao meu namorado Felipe Nobrega, pelo amor, amizade, compreensão, apoio, cumplicidade.

Aos meus padrinhos Maria de Lourdes Garanito Vieira e Arnaldo Vieira, por serem os anjos da minha família e que contribuíram muito, de forma indireta, para a realização deste trabalho.

As minhas avós, Zilá e Thereza, pelas orações e pelo carinho que sempre tiveram comigo, e aos meus primos Leonardo, Carolina, Fernando e Vanessa pela amizade e pela paciência por ouvirem meus “discursos”.

A professora Verônica Feder Mayer pelo incentivo, motivação, paciência e dedicação, não só na orientação deste trabalho, como em muitos outros momentos.

Aos atletas do AVAT – RJ pela atenção e disponibilidade, principalmente, a senhora Margarida.

“Se não conheço o caminho, Tu
bem o sabes. Isso torna minha
alma tranqüila e cheia de paz. Por
isso é vã minha preocupação e a
angústia que faz pulsar meu

RESUMO

A evolução no quadro populacional mundial e brasileiro indica que a terceira idade é o segmento que apresenta maior índice de crescimento. Isso se deve, principalmente pelo avanço na área da saúde, ciência, tecnologia e infra-estrutura. Acompanhando esse crescimento, percebe-se a mudança da visão em relação ao idoso. As novas imagens rompem o perfil tradicional de sedentarismo e inatividade. Esse trabalho apresenta um estudo do comportamento do turista da terceira idade em relação ao turismo de eventos esportivos, visto que, há uma parcela desse mercado que segue as novas tendências e levam uma vida ativa através da prática de esporte. A metodologia da pesquisa foi qualitativa, na qual foi realizado levantamento bibliográfico e pesquisa de campo com o método conhecido como grupo de foco com amostra de 6 atletas regulares, com idade a partir de 60 anos. Os resultados apontaram que trata-se de um grupo de indivíduos ativos, que buscam no esporte além de melhora na qualidade de vida, a convivência com um grupo social. Os atletas pesquisados viajam com frequência, utilizam a internet para planejar a viagem. Com isso, percebe-se que o segmento específico de atletas idosos, possuem comportamentos contrários a visão geral que se tem sobre o turismo na terceira idade.

Palavras-chave: Turismo de eventos esportivos. Terceira idade. Qualidade de vida. Consumidor na terceira idade.

ABSTRACT

The developments within the world and Brazilian's population indicates that the third age is the thread that has a higher growth rate. This is due, principally, by the progress in health, science, technology and infrastructure. Following this growth, see the change of senior's vision. The new images break the traditional profile of a sedentary lifestyle and inactivity. This paper presents a study of senior tourist behavior in relation to sporting events tourism, since, there is a portion of the market following the new trends and lead an active life through the practice of sport. The research methodology was qualitative with the method known as focus group and in which literature was conducted. The results showed that this is a group of active people, seeking in the sport as well as improvement in quality of life, living with a social group. The athletes surveyed traveling with frequency, using the internet to plan the trip. With this, that the specific segment of the seniors athletes have behavior contrary to general view that senior tourism.

Keywords: Sporting events tourism. Senior. Quality of life. Senior behavior.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
2 TURISMO, LAZER E TURISMO DE EVENTOS: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
2.1 TURISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS	13
2.2 TURISMO E LAZER	17
2.3 TURISMO DE EVENTOS	19
3 ESPORTE E TURISMO	24
3.1 EVENTOS ESPORTIVOS	26
3.2 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS.....	29
3.3 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NO BRASIL.....	32
4 TERCEIRA IDADE E TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS	34
4.1 TERCEIRA IDADE: CARACTERIZAÇÃO.....	34
4.2 ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO MUNDIAL E BRASILEIRA.....	40
4.3 NOVAS PERSPECTIVAS PARA A TERCEIRA IDADE.....	43
4.4 O CONSUMIDOR DA TERCEIRA IDADE	46
4.5 MOTIVAÇÕES PARA VIAJAR E PARA PRATICAR ESPORTES.....	52
4.5.1 Motivação para viajar.....	52
4.5.2 Motivação para prática de atividades físicas	54
4.6 TURISMO, ESPORTE E LAZER NA TERCEIRA IDADE	55
4.6.1 ATIVIDADE FÍSICA NA TERCEIRA IDADE	56
4.6.2 HISTÓRICO DE ASSOCIAÇÕES <i>MASTER</i> NO BRASIL.....	59
4.6.3 EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE	61
4.6.4 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE	64

5 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE: PESQUISA DE CAMPO	66
5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	66
5.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	67
5.2.1 Motivação para prática de esporte.....	67
5.2.2 Freqüência da prática esportiva.....	69
5.2.3 Freqüência de participação de eventos esportivos.....	69
5.2.4 Motivação para viajar e para participar de eventos esportivos	70
5.2.5 Interesse no turismo local e gasto médio nas viagens	71
5.2.6 Tempo de permanência.....	72
5.2.7 Acompanhante nas viagens.....	74
5.2.8 Patrocínios.....	74
5.2.9 Discussão	75
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	76
REFERÊNCIAS	79
ANEXO A.....	85
ANEXO B.....	88
APÊNDICE A	92

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho consiste em um estudo sobre o turismo de eventos esportivos na terceira idade. Pretende-se também reconhecer as principais motivações desse público tanto para viajar quanto para a prática de atividades físicas.

Observando a evolução dos dados demográficos da população mundial ao longo do tempo, percebe-se que a terceira idade é o segmento que mais cresce no mundo. Prevê-se que, em 2050, uma em cada cinco pessoas terão sessenta anos ou mais. O Brasil, em 2008, tinha 21 milhões de pessoas nessa faixa etária, superando a população idosa de diversos países europeus, como a França, a Inglaterra e a Itália.

Esse aumento da longevidade da sociedade contemporânea está associado à evolução da ciência, da tecnologia e ao avanço na área da saúde aliada à infraestrutura adequada, como por exemplo, saneamento básico. O aumento da vida pós-trabalho se apresenta como uma possibilidade para os idosos aproveitarem de maneira mais extensa e com melhor qualidade o seu tempo livre.

A imagem tradicional do idoso sedentário, inativo está sendo modificada com o auxílio de diversas áreas do conhecimento como a gerontologia e a geriatria que pesquisam a respeito dos aspectos físicos, biológicos, psíquicos, emocionais e sociais do organismo em idade avançada.

Parte dos indivíduos da terceira idade está cada vez mais preocupado com a manutenção da saúde e melhor qualidade de vida e buscam na prática de atividades físicas regulares a conservação da saúde física. Além disso, a convivência com um grupo social que essas atividades proporcionam, auxiliam os idosos a evitarem a depressão e ao isolamento psíquico que acontece muitas vezes no momento da aposentadoria. Dessa forma, o esporte e o turismo se apresentam como ótimas opção de lazer para esse segmento nessa fase de sua vida.

De acordo com estudos da Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV, 2005) esse público já representa entre 16% e 35% dos clientes ativos das

empresas do setor turístico. O estudo do comportamento do consumidor do turismo da terceira idade aponta para novas tendências nesse mercado, como por exemplo, a crescente procura do grupo da terceira idade por intercâmbio ou pelo turismo de eventos esportivos, o qual o indivíduo se desloca para um local fora de seu entorno habitual com o intuito de participar de competições esportivas.

A escolha deste tema justifica-se pelo interesse pessoal pela área do comportamento do consumidor e por observar as tendências de mercado voltadas para o segmento da terceira idade que possui uma vida ativa, que viaja e pratica esportes.

Esse trabalho teve por objetivo, investigar o consumidor de turismo de eventos esportivos na terceira idade. Os objetivos específicos foram: conhecer a importância do segmento da terceira idade para o turismo; analisar como se configura o turismo de eventos esportivos para atletas mais de 60 anos; analisar as tendências que impulsionam este mercado.

Como metodologia, realizou-se uma pesquisa exploratória, composta por levantamento bibliográfico e pesquisa de campo de natureza qualitativa. Foi utilizado o método conhecido como grupo de foco, com seis atletas regulares com idade acima de 60 anos. A análise das respostas foi feita tendo como base o referencial teórico pesquisado.

No primeiro capítulo, apresenta-se uma fundamentação teórica a respeito do turismo e a evolução dos seus conceitos sob variadas óticas. Discute-se também a questão do lazer, a evolução de seu significado e como ele se torna um fator social importante a partir da Revolução Industrial. O turismo de eventos é apresentado como uma forma de minimizar os impactos negativos da sazonalidade turística e como ele é capaz de modificar a imagem da localidade em que é realizado.

O capítulo seguinte aborda a história e evolução do esporte, os eventos esportivos como valioso segmento do lazer, visto que, as estimativas indicam um crescimento de 7% ao ano nas receitas diretas no setor de entretenimento esportivo, em 2003. Os benefícios do turismo de eventos esportivos para a economia local e o panorama desse segmento no Brasil.

No capítulo posterior, caracteriza-se a terceira idade, apresenta dados da evolução do quadro populacional mundial e brasileiro e expõe as novas tendências

para esse segmento. Em seguida, analisa-se o consumidor da terceira idade, bem como suas motivações para viajar e para praticar esporte. Finalmente, apresenta-se um breve histórico das associações *masters* no Brasil; os eventos esportivos voltados para a terceira idade e o turismo de eventos esportivos para esse segmento.

Por último, analisa-se e discute-se os resultados obtidos com a pesquisa de campo. Expondo-se algumas características de consumo, motivações e tendência do público pertencente a terceira idade e como o setor de turismo de eventos esportivos voltados para esse segmento pode minimizar os impactos da sazonalidade turística.

2 TURISMO, LAZER E TURISMO DE EVENTOS: FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Desde a antiguidade, as viagens sempre estiveram presentes na vida do homem, a exemplo dos povos nômades, que se deslocavam de um lugar para outro em busca de proteção e sobrevivência. Com o passar do tempo essa atividade foi se estruturando, passando a ser conceituada por estudiosos de diversas áreas do conhecimento.

Neste capítulo, será discutido a evolução dos conceitos do turismo sob diferentes pontos de vista. Num segundo momento, será apresentada a modificação do significado de lazer e de como o turismo se torna uma de suas opções.

O turismo de eventos aparece como um segmento de mercado capaz de atrair turistas, gerar tributos, impostos, além de empregos diretos e indiretos ao local de sua realização, servindo, portanto como um dos focos do estudo.

2.1 TURISMO: ASPECTOS CONCEITUAIS

O homem tem realizado viagens por diversas razões, seja por comércio, esportes, eventos ou lazer. As características do mundo atual – facilidades, segurança e rapidez nos transportes e novas tecnologias – estimulam o crescente deslocamento de turistas para variados destinos (ANSARAH, 2000).

Ansarah (2000) continua argumentando que se pode considerar a atividade turística como um “agrupamento de setores” que se complementam. Com isso, é complicado definir o turismo, como setor da economia, de maneira uniforme, pois é uma atividade que se desenvolve diretamente por diversos setores da economia e indiretamente por todos os demais setores.

Os termos “Turismo” e “Turista” possuem a mesma origem francesa “*tour*” e foi empregada pela primeira vez na Inglaterra, em 1760, na expressão “*to make a tour*”, o radical vem do latim “*tornus, tornare*” que significam giro, volta, viagem ou

movimento de sair e retornar ao ponto de partida (ANDRADE, 2002 *apud* BACHA *et al.*, 2007).

Em 1910, Herman von Schullern, economista austríaco, teria sido o primeiro a conceituar o turismo sob uma perspectiva empresarial e econômica (BENI, 2006). O turismo seria na definição do economista “a soma das operações, especialmente as de natureza econômica, diretamente relacionadas com a entrada, permanência e deslocamento de estrangeiros para dentro e fora de um país, cidade ou região” (BENI, 2006, p. 34). Essa seria o marco inicial para compreensão e delimitação da atividade turística. No entanto, se restringe aos conceitos de deslocamento e permanência, excluindo a natureza do deslocamento. (MORETTO NETO; SCHMITT, 2008)

Para Andrade (2000 *apud* SENFFT, 2004, p.73):

O turismo, segundo o sentido atual do termo, teve seus princípios comprovados como turismo desportivo, na Grécia Antiga, no ano 776 antes de Cristo, com a realização dos primeiros Jogos Olímpicos, que, embora de natureza religiosa em homenagem a Júpiter, apresentavam como seu ponto mais alto as várias competições atléticas. Esse tipo de evento acontecia, periodicamente, a cada quatro anos.

Uma das primeiras definições sobre turismo foi dada, em 1942, pelos suíços Hunziker e Kraft: “a soma dos fenômenos e das relações resultantes da viagem e da permanência de não-residentes, na medida em que não leva à residência permanente e não está relacionada a nenhuma atividade remunerada”. Essa definição teve grande aceitação pelos especialistas e foi adotada pela Associação Internacional dos Experts Científicos em Turismo (Aiest). (ANSARAH, 2000, p.18).

Segundo Silva (2006, *apud* BACHA *et al.*, 2007) o desenvolvimento do conceito de turismo se deu, a partir da segunda guerra mundial, quando se percebeu que era benéfico sair de férias pelo fato de haver renovação pessoal. Visto que, no início do processo de industrialização do mundo contemporâneo não existiam férias remuneradas.

Trigo (1996, *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008) argumenta que nas sociedades pós-industriais o turismo, assim como, o lazer, a cultura, as artes, o esporte e a preocupação com a qualidade de vida, foi se desenvolvendo, adquirindo espaço nos

meios de comunicação, nas atividades internacionais, no interesse e no cotidiano das pessoas.

O significado do lazer muda na sociedade moderna, ele passa a ser considerado como uma necessidade, como uma nova atividade produtiva que gera um novo espaço e uma nova utilização desse espaço. Atualmente, as pessoas viajam não para usar de seu tempo livre, mas para ter acesso a informação, lazer, cultura, atualização e *status*. Está mais associado à busca do espaço do que ao tempo livre. (OLIVEIRA, 2006 *apud* BACHA *et al.*, 2007)

À medida que a relação do local com o mundo se expandiu, o significado de fazer turismo também se transformou. Nos conceitos atuais é muito mais do que uma possibilidade de fazer recreação. O proletariado, beneficiado pelo progresso dos transportes, fez aumentar o número de pessoas que viajavam por prazer. Origina-se assim, o turismo de massa, que foi estimulado pelo aumento do tempo livre, pelos grandes avanços tecnológicos dos transportes e das comunicações. Viajar torna-se mais acessível a um número crescente de pessoas, deixando de ser um privilégio da classe mais abastada e sinal de *status*. (BACHA *et al.*, 2007)

De acordo com Schreiner (2004 *apud* BACHA *et al.*, 2007) o turismo passou a ter importância econômica somente a partir da década de 1960. Ansarah (2000, p. 11) complementa a idéia dizendo que desde então essa atividade tem apresentado crescimento “progressivo e vinculado aos incrementos de renda dos habitantes dos países demandantes, ou os de maior riqueza. Para os ofertantes, as conseqüências econômicas dessa atividade têm sido uma autêntica alavanca de desenvolvimento”.

A Empresa Brasileira de Turismo (EMBRATUR) define o turismo como uma atividade econômica representada pela compra e venda de serviços turístico, estabelecida entre os agentes econômicos do turismo. Acrescenta que o turismo é “uma indústria que processa recursos naturais, culturais e humanos sem desgastá-los, de forma articulada e planejada, com a missão de atender os sonhos do turista e principalmente promover o desenvolvimento sustentável local” (BACHA *et al.*, 2007, p.4).

Schreiner (2004) parte da premissa que o turismo é uma indústria, pois é um setor com atividades heterogêneas que atuam em conjunto para possibilitar e viabilizar uma viagem. Para Batista (1997) a viagem tem caráter fundamentalmente

econômico, visto que, ela é viabilizada por diversos agentes empresariais e institucionais (BACHA *et al.*, 2007).

A atividade turística é vista, freqüentemente, pelo seu aspecto econômico, esquecendo-se que ela possui uma importante função social. O turismo não deve ser visto somente como fuga da realidade ou procura do prazer. “Sua prática estimula novos olhares, novas perspectivas, novos valores e compreensão nas relações com o outro” (SOUZA, 2006, p.3).

Segundo Barreto (1998 *apud* ANSARAH, 2000, p.19):

Embora ainda alguns círculos, principalmente leigos, vejam o turismo apenas como a “indústria de viagens de prazer”, trata-se de algo mais complexo do que um simples negócio ou comércio [...] o turismo é um amálgama de fenômenos e relações, fenômenos estes que surgem por causa do movimento de pessoas e sua permanência em vários destinos. Há no turismo um elemento dinâmico – a viagem – e um elemento estático – a estada.

Para Beni (2003, *apud* MORETTO NETO; SCHMITT, 2008, p.3) “o turismo é um fenômeno eminentemente social e tem como elementos os turistas, os trabalhadores e o grupo estável receptor composto pela comunidade local”. O turismo pode desenvolver dada região em níveis social, cultural e político. “As atividades originadas fazem gerar efeitos sobre o meio ambiente, e o desenvolvimento do turismo está bastante relacionado com a transformação do território”. (MORETTO NETO; SCHMITT, 2008, p.3)

Em 1994, a Organização Mundial do Turismo (OMT *apud* ANSARAH, 2000, p.20) adota uma definição que formaliza todos os aspectos da atividade turística: “O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares distintos ao de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios e outros”. Em 1995, a OMT entende como entorno habitual “uma certa área ao redor de seu lugar de residência acrescida de todos aqueles lugares que visita freqüentemente”. (OMT, 1994 *apud* ANSARAH, 2000, p.20).

Desse modo, seja no entorno habitual ou em uma dada região, haverá sempre ao lado do turismo a procura e o desejo pelas formas de lazer.

2.2 TURISMO E LAZER

O termo lazer sempre foi utilizado de forma vaga por seus precursores – Aristóteles, Santo Agostinho, Lafargue, Veblen, Riesman, Friedman, Cailliois, mas relacionado a outros termos como ócio, recreação, lúdico, tempo livre, trazendo consigo o valor de bem-estar, de prazer (CAMARGO, 2000). Marcellino (2006, p.3) complementa a idéia dizendo que o “ócio, foi motivo de preocupação para uma série de nomes da Filosofia Social. Mas, é a partir do advento as chamada “sociedade industrial”, que a importância do lazer foi ganhando terreno, na produção dos pensadores sociais do século XIX”.

De acordo com Camargo (2000, p.236), os gregos teriam sido os primeiros a criar um tempo social – *scholé* – “que acabou constituindo uma referência mítica de uma sociedade na qual os homens trabalhassem pouco e utilizassem todo o seu tempo livre para entreter-se da forma mais nobre possível – desenvolvendo seu corpo e espírito”. Segundo Barreto (2003, p.59), o *otium* (ócio), “para os gregos era uma atividade exercida pela classe dominante, os cidadãos; atividade porque implicava pensar, entre outras coisas, para dirigir os rumos da sociedade”

No entanto, é preciso distinguir o ócio grego do lazer contemporâneo. Essa diferenciação se faz necessária à medida que a literatura do turismo é proveniente de diversos idiomas: o francês *loisir*, o inglês *leisure* e o português *lazer* aparecem nos livros em espanhol como *ócio*. (BARRETO, 2003)

No século XVIII, o conceito “lazer” não existia, “o ócio era um atributo de classe e não uma divisão de tempo de todas as pessoas” (BARRETO, 2003, p.59). Havia duas classes sociais, uma que trabalhava e outra que não trabalhava. Não se fazia divisão entre tempo/local de trabalho e tempo/local de lazer. A classe trabalhadora exercia suas atividades em sua casa e terra. Já a classe dos senhores constituía a classe ociosa:

[...] aquela que gastava seu tempo em atividades não-produtivas, porque entendia que o trabalho era indigno e porque devia demonstrar a todos que tinha dinheiro suficiente para poder viver sem nada produzir. O tempo era gasto de forma conspícua na aquisição de talentos eruditos (música, declamação etc.), de conhecimentos vários que podiam ou não ser de utilidades (conhecimento de línguas mortas, por exemplo) e em atividades

improdutivas que permitisse trazer alguma prova material (por exemplo, caçar e trazer os troféus, viajar e trazer lembranças). O dinheiro era gasto ostensivamente em futilidades e prazeres, no que Veblen chamou de consumo conspícuo (cf. Veblen 1987, pp24-45). Esta classe social não precisava e não devia trabalhar, portanto a ela não se aplicava o conceito de lazer. (BARRETO, 2003, p.60)

Com a Revolução Industrial, na Inglaterra no século XVIII, mudanças aconteceram, uma delas foi a migração de pessoas das áreas rurais para os centros urbanos-industriais. Nos anos de 1750 a 1850 a população aumentou significativamente, passando de 5 milhões para 25 milhões. Outra mudança foi na forma de como o ócio era visto, em parte pela propagação da reforma protestante que propagava o trabalho como virtude. (BARRETO, 2003)

A conseqüente concentração de riquezas nos centros urbanos fez surgir uma nova classe de ricos: comerciantes, financistas, banqueiros; “era a primeira vez na história que homens tornavam-se ricos sem necessariamente possuir terra. Estas pessoas foram as primeiras a pensar numa atividade recreativa para fazer em seus momentos de não trabalho [...]” (Barreto, 2003, p.61).

Barreto (2003) explica que, além disso, a Revolução Industrial originou a produção de bens de consumo em série. Então era preciso ter um mercado consumidor para estes bens e com isso, permitir às pessoas tempo para consumir seu salário, para dessa forma movimentar a economia.

Mas esse processo como afirma Marcellino (2006) não foi nem simples nem rápido. Foi na Europa que surgiu o primeiro “manifesto” em favor do lazer dos operários - as condições de trabalho nas indústrias não respeitavam o mínimo de dignidade ao ser humano. O militante socialista Lafargue publica em 1880 o clássico *O Direito à Preguiça*. No entanto, foi somente nas primeiras décadas do século XX que se desenvolveu um estudo sistemático do lazer, tanto na Europa, quanto nos Estados Unidos.

De acordo com Marcellino (2006), há uma diferença de pelo menos 50 anos no desenvolvimento de pesquisa sobre lazer na Europa e no Brasil. No primeiro, o contexto do processo industrial foi o que propiciou o interesse pelo assunto. Enquanto que no segundo, embora existindo a mesma relação, o tema se encontra mais relacionado à urbanização da vida nas grandes cidades.

Para Dumazedier, (1976 *apud* PAIVA, 2005, p.35) o lazer “abrange todas as ocupações às quais o indivíduo pode se dedicar, após se desobrigar das suas tarefas familiares, profissionais e sociais. A condição de liberdade de optar pelo que fazer seria inerente ao lazer”

Como dito anteriormente, apenas no final do século XVIII que surge um conceito de lazer. Ele se torna uma necessidade, principalmente para recompor a força de trabalho, e, posteriormente se tornará um bem de consumo. Visto que, serão implementados equipamentos e atividades específicas para direcionar o lazer e terá um mercado de consumo para este. E é nesse panorama, em que o turismo será uma das opções. (BARRETO, 2000)

No entanto, para que haja consumo de turismo e lazer, é preciso que as pessoas tenham realizado todas as suas necessidades vitais. Do ponto de vista econômico, o consumo de turismo só é possível depois que todo o orçamento foi contemplado.

De acordo com Acerenza (1991 *apud* BARRETO, 2003) na atual civilização ocidental, o tempo também segue uma hierarquia de necessidades, e o turismo como forma de lazer acontece dentro do tempo livre. Segundo o autor, a divisão do tempo pode ser feita da seguinte forma: 1) tempo de vida natural, o biológico; 2) tempo de trabalho; 3) tempo dedicado a obrigações familiares e sociais; 4) tempo livre, que, por sua vez, divide-se em: de fim de jornada, de fim de semana e de férias.

Assim, são múltiplos os motivos que impulsionam as pessoas a procurar novas experiências em lugares diferentes ou formas diversificadas de lazer. Daí os vários segmentos do turismo, dentre os quais encontra-se o turismo de eventos.

2.3 TURISMO DE EVENTOS

Eventos são encontros realizados por empresas ou grupo de pessoas em um lugar determinado e data pré-definida, pode ter como objetivo a celebração de acontecimentos importantes e significativos ou ser de natureza comercial, cultural, esportiva, social, familiar, religiosa, científica, entre outros (ZANELA, 2004, *apud*

CEZARIO; VERONEZ, 2009). Besen e Moretto Neto (2005) afirmam que, geralmente, são acontecimentos não rotineiros.

Para M. Neto (1999 *apud* BESEN; MORETTO NETO, 2005) se um evento for marcante e bem-sucedido ele se torna notícia. É importante observar que atualmente as empresas utilizam-se dos eventos para ampliar e se aproximar de seu público-alvo, com o objetivo de estabelecerem experiências com o produto e com a marca (KOTLER, KELLER, 2006 *apud* CEZARIO; VERONEZ, 2009). É a partir dessa premissa que se justifica o crescente investimento das empresas em eventos, desta forma, conseguem transportar suas mensagens mercadológicas, fazendo uso de lazer e do entretenimento, visto que nesses momentos, as pessoas vivenciam experiências e são sensibilizadas de forma atraente e inusitada.

Nesse mesmo contexto, Ansarah (2000, p.75) comenta sobre a realização de eventos em uma localidade:

Organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma de os países promoverem sua imagem, de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã. A captação ou promoção de eventos no mundo vêm sendo considerada o setor que mais retorno econômico e social oferece ao país e a cidade que sedia o evento [...]

De acordo com o estudo do dimensionamento do setor de eventos no Brasil, realizado pelo Conventions & Visitors Bureaux em parceria com Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e Consultoria Turística Integrada em 2001, a tipologia de eventos comumente adotada no mercado é a seguinte: congressos; feiras comerciais; exposições e leilões; convenções; reuniões; eventos esportivos; eventos sócio-culturais; eventos mistos: quando ocorrem dois ou mais tipos diferentes de eventos em um só.

O estudo fornece ainda, dados relevantes para a compreensão dos eventos como fundamentais para a dinâmica da economia da localidade que o sedia. Apresentam uma média de 24,2 empregados fixos e 386,6 empregados temporários, resultando em 410,8 empregos diretos por empresa/entidade. As estimativas apontam que em média 67,2% dos participantes dos eventos são pessoas residentes no próprio local dos mesmos. Dessa forma, os turistas representam 32,8% do total de participantes. Em relação ao gasto médio dos participantes,

estima-se em R\$325,27 *per capita*, equivalente a cerca de US\$156,82. Considera-se que em média 43,2% dos gastos de participantes destinam-se à hospedagem, 30,9% ao transporte e 21,3% à alimentação. Absorvendo 15,7% da despesa total, evidencia-se o impacto dos eventos sobre a infra-estrutura turística receptiva local.

Todos os tipos de eventos podem promover o turismo nos locais em que são realizados, seja no âmbito regional, nacional e internacional, isto porque há o deslocamento de pessoas para as localidades (CEZARIO; VERONEZ, 2009). Para Ansarah (2000) o evento possui um potencial indutor turístico, reduz a sazonalidade, contribui para desenvolver uma imagem positiva da cidade-sede, gera emprego e renda, propicia o ingresso de divisas para o país, estado ou cidade.

Segundo a definição de Brito e Fontes (2002 *apud* CEZARIO; VERONEZ, 2009, p.1) o turismo de eventos é:

um segmento do turismo que cuida de vários tipos de eventos que se realizam dentro de um universo amplo e diversificado, refletindo o esforço mercadológico das diversas áreas da saúde, cultural, econômica, jurídica, artística, esportiva e comercial. O evento proporciona ao grupo a troca de informações, a atualização, a tecnologia, o debate de novas proposições, o lançamento de um produto contribuindo para a geração e o fortalecimento das relações sociais, industriais, culturais e comerciais, ao mesmo tempo em que são gerados fluxos de deslocamento e visitação.

De acordo com Ansarah (2000) essa modalidade de turismo é realizada com interesse profissional e cultural por meio de seminários, feiras, congressos, encontros culturais, convenções, reuniões internacionais, competições esportivas e é uma das atividades econômicas que mais crescem atualmente no mundo.

Kotler (1994) afirma que por conta dos benefícios que os eventos podem gerar, a concorrência para a captação de eventos está cada vez mais acirrada. Com isso, as localidades devem definir os segmentos de turistas que almejam alcançar. A infra-estrutura do destino também deve ser adequada, deve haver o investimento em serviços públicos – segurança pública, trânsito, assistência médica, saneamento básico, limpeza urbana, investimento em aeroportos, centros de convenções e instalações turísticas.

O crescimento do turismo de eventos causa impactos na economia local: o desenvolvimento setorial, intersetorial e regional; a redistribuição de renda; geração

de empregos e de tributos; a influência na balança de pagamentos. (FIGUEROA 1985 *apud* BESEN; MORETTO NETO, 2009).

O Estudo de Mercado do setor de Turismo de Eventos e Negócios do Distrito Federal (2005) ressalta outros benefícios gerados por esse mercado: o gasto médio do turista de eventos e o tempo de permanência no destino são bem maiores (em média três vezes) do que os de turistas de lazer; a cidade sede se torna em um pólo de debates técnico-científicos ou sociais, ganhando atenção da mídia, gerando publicidade gratuita, influenciando positivamente novos turistas. Há uma melhora na qualidade de vida da população (desenvolvimento socioeconômico). Tais transformações contribuem para o equilíbrio socioeconômico das localidades.

Ainda de acordo com o estudo, em pesquisas realizadas pela OMT, dos 3,4 trilhões gerados anualmente em todo mundo pelo setor de turismo, 850 bilhões provêm do Turismo de Eventos e Negócio, com taxa de crescimento anual de cerca de 30%.

O plano de negócios do centro de convenções Riocentro no Rio de Janeiro (2002) fornece dados de mercado em relação ao turismo de eventos no Brasil e no estado. No país, segundo o plano, estima-se que são realizados, aproximadamente, 330 mil eventos de todos os tipos, com a participação de 79,9 milhões de pessoas. A geração de receitas provenientes dos gastos dos participantes, receita das locações e das empresas organizadoras atinge um total de R\$ 37 bilhões, equivalente a 3,1 por cento do PIB. São gerados cerca de 3 milhões de empregos diretos e indiretos. Os participantes de feiras e eventos proporcionam um gasto médio diário de R\$ 392,05 com estada média de 2,6 dias.

Em se tratando de Rio de Janeiro, o total de eventos realizados por ano gira em torno de 68 mil (Tabela 1).

Tabela 1: Dados de mercado do turismo de eventos no Rio de Janeiro

Total de participantes	14,8 milhões
Total de gastos	R\$ 4,8 bilhões
Total de impostos gerados	R\$ 2,2 bilhões
Total de tributos gerados	R\$ 519 milhões
Total de empregos direto e indiretos	135.446

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Plano de Negócios do Riocentro (2002)

É importante destacar, com base na Tabela 1, o número de empregos diretos e indiretos gerados, assim como o total de impostos e de tributos advindos dessa atividade. Esses dados mostram a importância e o impacto positivo que o turismo de eventos pode proporcionar para a economia da localidade que investir nesse setor.

3 ESPORTE E TURISMO

O esporte contemporâneo é considerado um dos maiores fenômenos sociais do século XX (BARBERO, 1993; BROHM, 1993; ELIAS ; DUNNING, 1992 *apud* RUBIO, 2002). No entanto, os primeiros tipos de atividades físicas praticadas foram pelos primatas, quando o ser humano fugia de animais predadores ou quando iam a busca da caça para sobrevivência, os exercícios executados pelo homem eram involuntários.

Acredita-se que os gregos e os persas foram os pioneiros na prática de esportes. Por volta do ano 2.700 a.C. surgiu entre os egípcios a luta corpo a corpo e com espadas com fins militares. Durante os séculos XI, XII e XIII as cruzadas realizadas pela Igreja exigiam um preparo militar realizado por meio de exercícios físicos – luta, manejo de arco e flecha, escalada, corrida e saltos (RG-NUTRI, 2010).

Com sede na cidade de Olímpia, o Festival Olímpico, evento de caráter religioso em homenagem a Zeus – deus supremo da mitologia grega – era um acontecimento muito antigo. Somente a partir de 776 a.C. passou a se fazer registro dos vencedores das modalidades esportivas, data em que foram fundados os Jogos Olímpicos. Porém, alguns estudiosos afirmam que as primeiras olimpíadas tenham acontecido antes dessa data. (HISTÓRIANET, 2000)

Segundo Bennett (1965 *apud* MARQUES et al. 2009) o termo esporte foi utilizado pela primeira vez no século XIII na França como *desport*, na Itália como *disporto* e mais tarde na Inglaterra como *sport*, era empregado para designar atividades com características de entretenimento, prazer e divertimento.

De acordo com Betti (1997 *apud* MARQUES et al. 2009, p.3) “o esporte sistematizado, da forma como é conhecido hoje, teve sua origem entre os séculos XVIII e XIX na Europa, advindo das grandes transformações produzidas pela

revolução industrial.” Nesse período, com a influência do capitalismo, os jogos passaram de momentos de lazer para eventos com estruturas definidas, com ênfase em resultado. Dessa forma, a prática de esportes passou dos simples campeonatos para as confederações esportivas.

A partir do século XX o esporte, que era restrito a Europa, ganha espaço em outros continentes. O esporte moderno se torna um fenômeno de expansão cultural, resultado de sua popularização e transformações em suas práticas e consumo. (GEBARA, 2002 *apud* MARQUES et al. 2009)

Para Marchi Jr (2002, *apud* MARQUES et al. 2009, p.3):

Atualmente, o esporte pode ser considerado como uma das manifestações culturais que mais tem apresentado transformações, tanto de ordem técnica quanto referentes à forma de exposição e absorção pela sociedade. Então, a partir destas considerações, subte-se que o esporte é um fenômeno social em constituição, cujas práticas esportivas refletem continuidades e rupturas que caracterizam a expansão de suas fronteiras e o afirmam como objeto passível de interpretações à luz de diferentes teorias e propostas metodológicas.

Os esportes na atualidade podem ser divididos em três segmentos de acordo com dimensões sociais (TUBINO, 2001 *apud* MARQUES et al. 2009):

- Esporte-participação: objetiva a integração de povos, a inclusão de diversos grupos na prática esportiva visando a interação e o lúdico;
- Esporte-performance: busca-se resultados, passando a ser seletivo, selecionando apenas os mais aptos, tem como principal característica o rendimento e as conquistas de competições;
- Esporte-educacional: é praticado nos sistemas de ensino e em formas assistemáticas de educação, evitando seletividade e hipercompetitividade.

O esporte pode representar um coadjuvante fundamental no processo de formação de atitudes, sejam positivas sejam negativas, dependendo das simbologias e dos valores que são empregados em sua prática. Destaca-se a importância “do estímulo das atividades esportivas que enfocam a cooperação, pois a mesma gera possibilidades de formação de seres íntegros, equilibrados, alegres, solidários, criativos, críticos cientes de suas qualidades e dificuldades, (...), sensíveis ao coletivo” (GÁSPARI; SCHWARTZ, 2001 *apud* MARQUES et al. 2009, p. 5).

Em se tratando de Brasil, a “Constituição Federal de 1988 que no seu artigo 217 consagra como direito de todo cidadão brasileiro a prática esportiva como dever do estado em fomentar as práticas formais e não formais” (RUBIO, 2007, p.39).

O fenômeno de expansão social que se transformou o esporte, ganha maior dimensão através dos eventos esportivos, que engloba competições a níveis regionais, nacionais e internacionais.

3.1 EVENTOS ESPORTIVOS

Os esportes que no passado eram algo de interesse relativamente restrito, hoje se apresentam como um setor próspero que atrai públicos do mundo inteiro independente do nível de renda, idade, etnia e cultura. (HSM MANAGEMENT, 2003)

Getz citado por Besen e Moretto Neto (2005, p.2) “considera os eventos esportivos como uma categoria de eventos especiais, que não fazem parte da agenda regular de atividades da cidade, região ou país sede.”

Os eventos esportivos como os torneios, os campeonatos, as copas e as olimpíadas têm o caráter de integração e paz entre os competidores, entre os povos (BESEN; MORETTO NETO, 2005). Por outro lado, esse setor tem movimentado grande volume em dinheiro direta e indiretamente, tornando-se um grande gerador de negócios e empregos.

Segundo o estudo da A. T. Kearney divulgado pela revista HSM Management (2003), os eventos esportivos se consolidaram como um valioso segmento de lazer. O negócio do esporte profissional movimentou, em 2001, mais de US\$54 milhões em todo mundo, e aproximadamente, US\$ 370 bilhões em receitas indiretas, de venda de artigos esportivos a turismo. As estimativas indicam que as receitas diretas do chamado “*sportainment*” (entretenimento esportivo) tenham crescimento de 7% ao ano.

Embora atualmente o maior mercado de eventos esportivos ainda seja os Estados Unidos, um dos maiores índices de crescimento se encontra na América Latina.

Uma categoria de geração de receitas muito significativa no setor é o patrocínio. As organizações esportivas profissionais sempre dependeram de patrocínio para se manterem. Estima-se que os valores relativos a patrocínio esportivo no mundo gire em torno de US\$18,2 bilhões. (IEG-INTERNATIONAL EVENTS *apud* MSI SPORTS 2010). Já no Brasil, os investimentos de patrocinadores com eventos de esporte ultrapassam R\$ 1 bilhão por ano e, aproximadamente, 50% desse valor seja destinado ao futebol.

Alguns dos principais eventos esportivos que aconteceram ou acontecerão no Brasil em 2010 estão relacionados no site da MSI Sports, entre eles destacam-se:

- O GP Brasil de Fórmula 1: é o maior evento esportivo que acontece no país, milhões de dólares movimentam a economia da cidade de São Paulo na semana em que os melhores pilotos e equipes do mundo se hospedam na capital paulista. Turistas e imprensa de todas as partes voltam sua atenção para o Autódromo José Carlos Pace durante o final de semana da disputa.
- Copa América de Ciclismo: já se tornou uma das principais provas do ciclismo brasileiro. Conta com provas em diversas categorias, desde Kids até Master.
- Maratona Internacional de São Paulo: Principal maratona brasileira. Recebe atletas de elite de diversos países e é disputada nas seguintes categorias: cadeirante, deficiente visual, deficiente físico andante, geral e elite.
- Maratona e Meia Maratona Caixa Cidade do Rio de Janeiro: Provas internacionais com a participação de grandes atletas. As categorias são entre as faixas etárias de 20 a acima de 80 anos.
- Volta Internacional da Pampulha: Importante evento do calendário internacional de atletismo. Grandes nomes das corridas de rua internacional percorrem a Lagoa da Pampulha. É disputada nas seguintes categorias: cadeirante, deficiente visual, deficiente físico andante, geral e elite.
- XI Torneio Golfe Sênior de Poços de Caldas Golfe Clube: Apresenta três categorias divididas em: Grupo "A" – 65/70 anos, Grupo "B" – 71/75 anos e Grupo "C" – 76 ou +.
- Corrida Internacional de São Silvestre: A mais tradicional corrida de rua do Brasil que acontece, tradicionalmente, no último dia do ano, desde 1924, tem a participação de milhares de atletas de elite e anônimos.

O jornal *El Mundo Deportivo* elegeu em 2009 os 30 acontecimentos esportivos que admiradores de esporte não poderiam deixar de presenciar. Em primeiro lugar estão os Jogos Olímpicos, em segundo Copa do Mundo de Futebol e em décimo sexto um jogo no Maracanã. Esse dado, apresenta a grande oportunidade que o Brasil e, principalmente, o Rio de Janeiro possuem em relação a eventos esportivos para os próximos anos.

Para Besen e Moretto Neto (2005) o impacto causado pela realização de um evento esportivo vai além da geração de renda, empregos e tributos. Os autores citam que Kotler (1994) ressalta os benefícios proporcionados à cidade/país que sedia o evento:

a excelente reputação para a cidade-sede, devido à imagem positiva que a realização do evento normalmente proporciona; redução da sazonalidade do turismo, o abastecimento da infra-estrutura técnico-turística de oferta durante o período de baixa estação; o favorecimento aos habitantes da cidade-sede com melhores condições para reciclagem profissional (KOTLER, 1994 *apud* BESEN; MORETTO NETO, 2005, p.2).

Em se tratando dos legados dos eventos esportivos os estudos indicam que são multifacetados, dinâmicos e dependentes de fatores locais e globais. No entanto, mesmo se um determinado legado é provado cientificamente, sua reputação é questionável (RUBIO, 2007). Segundo Rose (2002 *apud* RUBIO, 2007, p.14):

Eventos, diferentemente de operações de produção ou de serviços, são por definição, únicas em relação à localização onde eles são realizados, além de estritamente temporários e, portanto, uma avaliação dos seus [...] impactos a longo prazo são cheios de incertezas, múltiplas variáveis e medidas subjetivas.

Rose (2002) explica que é muito complicado prever o legado de um evento. Um julgamento comparativo de eventos, mesmo que similares é difícil, porque o objetivo de cada cidade/país sede é diferente. (RUBIO, 2007).

Classificado como um tipo de evento, o esportivo, também pode se tornar turístico a partir do momento em que atrai competidores e espectadores não residentes no local de sua realização.

3.2 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS

Os eventos esportivos têm origem remota. Alguns autores relacionam a origem do turismo de eventos a registros de viagens organizadas para participação em jogos olímpicos na Grécia Antiga. Consistiam em festas de caráter religioso, nas quais ocorriam simultaneamente competições atléticas, era estabelecida trégua e nenhum tipo de combate era travado (MATIAS, 2001 *apud* BESEN E MORETTO NETO, 2005).

De acordo com Goidanich (2000) citado por Besen e Moretto Neto (2005, p.3) “O turismo de eventos esportivos é, muitas vezes, confundido com o turismo esportivo. Nos dois casos, existe o deslocamento de turistas para uma determinada região favorável à prática de um esporte específico”. No entanto, o fator motivacional que dá início ao processo turístico é diferente.

Carvalho (2006) afirma que o conceito de turismo esportivo ainda é bastante discutido e diz que possui três tipos de comportamento associado a ele:

- Turismo esportivo ativo
- Turismo esportivo de eventos
- Turismo esportivo de visita (visita a estádios, museus de esportes, clubes, etc.)

Carvalho define o turismo esportivo, portanto, como “viagem com fins recreativos nas quais os indivíduos participam de atividades físicas, assistem a eventos esportivos ou visitam atrações associadas a atividades esportivas” (2006, p.18.131).

Já para Goidanich (2000 *apud* BESEN; MORETTO NETO, 2005, p.4) no turismo esportivo “o turista vem com o desejo de praticar o esporte por lazer ou entretenimento, sem o intuito de competir, num local onde a disponibilidade física se caracteriza como permanente”.

No turismo de eventos esportivos, o turista se desloca até a localidade com o motivo de participar de eventos de caráter científico sobre esportes ou competir em provas, campeonatos ou jogos. O evento esportivo engloba as atividades de cunho científico, como congressos, conferências, seminários, palestras e debates,

relacionados com o tema esportivo. (GOIDANICH, 2000 *apud* BESEN ; MORETTO NETO, 2005).

Para Besen e Moretto Neto (2005, p.2) “Os eventos esportivos são considerados turísticos quando os praticantes e os espectadores não são residentes no local de realização das atividades”.

Devido as dificuldades de definir esse segmento do turismo, as estimativas do impacto desse setor variam bastante. O turismo internacional é hoje responsável por 11% do PIB mundial e a indústria esportiva movimenta 2,5% do comércio mundial, estes dois mercados tendem a ser complementares. O Conselho Internacional de Turismo Esportivo realizou um estudo em 10 países diferentes e constatou que o turismo esportivo é responsável por 32% do total de atividades turísticas em cada um dos países pesquisados. (CARVALHEDO, 2006)

Molteni e Paixão (2010) listam em seu artigo benefícios em relação ao turismo para localidades que realizam eventos esportivos (figura 1) e ressaltam que muitos destes locais podem se tornar destinos turísticos apenas pelo período do evento, ou então, já são regiões turísticas consolidadas:

Benefícios do evento esportivo para o turismo no local de sua realização	Minimiza os efeitos negativos da sazonalidade
	Esse tipo de turista costuma gastar o que os visitantes de outros segmentos gastam, porém com a vantagem de deixarem no destino divisas extras referente aos ingressos dos jogos, partidas, competições ou compra de materiais esportivos, além do pagamento de inscrições para competir
	Costumam divulgar o Destino Turístico, além de aumentar os gastos médios em marketing de destinos e gerar mídia espontânea ou mesmo atrair patrocinadores com poder de altos aportes financeiros
	O turista realiza visitas aos atrativos naturais, culturais ou mistos durante seu tempo livre no pré, trans ou pós-evento
	Os Eventos Esportivos costumam mobilizar toda a comunidade local em torno de melhorias de hospitalidade, de serviços e produtos turísticos, de equipamentos e bens de apoio ao turismo, de infra-estrutura básica
	Este segmento turístico costuma deixar um legado de motivação para os residentes, além de novos equipamentos esportivos
	Normalmente, durante o período do Evento Esportivo um maior número de visitantes vêm de localidades mais distantes quando comparado a outros segmentos turísticos, geralmente aumentando a permanência e os gastos do turista
	Acontecimento de eventos paralelos incentivando o aumento do lazer e da qualidade de vida das comunidades residentes, nas suas mais diversas faixas etárias e de renda
	Muitos contribuem para o cuidado adequado da natureza, divulgando ações voltadas para a responsabilidade sócio-ambiental ou a conservação de unidades ambientais
	Alguns turistas esportivos são atletas-personalidades e acabam por conhecer novas realidades locais, estimulando-os a investirem em responsabilidade social ou assistencialismo por meio de suas fundações, institutos ou assessorias

Figura 1

Fonte: Elaboração própria a partir de Molteni e Paixão (2010, p. 1-2)

Analisando a figura 1 percebe-se que o turismo tem muito para aproveitar da oportunidade em sediar um evento esportivo, Os órgãos competentes no Brasil percebendo essa tendência estão investindo mais nesse setor.

3.3 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NO BRASIL

No Brasil, mesmo com algumas intenções de mudar o tratamento do Turismo Esportivo para um setor específico do turismo ou do esporte, ele é muito mais associado como sendo um subproduto do Ecoturismo. O que não quer dizer, que o Brasil não tenha investido em eventos esportivos nos últimos anos (CARVALHEDO, 2006).

Carvalho (2006) continua sua argumentação apresentando números do segmento no país:

No Brasil, na feição adotada de Ecoturismo, o Turismo Esportivo tem se revelado promissor por acompanhar uma tendência internacional. Estima-se que mais de meio milhão de pessoas no Brasil pratiquem o ecoturismo, que deve empregar cerca de 30 mil pessoas, através de, no mínimo, 5 mil empresas e instituições privadas, movimentando mais de US\$ 1,5 bilhão ao ano. (2006, p.18.131)

A EMBRATUR lançou no dia 06 de maio de 2010 o Programa de Apoio à Captação e Promoção de Eventos Internacionais, com foco na atração de eventos esportivos. Aproveitando a visibilidade com que a realização dos Jogos Militares de 2011, da Copa do Mundo de 2014 e dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016, pretende-se atrair até 240 competições que podem, potencialmente, acontecer no Brasil. E as 32 confederações brasileiras de esportes, ligadas a entidades internacionais, serão os parceiros na captação desses eventos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010)

Segundo a diretora da EMBRATUR, Jeanine Pires:

o objetivo principal não é apenas trazer os eventos para o Brasil, mas diversificar as cidades que os recebem e trabalhar para prolongar a permanência deste turista no país, de forma a ampliar o volume de divisas gerado, beneficiando as economias e sociedades locais. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010, s/p.)

A estratégia do programa envolve identificar todas as modalidades esportivas que fazem competições mundiais ou fases regionais que possam ser sediadas no Brasil, aproveitando os equipamentos esportivos existentes e que serão construídos

para os Jogos Mundiais Militares 2011, Copa 2014 e Jogos Olímpicos e Paraolímpicos 2016. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010)

De acordo com a entidade, será promovida ainda a criação do programa *Meetings Brasil*, para a promoção do chamado segmento MICE (*Meetings, Incentive, Congress & Exhibitions*), que movimenta US\$ 30 bilhões no mundo. O programa reunirá as várias entidades do segmento, além de associações esportivas. A meta é promover o Brasil como destino com infra-estrutura para sediar qualquer tipo de evento internacional (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Infra-estrutura moderna, aumento da oferta hoteleira, diversidade gastronômica e múltiplas opções de entretenimento e compras são alguns dos fatores que fazem com o que Brasil ganhe papel de destaque como destino de eventos – em 2006, de acordo com a Federação Brasileira de Convention & Visitors Bureaux, 1.514 eventos foram realizados no país (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Carvalho (2006) em seu trabalho traça uma linha cronológica da evolução do turismo esportivo/turismo de eventos esportivos no Brasil a partir da década de 1940 a 2002 (anexo A). Entre os acontecimentos, a autora cita a inauguração do Estádio Mário Filho (Maracanã) em 1950, para sediar a Copa do Mundo de Futebol realizada naquele ano; o primeiro GP Brasil de Fórmula 1 em 1971 e a primeira final da Liga Mundial de Voleibol no Brasil em 1993, assinalando a vocação de mega eventos existente no Brasil.

4 TERCEIRA IDADE E TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS

Neste capítulo será apresentada, inicialmente, a caracterização da terceira idade, bem como a mudança no quadro populacional brasileiro e mundial e as novas tendências para esse público. Em seguida, será analisado o consumidor da terceira idade, suas motivações para viagens e prática de esportes e a importância de se praticar atividades físicas para se ter melhor qualidade de vida. Por fim, apresentase um breve histórico das associações *masters* no Brasil; os eventos esportivos voltados para a terceira idade e o turismo de eventos esportivos para este segmento.

4.1 TERCEIRA IDADE: CARACTERIZAÇÃO

O processo de transição demográfica, onde as populações estão deixando de ser predominantemente jovens, é um fenômeno global. Herédia (2002) afirma que o envelhecimento da população traz consigo uma série de repercussões para a sociedade, entre elas uma nova conceituação da velhice.

Da perspectiva antropológica e da pesquisa histórica, ressalta-se que as representações sobre a velhice, a posição social dos velhos e o tratamento que lhes é dado pelos mais jovens ganham significados particulares em contextos históricos, sociais e culturais distintos (Debert, 2007).

De acordo com Longo, Silva e Sampaio (2008, p.3):

Em sociedades antigas o idoso era temido e consagrado por sua sabedoria, fortuna e capacidade em administrar assuntos relativos à política, sociedade, família e religião. Os séculos passados registraram a imposição das vontades dos anciãos sem que estas fossem desacatadas, todos enxergavam a velhice como a fase mais gratificante do ser humano, tornando-se assim, o principal meio de ser respeitado e a admiração perante a sociedade [...].

No entanto, Herédia (2002) diz que padrões antropológicos existentes em sociedades primitivas revelam a diversidade de padrões culturais, em que o tratamento que é dado à velhice depende dos valores culturais de cada grupo:

A sabedoria, a experiência, o conhecimento acumulado, a técnica, a magia, a religião, o descaso são elementos determinantes da estrutura econômica, onde há uma variedade de papéis desempenhados pelos indivíduos em cada uma dessas sociedades. Enfim, o estudo da cultura dos povos primitivos tem demonstrado que essas sociedades tinham posturas distintas entre si quanto ao papel social do idoso dentro de cada grupo social. Essas posturas diziam respeito aos pontos de referência de cada grupo em relação à natureza, à sobrevivência, à reprodução, à finitude e às relações sociais de produção de cada sociedade e que representava o idoso na sua cultura como elemento de coesão, identidade, integração e memória coletiva. (2002, p.689)

Segundo Beauvoir, (1990 *apud* LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008, p.3) a visão que começa a se instalar nas sociedades ocidentais a partir da Idade Média e do Renascimento, é a do ser humano sendo vangloriado principalmente “por sua capacidade física de lutar pelo seu país em busca de defesa e conquistas de territórios, substituindo a sabedoria humana, geralmente representada pelos mais velhos”.

Atualmente, a velhice vive o conflito entre a visão platônica e a aristotélica. Na platônica, a velhice é exaltada como alma, espírito, saber, ordem e, na aristotélica, é degradada como corpo, fraqueza, ressentimento, decadência (MEIRELLES, 2000 *apud* SENFFT, 2004).

Do ponto de vista da antropologia, as formas pelas quais a vida é periodizada, as categorias de idade presentes em uma sociedade e o caráter dos grupos etários nela constituídos são um material privilegiado para se pensar a produção e a reprodução da vida social. O estudo dessas dimensões é parte fundamental das etnografias que se preocupam com tipos de organização social, formas de controle de recursos políticos e especificidades das representações culturais. (Debert, 2007)

De acordo com a mesma autora (2007, p.53):

os recortes de idades e a definição de práticas legítimas associadas a cada etapa da vida não são, portanto, conseqüências de uma evolução científica

marcada por formas cada vez mais precisas de estabelecer parâmetros no desenvolvimento biológico humano.

Bourdieu (1983, *apud* DEBERT, 2007, p.53) ressalta que “a manipulação das categorias de idade envolve uma verdadeira luta política, na qual está em jogo a redefinição dos poderes ligados a grupos sociais distintos em diferentes momentos do ciclo da vida”. Por isso, ao tratar das divisões por idade, é necessário lembrar que elas são uma criação arbitrária.

No entanto, Debert faz uma ressalva importante:

Afirmar, contudo, que as categorias de idade são construções culturais e que mudam historicamente não significa dizer que elas não tenham efetividade. Essas categorias são constitutivas de realidades sociais específicas, uma vez que operam recortes de todo o social, estabelecendo direitos e deveres diferenciais em uma população, definindo relações entre as gerações e distribuindo poder e privilégios. A fixação da maioridade civil, do início da vida escolar, da entrada no mercado de trabalho é, em nossa sociedade, fundamental para a organização do sistema de ensino, a organização política, a organização dos mercados de trabalho. Mecanismos fundamentais de distribuição de poder e prestígio no interior das classes sociais têm como referência a idade cronológica. Categorias e grupos de idade implicam, portanto, a imposição de uma visão de mundo social que contribui para manter ou transformar as posições de cada um em espaços sociais específicos. (2007, p.53)

A transformação da velhice em problema social não é, simplesmente, o aumento do número de pessoas idosas, como sugere o termo “envelhecimento demográfico”. Para Remi Lenoir (1989, *apud* DEBERT, 2007), um problema social é uma construção social e não o puro resultado do mau funcionamento da sociedade.

Peixoto (2007) complementa a idéia de Lenoir (1989) explicando que o crescimento da população de mais de 60 anos que tornou a velhice um problema social foram, principalmente:

[...] as conseqüências econômicas, que afetaram tanto as estruturas financeiras das empresas – e posteriormente do Estado, com o advento das aposentadorias -, quanto as estruturas familiares, que até então arcavam com os custos de seus velho, incapacitados para sustentar a si mesmos. (2007, p.70)

Como escreve Jean Stoetzel (1954, *apud* PEIXOTO, 2007, p.70), “a família-protetora é substituída cada vez mais pelo grupo social ou pelo Estado, não apenas nos fatos, mas também nas atitudes. Na sociedade tradicional, o indivíduo teria se voltado para a família, ele se volta, legitimamente, para o Estado”. Na França pós-liberação, passa para o Estado as funções até então de responsabilidade da família: a educação das crianças, o tratamento dos doentes e o amparo aos velhos.

A transformação do envelhecimento em problema social envolve novas definições da velhice e do envelhecimento. Uma nova imagem do envelhecimento é estabelecida e “a criação de um novo vocabulário que se opõe ao antigo no tratamento dos mais velhos: terceira idade x velhice; aposentadoria ativa x aposentadoria passiva; centro residencial x asilo” (DEBERT, 2007, p.63)

No caso francês, foi somente no final do século XIX, que a velhice teve um tratamento social, quando começou a se distinguir os velhos dos mendigos internados nos “depósitos de velhos” e nos asilos públicos. No entanto, a velhice só teve interesse das ciências sociais francesas há algumas décadas (PEIXOTO, 2007).

Herédia (2002) argumenta que não se pode falar em velhice sem se falar em sociedade, visto que é esta que constrói os padrões que determinam o comportamento social em cada época. Estabelecendo o que significa sociedade, quem a compõe, seus princípios e paradigmas científicos, pode-se refletir sobre que é velhice.

A autora continua argumentando a respeito dos padrões da sociedade em relação a velhice (2002, p.688)

O enfoque histórico-estrutural vê a sociedade capitalista como uma estrutura, que se apresenta de forma piramidal, onde as classes sociais são as posições ocupadas pelos indivíduos nas relações objetivas de trabalho. A divisão da sociedade é feita pela divisão do trabalho e as relações de dominação e de exploração. Essas relações, que caracterizam a estrutura econômica, são contraditórias e antagônicas.

Reforçando essa idéia, Peixoto (2007) diz que, considerando a ideologia do trabalho e a apologia da produtividade que são enfatizadas nas sociedades industriais, a aposentadoria (instrumento legal que estabelece o direito à inatividade remunerada após atingida certa idade) representa a perda de um papel social

fundamental, o de indivíduo produtivo, que passa a ser sintoma social de envelhecimento. Depoimentos de alguns aposentados esclarecem esses argumentos: “a aposentadoria me fez sentir que a velhice chegava” (Marie); “Ela (aposentadoria) me deprimiu, é mais uma página que a gente vira e, de tanto virar, a gente chega ao fim...”(Anne) (2007, p. 74)

Jean-Paul Sartre, citado por Herédia (2002, p.684), afirma que:

As classes mais favorecidas sentem a opressão de forma mais amena, porque defendem-se da velhice através da acumulação de seus bens e colocam como resposta dos problemas decorrentes dela a propriedade como valorização pessoal. O fato de alguns vencerem na vida, porque conseguiram construir um projeto bem-sucedido, mostra que os valores materiais do capitalismo são fortes em relação aos existenciais e que cada um tem que resolver seus problemas particularmente, porque um dos pilares dessa sociedade é o próprio individualismo.

Na França, a partir de 1962, foi introduzida uma política de integração da velhice, que pretendia modificar as estruturas político-administrativas e transformar a imagem das pessoas mais velhas. Desta forma, os novos aposentados começam a se inserir nas camadas médias assalariadas, uma vez que a imagem de degradação estava associada às camadas populares. (PEIXOTO, 2007)

A invenção do termo “terceira idade” é recente, sendo criado pelas sociedades ocidentais contemporâneas, a criação dessa nova etapa da vida, que se estabelece entre a vida adulta e a velhice, trás consigo um conjunto de práticas, instituições e agentes especializados, que definem e atendem as necessidades dessa população que, passa a ser caracterizada como vítima da marginalização e da solidão nas sociedades européias e americanas, a partir dos anos 70 do século XX. (DEBERT, 2007)

Debert (2007) continua seus argumentos, explicitando os novos significados do envelhecimento:

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

psicológicos, de forma a integrar socialmente uma população tida com marginalizada. (2007, p.63)

O discurso sobre a terceira idade, assim, não acompanha simplesmente processos de mudanças objetivas. Pelo contrário, deve ser entendido como parte constitutiva dessas mudanças. Ele contribui para acelerar e direcionar processos, na medida em que opera reclassificações que não são constitutivas das formas de gestão do envelhecimento.

Todavia, a padronização de todas as idades com a marca de aposentado, sob a definição terceira idade, requer que aja um novo recorte nas faixas de idade. É necessário diferenciar os jovens idosos dos idosos velhos. Com isso, surge na nomenclatura francesa uma nova expressão, classificando as pessoas acima de 75 anos: a quarta idade. Dessa forma, a terceira idade passa a ser associada à “continuidade da vida ativa através da autonomia e das práticas de sociabilidade” e a quarta idade representa os muito velhos, liga a imagem tradicional da velhice, ou seja, decadência ou incapacidade física. (PEIXOTO, 2007)

No caso do Brasil, encontrou-se em documentos oficiais publicados antes de 1960, que designavam as pessoas pertencentes à faixa etária mais elevada simplesmente de velhas (PEIXOTO, 2007). Segue um trecho do texto do Instituto Nacional de Previdência Social:

dada a preponderância marcante de pessoas jovens em nossa população, a elevada taxa de natalidade, a baixa expectativa de vida, a pequena renda média *per capita* e a alta incidência de doenças de massa – os programas de saúde no Brasil devem, necessariamente, concentrar seus recursos no atendimento das doenças da infância e dos adultos jovens. A assistência ao velho, é forçoso reconhecer, deve aguardar melhores dias. (2007, p.77)

Somente no fim da década de 60, é que estudos vindos da Europa sobre a mudança da imagem de velhice chegam ao Brasil. A adoção do termo terceira idade decorre de esta ser uma forma que contém menos conotação pejorativa, e por já manter certa associação a lazer, pela divulgação dos clubes de terceira idade (ARAÚJO, 2000). De acordo com Peixoto (2007) “trocam-se apenas as etiquetas”, não houve implantação de nenhuma política social voltada para a terceira idade. As políticas sociais e o interesse do Estado nessa questão caminham a passos lentos,

e só recentemente certas áreas das ciências sociais despertaram para o estudo dessa temática.

Segundo Ferreira e Pessetto (2007), nos Estados Unidos da América (EUA), *majors* é a nomenclatura utilizada para as pessoas entre 50 e 60 anos, e *seniors* é a nomenclatura utilizada para aquelas acima de 65 anos, se forem traduzidos para o português, *majors* significa pessoas adultas maduras, enquanto *seniors* representam os idosos

O CENSO 2000 considerou pertencentes ao grupo da terceira idade os indivíduos que atingem 60 anos (conforme classificação definida pela Organização Mundial de Saúde (OMS)).

Para Solomon (2002), indivíduos da terceira idade são aqueles com idade superior a 55 anos. Wieselberg (1995 *apud* MATTAR, 2005) considerou que os pertencentes deste grupo seriam aqueles indivíduos com 50 anos ou mais. Kim et al (2003 *apud* MATTAR, 2005) classificou incluídos ao grupo indivíduos acima de 45 anos. Com isso, constitui-se uma problemática em termos de observação deste grupo, visto que pode realizarem-se avaliações entre grupos díspares.

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), 1982, na Assembléia Mundial das Nações Unidas sobre envelhecimento da população, através da Resolução nº 39/125, “estabeleceu-se à idade de 60 anos como o início da terceira idade nos países subdesenvolvidos ou em desenvolvimento e de 65 anos nos países desenvolvidos” (FERREIRA; PESSETTO, 2007, p.4).

4.2 ENVELHECIMENTO DA POPULAÇÃO MUNDIAL E BRASILEIRA

Atualmente, a terceira idade é o segmento que mais cresce no mundo. Observando a evolução dos dados demográficos da população mundial ao longo do tempo, tal crescimento fica claro: em 1950, havia aproximadamente 204 milhões de idosos, em 1998, esse número passa para 579 milhões, representando um aumento de quase 8 milhões de pessoas idosas por ano. Por volta do ano de 2020, pesquisas norte-americanas, alegam que a quantidade de pessoas acima de sessenta e cinco anos de idade no mundo superará a quantidade de adolescente em uma proporção de dois para um (MATTAR, 2005).

De acordo com estudos da ONU, atualmente, uma em cada dez pessoas tem sessenta anos ou mais. No entanto, prevê-se que, em 2050, uma em cada cinco estarão nessa idade. Para esse mesmo ano, calcula-se que, pela primeira vez, haverá mais idosos do que crianças no mundo, correspondendo a 32% (por volta de 2 bilhões de pessoas) da população (ARAÚJO, 2000).

Segundo dados da ONU, em 2007, 28% da população tinha menos de 15 anos, 15% tinha de 15 a 24 anos, 10% (quase 700 milhões) mais de 60 anos. A Europa tinha 21% de idosos; a América do Norte, 17%; a América Latina e o Caribe, 10%; e a África, 5%. Nos países em desenvolvimento, os idosos que representam 13% do total, alcançarão, em 2050, 34% (BACHA *et al.*, 2007).

Araújo (2000) cita que a quantidade de pessoas com sessenta anos ou mais tem crescido significativamente nos países da América Latina, sobretudo em Cuba, Argentina, Uruguai, Chile e Brasil, demonstrando que o envelhecimento da população na América Latina está acompanhando a tendência mundial.

Araújo (2000) afirma que estudos indicam que a porcentagem de idosos é maior em locais mais desenvolvidos do que nos menos desenvolvidos, mas o crescimento nas regiões em desenvolvimento é mais depressa, o que significa que a transição de uma estrutura jovem para velha aconteça em menos tempo.

Para o Diretor do Programa de Envelhecimento e Saúde da Organização Mundial de Saúde – PES/OMS, no Brasil, Alexandre Kalache (1999 *apud* ARAÚJO, 2000, p.11):

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

Segundo a Síntese de Indicadores Sociais divulgado pelo IBGE, em 2008, o Brasil tinha 21 milhões de pessoas com 60 anos ou mais, ultrapassando a população idosa de diversos países europeus, como a França, a Inglaterra e a Itália. E havia 9,4 milhões de pessoas com 70 anos ou mais no país, 4,9% da população total (ESTADÃO, 2009).

Nos próximos 20 anos, o número de idosos poderá exceder os 30 milhões de pessoas e representará, aproximadamente, 13% da população no fim deste período. De acordo com o Censo, em 1991, a população de sessenta anos ou mais era de 10.722.705 pessoas e, em 2000, esse número passou para 14.536.029 (IBGE, 2002).

O índice de envelhecimento (IBGE, 2008) aponta para mudanças na estrutura etária da população brasileira: “em 2008, para cada grupo de 100 crianças de 0 a 14 anos existem 24,7 idosos de 65 anos ou mais. Em 2050, o quadro muda e para cada 100 crianças de 0 a 14 anos existirão 172, 7 idosos”. Com a observação das pirâmides etárias (anexo B) estimadas pelo IBGE para a evolução da população brasileira do ano 2000 até 2050, fica evidente essa mudança estrutural.

A expectativa de vida ao nascer do brasileiro se elevou - devido aos avanços da medicina e melhorias nas condições gerais de vida da população - de 45,5 anos de idade em 1940, para 72,7, em 2002, ou seja, mais 27,2 anos de vida. Segundo a projeção do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2008): “o país continuará galgando anos na vida média de sua população, alcançando em 2050 o patamar de 81,29 anos, basicamente o mesmo nível atual da Islândia (81,80), Hong Kong, China (82,20) e Japão (82,60)”.

Entre as capitais, Rio de Janeiro e Porto Alegre apresentam as maiores proporções de idosos, representando, respectivamente, 12,8% e 11,8% da população total nesses municípios. Por outro lado, as capitais, Boa Vista e Palmas, possuem uma proporção de idosos de apenas 3,8% e 2,7%. Em termos absolutos, o Censo 2000 contou quase 1 milhão de idosos vivendo na cidade de São Paulo (IBGE, 2002).

Segundo Mowen e Minor (2003) e Wieselberg (1995) citados por Mattar (2005, p.2):

Este envelhecimento da população mundial é motivado por uma série de fatores, dentre os quais o controle das taxas de natalidade em função da evolução de tecnologia disponível, e a redução do índice de mortalidade e aumento da expectativa de vida em função da evolução da ciência médica e melhorias no saneamento básico e na alimentação.

O surgimento de pesquisas no campo da geriatria e gerontologia que estudam os aspectos físicos, biológicos, psíquicos, emocionais e sociais do organismo humano em idade avançada, vem modificando a visão preconceituosa sobre o idoso. As mais variadas áreas do conhecimento contribuem para não só prolongar a vida do ser humano, como também possibilitar melhor qualidade de vida. Como exemplo, as leis trabalhistas com a aposentadoria e pensão, a tecnologia, saneamento e o avanço na área da saúde aliada à infra-estrutura adequada (NERI, 2001 *apud* LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008).

4.3 NOVAS PERSPECTIVAS PARA A TERCEIRA IDADE

O aumento da longevidade da sociedade contemporânea é resultado da evolução da ciência e tecnologia. Com isso, é necessário que o Estado ofereça políticas e programas sociais direcionados à qualidade de vida. Nos países desenvolvidos, tais programas sociais e políticos, estão organizados e são implementados de maneira prática e objetiva. Nas sociedades em desenvolvimento, as infra-estruturas existentes voltadas para as necessidades particulares dos idosos são ineficientes, como a Previdência Social e Saúde Pública, no Brasil, propiciando a marginalização do idoso pelo estado e pela sociedade, que os consideram um grupo social desvalorizado e vulnerável (FERREIRA; PESSETTO, 2007).

Fromer (2003, *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008) complementa argumentando que “o envelhecimento da população, particularmente brasileira, implica na necessidade de prioridades e exigências nos diferentes níveis da organização social, gerando impactos na esfera política, econômica e cultural”.

Segundo Souza (2006) o crescimento no número de idosos trás diversos problemas nos setores da assistência social, da saúde, nas políticas públicas, na infra-estrutura, no mercado de trabalho. Dessa forma, é fundamental que “os valores sejam revistos e que os conceitos e práticas em prol do idoso sejam firmados, em busca de melhorias progressivas em sua qualidade de vida”.

No entanto, essa transição demográfica está gerando significativas transformações e impactos nas estruturas da sociedade. Alguns dos efeitos positivos, de acordo com Jordão Netto (1997 *apud* SOUZA, 2006, p.2), são:

um aumento da vida pós-trabalho, que permite que os aposentados possam desfrutar de forma mais extensa e intensa o seu tempo livre” e “uma valorização do idoso e da fase determinada terceira idade, um tempo no qual torna-se cada vez mais possível viver melhor do que no passado e participar mais de atividades sociais e culturais.

Para Stucchi (2007), a velhice é um dos assuntos que mais ganharam importância nos últimos anos no Brasil. Sendo que, a partir, da década de 80, observou-se um aumento de iniciativas direcionadas para o seu atendimento. Cada vez mais, as demandas desse segmento da sociedade estão sendo congregadas às campanhas eleitorais e às plataformas partidárias, formaram-se conselhos de idosos nas administrações municipais e estaduais em cidades brasileiras. Os veículos de comunicação discutem sobre a importância de um envelhecimento com qualidade e a simpatia da população em relação à questão do idoso é percebida pela preocupação com os mais velhos como problema social. O movimento dos aposentados teve projeção nacional e possui competência para discutir a respeito da credibilidade da administração política e econômica do Brasil. Nos últimos 20 anos, a geriatria e a gerontologia se transformaram em áreas importantes em relação ao estudo e entendimento da velhice. As empresas, com o objetivo de oferecer aos seus funcionários de idade mais avançada uma transição mais adequada à qualidade de inativos, estão incluindo em suas políticas de recursos humanos Programas de Preparação para a Aposentadoria (PPA).

Desenvolvidos pela área de serviço social e recursos humanos ou comprados de consultores e assessores prestadores de serviços às empresas, os PPAs “são uma manifestação concreta das novas práticas e concepções envolvidas nas formas contemporâneas de entender o processo de envelhecimento, o trabalho e a aposentadoria” (Stucchi, 2007, p.36). São focados nos empregados em final de carreira - idade entre 40 e 65 anos. Em sua maioria, os PPAs são desenvolvidos por empresas de fundos de pensão e aposentadoria privada. A autora continua explicando que o programa pretende modificar o significado da velhice de algo

negativo para positivo e da aposentadoria “em uma decisão individual do trabalhador”.

Para consolidar a nova imagem da velhice, são estabelecidos pares de oposição contemporâneos à composição do aglomerado de agentes especializados na manutenção da velhice: “aposentadoria ativa *versus* aposentadoria passiva, lar-alojamento *versus* asilo, gerontologia *versus* assistencialismo, individual *versus* coletivo”. (STUCCHI, 2007, p.42)

Para exemplificar os argumentos, tem-se a fala do Sr. Cid Ferreira, ex-presidente da Associação dos Aposentados Metalúrgicos de Campinas e que posteriormente seria eleito vereador pelo PFL local, na participação de um movimento de reivindicação da classe dos aposentados na década de 1990:

Nós temos que lutar. A gente não está com o chapéu na mão porque nós somos a maior categoria deste país. Hoje devem ter uns 12, 13 milhões de aposentados. Qual é a categoria que tem isso? O que está acontecendo conosco é um desleixo! [...] É bom que todo mundo saiba: aposentado não é velho bobo, louco, não. Nós tivemos um trabalho, nós sabemos o que precisamos e nós ainda temos que sustentar nossa família. [...] A intenção nossa é tirar essa imagem de que aposentado é velho, não presta mais, está morrendo. Nós não estamos morrendo não, estamos vivinhos da silva. (SIMÕES, 2007, p.20)

Nesse discurso, observa-se o intuito de afirmar a nova imagem dos idosos aposentados, bem como a contraposição de discernimento e saúde com os estereótipos de caduquice e apatia; a contraposição do passado trabalhador com a idéia de que “velho só pensa em comer, dormir, reclamar e dar palpite”; e a contraposição de provedor da família com a idéia de que o velho é um “peso” para filhos e parentes. (SIMÕES, 2007)

Stucchi (2007, p.43) apresenta uma nova redefinição de conceitos:

Acompanhando o movimento de redefinição dos conceitos e concepções sobre o envelhecimento, surgiu um novo mercado de consumo voltado para as pessoas idosas detentoras de certa posição social e que adquirem bens especialmente a elas destinados, na tentativa de racionalizar os privilégios e benefícios advindos da aposentadoria. [...] transforma-se [...] numa questão de peso para a economia, a vida social e cultural da sociedade contemporânea, sendo redefinido como uma experiência objeto de gestão coletiva.

Outra experiência com iniciativa da PUC/Campinas e vem se espalhando por todo território nacional, são as universidades que abrem espaço para a terceira idade oferecendo cursos com o objetivo principal de “integração, atualização na tecnologia, informação, globalização e socialização do mundo atual” (FERREIRA; PESSETTO, 2007, p.8).

O Banco ABN Amro possui o programa “Talentos da Maturidade” que “visa à valorização e reintegração do idoso na sociedade. O concurso abrange cinco categorias, entre elas, trabalhos culturais, monografias com o objetivo de despertar o interesse dos idosos em uma tentativa de recordar os momentos bons” (FONSECA; CARDOSO, 2002 *apud* FERREIRA; PESSETTO, 2007, p.8).

4.4 O CONSUMIDOR DA TERCEIRA IDADE

O estudo do comportamento do consumidor se apresenta, cada vez mais, como algo fundamental para as empresas, visto que conhecer as necessidades e rejeições do mercado é muito importante para a tomada de decisões bem sucedidas (SOLOMON, 2002). De acordo com Sheth (2001) citado por Oliveira e Vieira (2008 p. 4) a orientação para o cliente “significa o pleno entendimento dos seus desejos e necessidades, do ambiente competitivo e da natureza do mercado, sendo empregado para formular todos os planos de ações para que clientes fiquem satisfeitos”.

Segundo Boone & Kurtz (1998, *apud* Oliveira; Vieira, 2008) o comportamento do consumidor pode ser analisado como um processo de decisão em que o resultado final é a compra, composta pelos estímulos dos cinco sentidos. Com isso, os níveis de percepção e de envolvimento irão interferir na ação final do consumidor.

Solomon (2005, *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008, p.5) acrescenta que as emoções humanas também interferem no comportamento do consumidor, há registros de que “os sentimentos que os clientes têm sobre os produtos considerados para a compra podem influenciar significativamente na sua escolha, atitude e intenção”.

Para Weinstein (1995, *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008) as empresas devem satisfazer vários tipos de consumidores, visto que existe um grande número de

produtos sendo ofertados pelo mercado global. Com isso, possuir serviços e produtos de alta qualidade somente não é suficiente.

A mudança no quadro populacional brasileiro exige da sociedade e de suas ramificações a especialização em serviços, até então, inexistentes para a terceira idade. No entanto, analisar esse grupo de consumidores é complicado porque se trata de um grupo bastante heterogêneo, extremamente segmentado, sendo assim, a classificação somente tendo como base a idade cronológica é muito limitada (MATTAR, 2005).

O autor explica que estas limitações impedem a análise do comportamento do consumidor da terceira idade de maneira homogênea. Inclusive porque outros aspectos sócio-econômicos – renda, ocupação, escolaridade- influenciam no comportamento de consumo. Dessa forma, “este grupo é composto por diversos subgrupos, determinados por aspectos demográficos e psicográficos, com características distintas em termos de desejos, necessidades, poder de compra, disponibilidade, etc.” (MATTAR, 2005).

De acordo com Moschis (2003 *apud* BACHA *et al.*, 2007), o comportamento deste segmento é influenciado pelas mudanças ocorridas ao longo da vida - casamento, nascimento dos filhos, aposentadoria, perda do parceiro - e pelas experiências vividas. A segmentação tendo como referência estas mudanças e as experiências pelas quais as pessoas viveram é muito mais efetiva. O autor sugere quatro segmentos gerais de consumidores idosos: 1) Eremitas saudáveis; 2) Sociáveis doentes; 3) Reclusos frágeis; 4) Indulgentes saudáveis.

Para Szmigin e Carrigan (*apud* DINIZ, 2006; *apud* BACHA *et al.*, 2007, p.8):

O grupo de pessoas de mais idade, devido às experiências vividas, é muito variado e apresenta diferenças marcantes com relação à forma como as pessoas gastam seu tempo e dinheiro. Isto não se deve apenas às variações usuais encontráveis em qualquer grande grupo, mas porque o intervalo de idade coberto é bastante extenso (50, 60, 70 anos e daí por diante). Pessoas mais jovens são de alguma forma previsíveis e movem-se, na maioria dos casos, num caminho pré-definido: escola, faculdade, primeiro emprego, casamento e nascimento dos filhos. O mesmo não pode se dito a respeito das pessoas de mais idade. A partir dos 50 anos uma pessoa pode estar iniciando uma nova família, cuidando dos netos, tomando conta de um parente mais velho e doente, pensando em aposentar-se, abrindo seu negócio próprio ou voltando à universidade.

A imagem que os mais velhos gastam pouco e são inativos não é mais correta. Muitos deste segmento são saudáveis e com interesse em novas experiências e produtos, e possuem renda para consumi-los. Para Solomon (2002) o conjunto com os principais valores para os consumidores idosos são: 1) autonomia: os consumidores deste segmento querem levar vidas ativas e serem autosuficientes; 2) conexão: os consumidores deste segmento valorizam os elos que têm com seus amigos e sua família; 3) altruísmo: os consumidores deste segmento querem dar algo em troca para o mundo.

Dychtwald e Gable (1990) citados por Wieselberg (1995 *apud* MATTAR, 2005) definem este grupo como tendo os seguintes aspectos: menores compromissos financeiros, maior senso crítico e certeza de suas escolhas, e tendência de reviver boas experiências de sua juventude.

Uma das particularidades deste segmento é o “estilo de vida cíclico”: “as pessoas maduras, ao se verem sem o compromisso de cuidar dos filhos, e com 20 a 30 anos de vida pela frente, resolvem reviver as melhores partes de suas vidas” (SCHEWE; BALAZS, 1992 *apud* WIESELBERG, 1995 *apud* MATTAR, 2005). Wieselberg (1995) acresce que nesse segmento há uma inclinação à utilização maior de serviços em relação à produtos. Percebe-se com isso que o segmento da terceira idade “é representado pelo indivíduo que, em termos de comportamento de consumo, quer aproveitar a vida, busca qualidade e conveniência, e tem poder de consumo. Entretanto, é experiente e, portanto exigente e difícil de conquistar” (MATTAR, 2005, p.5).

Schiffman e Sherman (1991) apresentaram um novo conceito, o “idoso da nova era” (new-age elderly). Esse consumidor se sente mais jovial, confiante, independente e está aberto a mudanças, utilizando novos serviços, produtos e procuram por novas experiências (LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008).

Por outro lado, Ferreira e Pessetto (2007) afirmam que esse consumidor se apegua mais aos antigos hábitos e permanece fiel aos serviços e produtos que consumiam em outras épocas da vida, são menos resistentes, mais abertos para considerar ofertas ou reconsiderar antigos hábitos em detrimento a marcas ou lojas, sendo seu principal objetivo o máximo proveito de seu dinheiro.

Estudos de valores e estilos de vida desse grupo consideraram que são bastante atraentes para o setor de serviços, principalmente, férias e lazer (LONGO; SILVA SAMPAIO, 2008).

A chegada a terceira idade pode significar perdas biológicas, psicológicas e sociais, no entanto, proporciona ganhos como liberdade, tempo e experiência de vida (ARAÚJO, 2004 *apud* MATTAR, 2005). Com isso, a criação de meios que estabelecem a integração entre idosos é importante, pois auxilia na manutenção de sua vida social, o que favorece a auto-estima e a valorização da vida.

O turismo aparece como o principal mercado para esse público, pois com a vida estabilizada, essa população tem maior tempo disponível para conhecer novos lugares (FERREIRA; PESSETTO, 2007). Em geral, o grupo de indivíduos pertencente a terceira idade por terem disponibilidade de tempo – maioria aposentada com filhos criados – por economizarem mais dinheiro, possuírem bens materiais, se tornam público em potencial para investir parte de sua renda com viagens e passeios para conhecer novos lugares (MOLETTA, 2000 *apud* FERREIRA; PESSETTO, 2007).

Os idosos gostam de viajar e fazem disso um hábito. Entretanto, Souza (2006) salienta alguns fatores que os impossibilitam de realizar essa prática: falta de saúde e de companhia, violência urbana e baixo rendimentos.

Uma oportunidade para o mercado turístico em relação a terceira idade é a diminuição dos impactos da sazonalidade. A baixa temporada, período em que outros segmentos do turismo não procuram pacotes turísticos por motivos de trabalho ou estudo. Os aposentados têm disponibilidade para viajar nesse período, com isso, podem amenizar o problema ao compor um fluxo contínuo na baixa temporada (BACAL *apud* CAMPOS, 2003 *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008).

De acordo com Senfft (2004, p.73) “O direito ao turismo pelas pessoas da terceira idade é assegurado no Código de Ética Mundial para o Turismo, porquanto em seu Artigo 2, que trata do turismo como instrumento de desenvolvimento pessoal e coletivo”. Em se tratando de Brasil, a EMBRATUR possui a Política Nacional do Idoso criada pela Lei Nº 8.842/94, regulamentada pelo Decreto nº 1.948/96 “que tem o objetivo de assegurar direitos sociais do idoso, criando condições para promover

sua autonomia, integração e participação efetiva na sociedade (Artigo 1º)” (Turismo: Visão e Ação, out/2000/mar-2001:19 *apud* SENFFT, 2004, p.73).

Estudo da Associação Brasileira de Agentes de Viagens (ABAV, 2005) com seus associados verificou que os idosos representam entre 16% e 35% dos clientes ativos das empresas do setor turístico. (FERREIRA; PESSETTO, 2007). Dados da associação informam que o público da terceira idade (o turista com idade superior a 55 anos) proveniente da Europa e América do Norte foi responsável por 20 % da receita do setor.

De acordo com Moletta (2000 *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008, p.3) “o turismo da terceira idade é um tipo de turismo planejado para as necessidades e possibilidades de pessoas com mais de sessenta anos, que dispõem de tempo livre e condições financeiras favoráveis para aproveitar o turismo”.

Observando essa tendência e o crescimento de pessoas da terceira idade, o Ministério do Turismo (2010) criou um programa voltado para esse público – o Viaja Mais Melhor Idade – ele estimula brasileiros acima de 60 anos a viajar pelo Brasil na baixa temporada, oferecendo pacotes especiais e descontos exclusivos em meios de hospedagem que participam do programa. Além de promover a inclusão social de idosos, essa iniciativa é um importante vetor de expansão do turismo interno e gera benefícios em todo o país.

Segundo Felipe (2006 *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008) na perspectiva do envelhecimento ativo, o turismo assume papel importante como elemento de inclusão social do idoso. No entanto, Campos (*apud* BACHA *et al.*, data, p.5) ressalta que:

[...] de modo geral, as discussões em torno do turismo para terceira idade focalizam o que este pode gerar de benefícios e vantagens para o mercado turístico: ocupação de equipamentos turísticos na baixa estação, expansão e melhoria da rede hoteleira, incentivo à diminuição de preços junto às empresas de turismo, qualificação de mão-de-obra local, valorização do patrimônio cultural e melhoria da infra-estrutura da comunidade receptora

Cleaver (*apud* Campos, 2003 *apud* BACHA *et al.*, 2007) afirma que, pesquisas empíricas relevantes com turistas idosos relacionadas à motivação, comportamento em viagem, segmentação, etc. têm sido realizadas em países como

o Canadá, Alemanha e os Estados Unidos. Em outros, até muito recentemente, esses não alcançavam uma relevância considerável em termos de estudos e pesquisas.

Estudos realizados por Shoemaker (*apud* DINIZ, 2006 *apud* LONGO; SILVA;SAMPAIO, 2008) indicaram o que os consumidores da terceira idade da Pensilvânia procuravam como benefícios em suas viagens. Ele identificou três subgrupos:

- que gostam de fazer viagens curtas em família;
- que viajam para descansar e enriquecer-se culturalmente;
- que preferem viajar para *resorts*, com tudo incluído.

Na Inglaterra, turistas de mais idade também foram divididos em três subgrupos, os grupos apresentam diferenças demográficas, de atitude e de comportamento de consumo entre si (DINIZ, 2006 *apud* LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008), são eles:

- visitantes passivos (19%): viajam para visitar amigos e familiares e são atraídos por facilidade de transporte, acomodações limpas, segurança e possibilidade de encontrar pessoas
- “enthusiastics go-getters” (40%): viajam em busca de novas experiências, companhia do grupo e aprendizado
- “culture hounds” (41%): viajam em busca de atividades culturais e lugares históricos.

Em outro estudo, desta vez com grupo de israelenses, encontrou-se que os idosos com experiência de viagens no passado tendem a ter viagens mais prolongadas do que aqueles sem essa experiência. Observou-se também que a medida que o tempo da aposentadoria se aproximava, aumentava o tempo despendido com lazer (FLESCHER; SEILER, 2002 *apud* LONGO, SILVA; SAMPAIO, 2008).

4.5 MOTIVAÇÕES PARA VIAJAR E PARA PRATICAR ESPORTES

A motivação pode ser definida como um processo em que os indivíduos praticam uma ação ou permanecem inertes em determinadas situações. “Este processo pode ser ainda o exame das razões pelas quais se escolhe fazer algo, e executar algumas tarefas com maior empenho do que outras” (CRATTY, 1984 *apud* MALAVASI; BOTH, 2005, p.1). No entanto, Magill (1984 *apud* MALAVASI; BOTH, 2005, p.1) “se refere à motivação como causa de um comportamento. O mesmo define motivação como alguma força interior, impulso ou uma intenção, que leva uma pessoa a fazer algo ou agir de certa forma”.

A motivação é um processo que permite a mobilização de necessidades preexistentes, que se relacionam a comportamentos capazes de satisfazê-las (FEIJÓ, 1992 *apud* PEREIRA; LIMA FILHO, 2009)

Moretto Neto e Smichtt (2008) classificam as motivações em duas categorias:

- Necessidades utilitárias: levam em consideração os atributos ou benefícios objetivos
- Necessidades hedonistas/vivenciais: abrangem respostas, prazeres, fantasias e considerações estéticas subjetivas, freqüentemente, são aliadas ao processo de decisão final

4.5.1 Motivação para viajar

Boullón (2004) apresenta uma lista com oito motivações básicas para o turismo, ligadas a cultura, saúde, desejo de mudanças, compras, hedonismo, descanso, prática de esportes ou simplesmente conhecimento (BACHA; VIANNA, 2008).

O turismo para a terceira idade tem efeitos positivos na qualidade de vida dos indivíduos que o praticam, pois oferecem opções de diversão e conhecimento, interação social, conquista de novas amizades, minimiza a solidão. Essa atividade preenche o tempo dos idosos, permitindo que utilizem suas aptidões, contribuindo para sua saúde física e mental (ARAÚJO, 2004 *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008).

De acordo com a OMT (2000) os principais fatores de motivação do segmento da terceira a viajar são: recreação e entretenimento, bailes de salão ou folclóricos, lazer ou férias, convívio social e fazer amizades durante a viagem, maioria prefere viajar com amigos (OLIVEIRA; VIEIRA, 2008)

Em pesquisa realizada em Salvador por Ladeira, Guedes e Bruni (2003) encontrou-se como principais motivação para viagem: 52% “sentir-se vivo” e 38% “aproveitar a vida” (BACHA *et al.*, 2007).

Já Goulding (1999 *apud* BACHA *et al.*, 2007) faz a distinção de dois tipos de reação do fator motivacional da visita:

- Existencial: tem pouco suporte familiar e viaja com outros em situação semelhante, sendo relacionamentos relativamente superficiais. A nostalgia é a principal motivação, uma espécie de escapismo e nesse contexto o destaque é o partilhamento das memórias com os outros;
- Recreativa: é apresentada por pessoas não movidas a reviver o passado, mas ao contrário, são membros de grupos sociais e tendem a viver os anos com baixo nível de alienação

Acevedo (1998 *apud* BACHA *et al.*, 2007) lista os motivos mais importantes para as pessoas na terceira idade viajarem:

- Encontrar pessoas e se socializar (61%)
- Escapar da rotina do dia-a-dia (82%)
- Descansar e relaxar (83%)
- Visitar museus e lugares históricos (66%)
- Experimentar coisas novas/ visitar lugares novos (89%)

A autora destaca que os indivíduos mais velhos demonstraram uma “atitude negativa” em relação a prática de atividades físicas, visto que foi apontada como não importante por aproximadamente 80% dos entrevistados.

Nos estudos de Garcia (2001) observa-se que 31% de pessoas na terceira idade raramente viajam. Entretanto, 27% afirmaram viajar de 1 a 2 vezes ao ano, 24% que viajam de 3 a 4 vezes e 18% viaja mais que 5 vezes ao ano. Já na tese de Acevedo (1998) 59% dos entrevistados realizaram até 3 viagens e 41% mais de 3 viagens nos últimos 3 anos (BACHA *et al.*, 2007).

Em relação à companhia na viagem Acevedo (1998) não encontrou resultados significativos, mas de maneira geral pode-se dizer que geralmente viaja com parentes, em especial com o cônjuge. No entanto, nos resultados de Garcia (2001) tem-se: 41% dos entrevistados de sua pesquisa viajam em grupos de excursão, 30% viajam sós, 28% com parentes 26% com marido ou companheiro e 19% com amigos (BACHA *et al.*, 2007).

Beni (2006) apresenta os requisitos mais importantes que os estabelecimentos devem preencher para o turista da terceira idade: presença de médicos e que a agência de viagens ofereça seguros contra roubos, extravios ou acidentes.

Lee e Tideswell (2005 *apud* BACHA; VIANNA, 2008) observam que em relação a motivação dos idosos para viajar, as empresas deveriam, para atender esse segmento, enfatizar viagens curtas e de fim de semana, especialmente porque os idosos freqüentemente reclamam quês as viagens cansam.

Dentre os motivos que impedem os turistas mais velhos de viajar, Garcia (2005 *apud* BACHA; VIANNA, 2008) destaca: 86% alto custo das viagens; 25% falta de companhia, 8% problemas familiares e 7% motivos relacionados a problemas de saúde pessoal.

De acordo com Iwasso (2006), o intercâmbio tem tido muita procura pelo grupo da terceira idade, “pois embora com mais de 60 anos, alguns trocam os pacotes turísticos com hotel, guia e *city tour* pelos alojamentos de universidades e as hospedagens em casas de família e estão descobrindo que intercâmbio não tem limite de idade”. (BACHA; VIANNA, 2008, p.375)

4.5.2 Motivação para prática de atividades físicas

Pode-se afirmar que as motivações para a prática de atividades físicas pelos idosos estão relacionadas a necessidade de se ter uma melhor qualidade de vida, saúde e bem-estar.

Segundo Lins e Corbucci (2007) citados por Pereira e Lima Filho (2009) não são apenas os benefícios fisiológicos que motivam a prática de exercícios físicos. As

relações sociais e a manutenção da autonomia também se apresentam como motivos à prática de atividades físicas regulares entre os idosos.

No estudo de Santos e Knijnik citado por Domenico e Schütz (2009) teve como resultado de motivos iniciais de adesão a prática de exercícios físicos os seguintes fatores: ordem médica, lazer e qualidade de vida, estética, saúde (ou condicionamento físico), e verificou que, apesar da principal adesão destes indivíduos não ser de cunho estético, os mesmos demonstraram uma certa preocupação com a imagem corporal perante a sociedade e a soma das necessidades torna a atividade física mais significativa.

Já a pesquisa realizada por Silvestre, Santiago, Viana, Leão e Freyre, analisou os motivos de adesão e os motivos de permanência dos idosos na prática regular de exercícios físicos teve como resultado: (DOMENICO; SCHÜTZ, 2009)

- Motivos para a adesão: melhorar a saúde (84,2%); melhorar o desempenho físico (70,8%); adotar um estilo de vida saudável (62,5%); reduzir o estresse (60,8%); acatar prescrição médica (56,7%); recuperação de lesões (55%); melhorar a auto-imagem (50,8%), melhorar a auto-estima e relaxar (47,5%).
- Motivos para a permanência: melhorar a postura (75%); promover o bem-estar (74,2%); manter-se em forma (70,8%); sentir prazer (66,7%); ficar mais forte e receber incentivos do professor (57,5%).

4.6 TURISMO, ESPORTE E LAZER NA TERCEIRA IDADE

Envelhecer com qualidade de vida tem sido uma questão de constante debate entre os estudiosos. A conscientização dos efeitos positivos da prática de atividade física e do lazer para se ter uma melhor qualidade de vida, estimulam os indivíduos da terceira idade a participarem de alguma modalidade esportiva, visto que constitui um desejo desse público envelhecer ativo e com saúde.

Um das alternativas para os idosos participarem socialmente da realidade, evitar a depressão e romper o círculo vicioso do isolamento físico e psíquico que acontece muitas vezes no momento da aposentaria, o turismo e o esporte, fenômenos ligados ao lazer, se apresentam como ótimas opções. Essas atividades

compartilhadas ampliam e diversificam o ambiente social o que contribui para uma longevidade saudável (SENFFT, 2004).

Senfft (2004, p.70) explica que o turismo e o esporte em relação a terceira idade são:

fenômenos contemporâneos que representam a tendência de revalorização e de conquista da participação do idoso na dinâmica social, valorizando a velhice saudável que, motivada, participará dinamicamente do processo de desenvolvimento sócio-econômico do país.

4.6.1 ATIVIDADE FÍSICA NA TERCEIRA IDADE

Atividade física e envelhecer bem estão intimamente ligados. Há praticamente um consenso entre os profissionais da área da saúde que a atividade física é um fator determinante no processo do envelhecimento. Os cientistas ressaltam a importância de que a atividade física faça parte fundamental dos programas mundiais de promoção da saúde (MATSUDO, 2006).

De acordo com Okuma (1998, *apud* SENFFT, 2004) pessoas com idade acima de 40 anos são orientadas por médicos, fisioterapeutas, psicólogos, professores de educação física à prática regular e moderada de exercícios físicos.

Para Senfft (2004, p.73):

A sociedade está mostrando-se mais preocupada com atividades saudáveis e com os benefícios psicossociais das atividades físicas, comumente indicados por sentimentos de satisfação, felicidade e envolvimento. A criação desse novo estímulo social exerce um efeito positivo sobre as pessoas que envelhecem, as quais passam a aspirar um novo roteiro para as suas vidas.

Atualmente, não se pode garantir um envelhecimento saudável sem que além das prevenções gerais de saúde não se inclua os exercícios físicos. Essa é uma preocupação tanto dos países desenvolvidos quanto dos países em desenvolvimento. (MATSUDO, 2006)

De acordo com Matsudo (2006, p.137) a prática de atividades físicas regularmente “contribui na prevenção e controle das doenças crônicas não

transmissíveis especialmente aquelas que se constituem na principal causa de mortalidade: as doenças cardiovasculares e o câncer”.

No entanto, mesmo com várias justificativas que destacam os seus benefícios, os avanços tecnológicos têm estimulado uma progressiva redução das atividades de mobilidades, seja no domínio da moradia, do trabalho ou do lazer. (JACOB FILHO, 2006).

Para o mesmo autor, isso se trata de um interessante paradoxo:

Ao mesmo tempo em que justificamos, cada vez mais, a prática de atividade física pelo maior número de pessoas, observamos uma progressiva tendência da sociedade, principalmente nos grandes centros urbanos, em limitar ao máximo as suas possibilidades de movimentação. A prevalência do sedentarismo é elevada em qualquer faixa etária. Atualmente, torna-se preocupante até em crianças mas, dentre os adultos jovens e principalmente nos idosos, chega a cifras superiores a 90%, o que exigirá de todos os profissionais e instituições relacionadas à Promoção da Saúde do Idoso uma verdadeira força-tarefa para reduzir estas estatísticas alarmantes. (2006, p.73)

A atividade física e um estilo de vida ativa regular podem minimizar o processo de perda da mobilidade (Síndrome da Imobilidade – movimentação progressivamente comprometida) em homens e mulheres com idade acima de 65 anos, independente da presença de doença crônica (MATSUDO, 2006; JACOB FILHO, 2006).

Dessa maneira, como afirma Jacob Filho (2006, p.74) observa-se que o sedentarismo pode ser o responsável pelo agravamento do estado de limitação da saúde do idoso e o tratamento feito com a prática de exercícios físicos “tem a capacidade de restituir a estes pacientes o seu estado funcional prévio, a despeito de quaisquer outras ações terapêuticas dirigidas às demais co-morbidades presentes”. O autor salienta que o “tratamento específico, com atividade física programada, pode evitar sua instalação, limitar a progressão ou mesmo corrigir as disfunções dela decorrentes”.

Matsudo (2006) analisou a evolução da capacidade funcional de cerca de 2.000 idosos maiores de 80 anos praticantes de atividades físicas e constatou-se que 50% das mulheres e 42% dos homens continuaram tendo a mesma condição física após dois anos sendo acompanhados. Na mesma pesquisa, as pessoas que

recebiam auxílio em suas atividades do dia-a-dia apresentaram quatro vezes mais probabilidade de morrer, seis vezes mais probabilidade de necessitar de internação em asilos e ter duas vezes mais probabilidade de ter duas ou mais hospitalizações.

Ainda segundo o estudo, um maior nível de escolaridade – mais de 13 anos de estudos – também está relacionado com a conservação da habilidade física no processo de envelhecimento. Além de ter evidências de que os indivíduos com maior nível de atividade física possuem melhor saúde e habilidade funcional do que os sedentários da mesma idade.

Em outro estudo apresentado por Matsudo (2006, p.136), novas tendências surgiram do acompanhamento por dez anos de idosos com idade acima de 65 anos. Verificou-se que “o alto nível de atividade física aos 65 anos de idade foi associado com um maior nível de sobrevivência aos 80 anos de idade”. Cerca de 63-70% dos que tiveram alto nível de atividades físicas alcançaram os 85 anos, enquanto apenas 34-47% dos com baixo nível sobreviveram até essa idade.

Jacob Filho (2006) salienta as causas mais comuns do sedentarismo nos indivíduos da terceira idade (figura 2):

Causas mais comuns de sedentarismo na terceira idade	Orgânicas: são freqüentes as justificativas de interrupção da prática de atividade física por algum tipo de lesão que, mesmo em idade jovem, foi utilizada como fator limitante para a sua continuidade.
	Culturais: além do tradicional estímulo para evitar qualquer atividade motora entre as ações cotidianas, por serem estas entendidas como sinal de menor status econômico, há também o excesso de cuidados com que geralmente se priva o idoso das suas potencialidades, tornando-os cada vez mais passivos a despeito das suas possibilidades de autonomia e independência.
	·Ambientais: dependendo do local em questão, existem verdadeiras “armadilhas” no trajeto destinado à locomoção de idosos. Poucos são os espaços destinados à prática segura das atividades físicas nesta faixa etária.

Figura 2

Fonte: Elaboração própria a partir de Jacob Filho (2006)

Nos últimos anos houve o crescente número de estudos que relacionam a prática regular de atividades na melhora não só a saúde física do idoso como também a saúde mental e os aspectos psicológicos e sociais. De acordo com Matsudo (2006, p.136) “as pesquisas científicas mostram o efeito positivo da atividade física na auto-estima, auto-conceito, auto-imagem, depressão, ansiedade, insônia e na socialização”. Estudos mais recentes apresentam os “efeitos benéficos no processo cognitivo (memória, aprendizagem, atenção) e associação entre a atividade física e menor risco de demência, demência senil, e doença de Alzheimer” (MATSUDO, 2006, p.136).

4.6.2 HISTÓRICO DE ASSOCIAÇÕES *MASTER* NO BRASIL

O esporte veterano possui outros objetivos que não apenas o do desempenho, mas procura por meio da prática de esporte relações humanas e convívio social. Muitas modalidades se estruturaram para atender a essa faixa de praticantes que não é composta apenas por ex-atletas, mas também, por pessoas que somente na idade madura tiveram o contato com o esporte. O atleta *master* é todo aquele acima de 30 anos. Em algumas modalidades a idade mínima do atleta *master* é 25 (Associação de Veteranos de Atletismo do Estado do Rio de Janeiro (AVAT – RJ)).

O início da história do esporte *master* assim como a quantificação de associações e federações tanto no Brasil quanto no mundo encontra-se dispersa. Por meio de pesquisas observou-se que há registros do início de suas atividades, no entanto, individualizada por cada esporte. Geralmente, cada modalidade esportiva possui uma associação por estado, uma nacional, uma sulamericana e uma internacional. Os esportes que possuem maior organização e tradição na categoria *master* no Brasil são: o atletismo, a natação e o basquete.

De acordo com o Comitê Brasileiro de Esporte *Master* (CBEM) a partir da década de 50 a categoria *master* começou a se movimentar, no entanto, somente em 1985, que efetivamente iniciou-se a organização no país através do Atletismo, dando seqüência a fundação de outras associações e federações.

Segundo informações obtidas junto a Associação Brasileira de Atletismo *Master* (ABRAM, 2010), a Associação Atlética de Veteranos de São Paulo é a segunda mais antiga no mundo (sendo a primeira uma associação na Inglaterra). O Atletismo Veterano no Brasil começou a se organizar na cidade de São Paulo, onde foi fundada em 10 de dezembro de 1943. Atualmente, cada estado brasileiro tem sua própria associação e promove seus próprios campeonatos.

A ABRAM foi fundada em 30 de novembro de 1989 e tem sempre como Sede a cidade onde estiver residindo o presidente eleito, que fica à frente da Associação por quatro anos. Tem por objetivo administrar, incentivar e divulgar o atletismo não profissional, entre os atletas pré *masters* e *masters* do Brasil. Ela congrega as Associações Estatuais.

Em relação à natação, alguns treinadores brasileiros em viagem aos EUA no final da década de 1970, tiveram conhecimento do movimento *masters*, entre eles o prof. Waldyr M. Ramos que ao retornar ao Brasil estabeleceu contatos com a direção da Federal Aquática do Estado do Rio de Janeiro (FARJ) com o objetivo de criar um movimento similar ao Americano.

No mês de junho de 1980, um anúncio nas páginas do Jornal do Brasil conclamava: “Se você já passou dos trinta e ainda se acha com disposição para disputar um campeonato de natação, procure a Federação Aquática do Rio de Janeiro”. O local escolhido para aquela competição - destinada a ex-atletas e “não atletas” - foi o Clube de Regatas do Flamengo. O idealizador do projeto foi o então presidente da federação carioca Rogério Carneiro, junto com o nadador e funcionário da federação Flávio Bueno. Aproximadamente 400 pessoas se inscreveram no torneio. O êxito do evento foi tamanho que obrigou a FARJ a repetir nos meses seguintes reedições do torneio. À frente da FARJ, Rogério Carneiro junto com Sílvio Kelly, que foi um dos responsáveis pela criação, em 1984, da ABMN, dando impulso nacional ao movimento, a priori restrito ao Rio de Janeiro.

Já o movimento do basquete veterano no Brasil iniciou-se em 1950 com a criação do Combinado Copacabana, no Rio de Janeiro, onde um grupo de atletas, querendo estender o seu convívio social, passou a organizar encontros semanais onde pudessem comentar suas jogadas e feitos, partilhando-as com os amigos e familiares.

Este movimento cresceu em todo o país, até que em 1984 os ex-jogadores tiveram a idéia de organizar um encontro onde pudessem rever ex-atletas de outros estados, em uma mistura de confraternização e competição. Já em 1985 aconteceu o primeiro Encontro Nacional dos Veteranos do basquetebol, realizado na cidade de Fortaleza. Houve a participação de 5 estados: Ceará, Minas Gerais, Bahia, Brasília e São Paulo, com um total de 90 participantes. Motivados, os ex-atletas levaram a frente este projeto, que desde então não parou mais de crescer, atraindo a cada ano mais participantes e aficionados pelo esporte em geral.

Aquilo que começou como uma simples extensão das atividades sociais e esportivas, levou o Brasil a participar, oficial e organizadamente de 5 campeonatos mundiais, diversos Pan-americanos e Sul-americanos, sendo sempre laureado nas várias categorias em que se dividem os campeonatos, passando a ser respeitado no cenário internacional.

4.6.3 EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE

A participação do público da terceira idade em eventos esportivos é bastante expressiva. Porém, grande parte dos eventos que esse grupo participa está relacionado aos eventos *masters*. Essas competições são divididas por categorias de idade que, geralmente, engloba atletas com idade a partir de 25 anos.

Pesquisa realizada nas federações e associações esportivas *master* brasileiras observou-se uma grande quantidade de eventos esportivos que acontecem todos os anos sejam nacionais, sejam internacionais. No Brasil, os Jogos Brasileiros *Master* é o evento que envolve o maior número de modalidades esportivas reunidas. Este é um evento recente, em 2007 algumas modalidades, como a natação, basquete e atletismo se uniram, com o objetivo de organizar e realizar um evento, reunindo todos os esportes da categoria *master* no país. Atletas e ex-atletas, professores de educação física, confederações e federações esportivas, se uniram e encaminharam ao Ministério do Esporte a proposta de se promover um debate sobre o tema.

Em 2009 foi realizado o Seminário Internacional de Destreino e Transição de Carreira Esportiva. Reuniram-se atletas consagrados, técnicos,

dirigentes esportivos, médicos, psicólogos, além da presença de representantes do Ministério do Esporte e 170 profissionais da área. Na ocasião foi assinada a Carta São Paulo, documento que norteia ações concretas para a construção de políticas públicas, e soluções para os problemas relacionados ao final da carreira esportiva.

Após o seminário, onde foram discutidas as ações a serem adotadas. O primeiro passo foi a formação de uma comissão para a realização dos I Jogos Brasileiros *Master*, que aconteceram de 27 a 29 de março de 2009, no Rio de Janeiro, realizados pela ONG Ensinando, em parceria com o Ministério do Esporte. Foram ao todo mais de 1500 atletas, com idades entre 30 e 92 anos. A atleta mais nova era Carolina Myssen, de 30 anos, no vôlei, e o mais velho, Frederico Fisher, de 92 anos, que participou de duas provas no atletismo. Estiveram presentes seis modalidades esportivas: natação, vôlei, atletismo, remo, basquete e tênis de mesa - com a participação de Clubes e Associações de diversos estados brasileiros, entre eles: Amazonas, Rio Grande do Sul, Pernambuco, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Rio Grande do Norte, Pará, Paraíba, Distrito Federal, Santa Catarina, Espírito Santo, Ceará e Rio de Janeiro.

O *World Masters Games* é um evento internacional multi-esportivo realizado a cada 4 anos (tabela 2), que se tornou o maior de seu tipo, devido ao grande número de participantes. Organizado pela *International Masters Games Association* (IMGA) o evento está aberto a atletas de todas as modalidades, o critério de idade mínima varia de 25 a 35 anos dependendo do esporte. A sétima e última edição do evento aconteceu em outubro de 2009 em Sydney, Austrália e atraiu um recorde de 28.676 concorrentes. Isto representa mais que o dobro do número de participantes dos Jogos Olímpicos de Sydney em 2000. Os jogos têm muita popularidade entre ex-atletas olímpicos e atletas profissionais aposentados, mas de 230 atletas olímpicos do passado participaram do evento. A próxima edição do evento está marcada para 2013 em Torino, Itália.

Tabela 2 – Dados estatísticos do *World Masters Games*

Ano	País	Esportes	Países	Competidores
1985	Canadá	22	61	8.305
1989	Dinamarca	37	76	5.500
1994	Austrália	30	74	24.500
1998	EUA	28	102	11.400
2002	Austrália	26	98	24.886
2005	Canadá	25	89	21.600
2009	Austrália	28	95	28.676

Fonte: elaboração própria¹

Dentre os vários eventos internacionais esportivos, o *World Senior Games*, acontece anualmente na cidade de St. George, no estado de Utah nos EUA e tem duração de duas semanas. Sua primeira edição aconteceu em 1987 como uma competição esportiva internacional *master* para homens e mulheres com idade acima de 55 anos, porém no segundo ano dos jogos o requisito da idade foi reduzido para 50 anos possibilitando a participação de maior número de atletas, incentivando a prática de esporte. Além dos eventos esportivos, os jogos promovem a saúde por meio de orientações de doenças como: glaucoma, diabetes, pressão alta, colesterol elevado e diminuição da densidade óssea. Há também apresentação de shows, dança e distribuição de prêmios. Ao todo, são 26 modalidades esportivas participando do evento, entre elas: basquete, boliche, xadrez, golfe, natação, atletismo, tênis de mesa, futebol. Com a participação de atletas de todas as partes do mundo.

Outro evento importante, voltado apenas para o público da terceira idade, é o *The National Senior Games: The Senior Olympics*, uma competição multi-

¹ Dados obtidos em Wikipedia: Disponível em:

http://en.wikipedia.org/wiki/World_Masters_Games

esportiva, nacional que acontece nos EUA. É um evento voltado para atletas acima de 50 anos e as categorias são divididas de 5 em 5 anos. Teve sua primeira edição em 1987, atraindo 2.500 pessoas. Já na edição de 2007 tiveram mais de 10.000 competidores e aproximadamente, 20.000 expectadores.

4.6.4 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE

Falar do turismo de eventos esportivos na terceira idade é complicado, visto que, produções sobre o tema são raras e também porque esse segmento encontra-se inserido no movimento máster. Com isso, dados específicos são muito difíceis de serem encontrados.

Senfft (2004, p.76) realizou uma pesquisa participativa com 60 atletas da natação maiores de 50 anos, com o objetivo de identificar “a origem; nível de renda; hábitos e atitudes relacionados à saúde; motivações para a prática de atividade física; motivações para a participação em eventos competitivos nacionais; hábitos e motivações para viagens e interesses turísticos”.

Analisando os aspectos do turismo dessa pesquisa observou-se que 100% dos atletas possuem interesse no turismo no local da realização das competições. Em relação ao consumo dos produtos turístico do local: 84,62% interagem com a rede gastronômica; 86,54 % visita monumentos históricos; 57,69% museus; 51, 92% Igrejas e 1,92% bibliotecas.

Do total de atletas pesquisados, “92,31% têm disposição para explorar, turisticamente, o local para onde se deslocam, organizando-se para prolongar as suas viagens por mais alguns dias e participar dos opcionais oferecidos pós-evento esportivo pela coordenação da equipe” (SENFFT, 2004, p.76).

Observou-se que algumas associações *masters* brasileiras divulgam pacotes de transporte e hospedagem para os locais dos eventos. Como é o caso da Federação Brasileira de Basquetebol *Master*, que oferece pacotes de viagem para os competidores brasileiros que participam de eventos internacionais. Exemplo dos mais recentes: o Mundial de Praga em 2009 e o VI Campeonato Pan Americano que acontecerá em Eugene, no estado de Oregon nos EUA, entre os dias 02 e 10 de julho de 2010.

Já no evento *World Senior Games* o turista que participa do evento tem um suporte com uma seleção de 115 meios de hospedagem localizados nas proximidades do local do evento, divididos por categorias, tipos, por serviços agregados. Assim como informações turísticas da cidade de St. George, local da realização do evento.

5 TURISMO DE EVENTOS ESPORTIVOS NA TERCEIRA IDADE: PESQUISA DE CAMPO

No presente capítulo, serão expostos os procedimentos metodológicos para a realização do estudo e a análise dos principais resultados obtidos na pesquisa de campo tendo como base a literatura revisada.

5.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atingir os objetivos do estudo, foi realizado levantamento bibliográfico e uma pesquisa de campo com a utilização do método qualitativo conhecido como grupo de foco ou *focus group*. A pesquisa qualitativa enfatiza perguntas abertas e diretas, com o objetivo de estimular os participantes da entrevista a exporem suas crenças e pensamentos mais íntimos. Geralmente, essas técnicas são utilizadas nos estágios iniciais da pesquisa sobre atitude para conhecer crenças proeminentes em relação ao produto ou serviços específicos. O grupo de foco é uma técnica de entrevista coletiva, e consiste em estimular os entrevistados a discutir seus interesses, estilos de vida, reações, atitudes, motivos, sentimentos sobre um produto ou serviço (SHIFFMAN; KANUK, 2000).

Considerou-se para a pesquisa, pertencentes a terceira idade, os indivíduos que atingem 60 anos. Essa é a classificação definida pela OMS e adotada pelo CENSO 2000.

Foi realizado um grupo de foco com seis idosos com idade entre 62 e 91 anos, atletas regulares, praticantes de atletismo e associados da Associação de Veteranos de Atletismo do Estado do Rio de Janeiro (AVAT – RJ). Este grupo foi

escolhido por representar o segmento que esta pesquisa dedicou-se a investigar: atletas acima de 60 anos que viajam freqüentemente para participar de competições esportivas. Trata-se ainda de um grupo coeso, de indivíduos que se conhecem há algum tempo e que compartilham tanto as viagens quanto a rotina de treinamento.

O grupo é formado por três homens e três mulheres, com renda entre R\$ 1.600,00 e R\$ 10.000,00. Todos são residentes no estado do Rio de Janeiro (5 na cidade do Rio de Janeiro – 3 na zona sul e 2 na Barra da Tijuca; 1 na cidade de Duque de Caxias) e possuem profissões variadas: 1 treinador físico, 1 delegado de polícia, 1 professor de educação física, 2 bancárias e 1 servidora pública. Todos são aposentados, apenas o treinador ainda exerce sua profissão.

A entrevista com o grupo teve duração de aproximadamente 40 minutos e foi realizada no Estádio de Atletismo Célio de Barros – Maracanã (APÊNDICE A). Os trabalhos de campo foram realizados no mês de maio de 2010. A análise das respostas foi feita tendo como base o referencial teórico pesquisado.

5.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A seguir são apresentadas as análises dos resultados da pesquisa da pesquisa de campo.

5.2.1 Motivação para prática de esporte

Foi indagado aos entrevistados sobre a motivação para a prática de esporte. A análise das respostas indica que o esporte foi escolhido como fator de socialização e ocupação do tempo no período da aposentadoria. De acordo com Senfft (2004), o esporte (fenômeno ligado ao lazer) se apresenta como uma das alternativas para os idosos romperem o círculo vicioso do isolamento físico e psíquico que acontece muitas vezes no momento da aposentadoria, fazendo com que participem socialmente da realidade evitando a depressão. A diversificação do ambiente social contribui para uma longevidade saudável.

Foi apontado também, a melhora da qualidade de vida, da saúde e satisfação pessoal. Esses resultados estão de acordo com as pesquisas apresentadas por

Domenico e Schütz (2009) em que o lazer, um estilo de vida saudável, a melhora da auto-estima e da auto-imagem são mencionados como motivos para adesão ou permanência dos idosos na prática de atividade física regular.

Uma das entrevistadas era atleta profissional na juventude e teve que parar com a prática esportiva por conta de compromissos familiares e profissionais, resolveu voltar a correr para ocupar seu tempo no período da aposentadoria. Esse dado reforça a idéia que o grupo da terceira idade tem a necessidade de reviver momentos de outras fases de sua vida. Assim como afirmam os autores Dychtwald e Gable (1990) que definem esse grupo como tendo a tendência de reviver boas experiências de sua juventude e Schewe e Balazs (1992) que citam que uma das particularidades deste segmento é o “estilo de vida cíclico”, os indivíduos maduros resolvem reviver as melhores partes de suas vidas (WIESELBERG, 1995 *apud* MATTAR, 2005).

Outra entrevistada alega que antes de se aposentar já esperava por essa fase da vida para poder realizar novos planos e um deles era praticar esporte. Ela aponta que além de conservar a saúde, sua principal motivação é o intercâmbio com pessoas de outros estados e países. Afirma a nova imagem do idoso, que faz planos e busca crescimento pessoal através do contato com outras pessoas. De acordo com Iwasso (2006), o intercâmbio tem tido muita procura pelo grupo da terceira idade, estão descobrindo que intercâmbio não tem limite de idade. (BACHA; VIANNA, 2008)

Um terceiro entrevistado, professor de educação física, explica que a prática de esporte nesse momento de sua vida é um prolongamento de suas atividades, sempre praticou esporte. Sente-se mais jovial e com mais disposição. Confirma os estudos de Matsudo (2006) que o alto nível da prática de exercício físicos regulares melhora não só a saúde física do idoso como também a saúde mental e os aspectos psicológicos e sociais.

“Você se sente bem melhor, mais jovial, apesar da idade ir avançando, parece que a velhice demora mais a chegar.”

De acordo com a divisão do esporte que leva em consideração as dimensões sociais propostas por Tubino (2001, *apud* MARQUES et al. 2009), esse grupo se

encaixa no segmento de esporte-participação, o qual tem como objetivo a inclusão de diversos grupos na prática esportiva visando a interação e o lúdico.

Gáspari e Schwartz (2001 *apud* MARQUES et al. 2009) destacam a importância do esporte para a formação de atitudes (positivas ou negativas). Percebe-se que os valores e as simbologias empregados na prática esportiva por esse grupo é positiva. Com isso, se comprova que a realização de atividades esportivas auxilia na formação de seres equilibrados, alegres, solidários, criativos, críticos cientes de suas qualidades e dificuldades.

5.2.2 Freqüência da prática esportiva

Quando questionados sobre a freqüência da prática de esporte, os entrevistados responderam que praticam esporte cinco dias por semana, no mínimo. Dois participantes praticam esporte todos os dias. Quanto à duração média em horas por dia, eles estimam em duas horas de atividades físicas por dia.

“Cinco vezes por semana, e dizem que menos do que isso faz até mal pra saúde.”

“Diariamente, inclusive fins de semana”

Este resultado comprova a mudança de hábitos do grupo pertencente a essa faixa etária, com uma vida ativa, sem sedentarismo que procura melhor qualidade de vida. Os entrevistados se encaixam no conceito apresentado por Schiffman e Sherman (1991 *apud* Longo, Silva e Sampaio, 2008) do “idoso da nova era” (new-age elderly).

5.2.3 Freqüência de participação de eventos esportivos

Quando questionados sobre a freqüência de participação em competições nacionais, os entrevistados responderam que participam de, no mínimo, dez eventos esportivos por ano, sendo que somente três desses eventos acontecem no Rio de

Janeiro. Em relação aos eventos internacionais, participam de pelo menos um evento por ano, mas já chegaram a participar de dois e até de três eventos internacionais em um mesmo ano. No ano passado, por exemplo, o grupo foi a dois campeonatos fora do país, um na Finlândia e outro na Austrália. Com isso, conclui-se que eles realizam, pelo menos, sete viagens nacionais e uma viagem internacional por ano.

“Uns 10. Quem participa, quem freqüenta mesmo assiduamente pelo calendário, são no mínimo 10 mesmo.”

Esses dados mostram uma oportunidade, visto que, o evento possui um potencial indutor turístico, reduz a sazonalidade, contribui para desenvolver uma imagem positiva da cidade-sede, gera emprego e renda, propicia o ingresso de divisas para o país, estado ou cidade (ANSARAH (2000). Além disso, eventos voltados para a terceira idade também podem ajudar a diminuir os impactos negativos da sazonalidade.

5.2.4 Motivação para viajar e para participar de eventos esportivos

Sobre o que motiva o grupo a viajar para participar de um evento esportivo, a resposta, com a qual todos os entrevistados concordaram, foi:

“Tanto pra competir quanto pra fazer turismo, uma tá ligada a outra.”

Essa resposta desafia a noção de Acevedo (1998) para quem indivíduos da terceira idade possuem uma “atitude negativa” em relação à prática de atividade física como motivação para viajar.

Sobre o que os motiva a viajar em geral, os entrevistados responderam: conhecer lugares novos, outras culturas e costumes, fuga da rotina. Convivência com o grupo, “farrá”, “volta a ser criança”, brincadeiras, a viagem aproxima mais o grupo que acaba se tornando uma segunda família.

“O gostoso da viagem é sair todos juntos, encontrar no aeroporto. É um convívio diferente. A gente volta a ser criança.”

Além dos motivos comuns a todos os turistas (conhecer novos lugares, culturas e costumes, fuga da rotina), as respostas dos entrevistados indicam algumas diferenças. Para Araújo (2004 *apud* OLIVEIRA; VIEIRA, 2008) o turismo para terceira idade tem efeitos positivos pois oferece opções de diversão e conhecimento, interação social, conquista de novas amizades, e minimiza a solidão. Dentre os motivos mais importantes para as pessoas de terceira idade viajarem, listados por Acevedo (1998), tem-se: experimentar coisas novas/visitas lugares novos (89%), escapar da rotina do dia-a-dia (82%) e encontrar pessoas e se socializar (61%).

5.2.5 Interesse no turismo local e gasto médio nas viagens

Todos os entrevistados relataram interesse no turismo no local quando viajam para participar de um evento esportivo. Eles alegaram que o investimento para ir ao evento é altíssimo, por isso querem aproveitar ao máximo. No entanto, os equipamentos turísticos da localidade do evento, geralmente, só são consumidos após a competição, pois no período de realização das provas os atletas ficam muito focados e concentrados. Esses resultados estão de acordo com a pesquisa participativa elaborada por Senfft (2004) que também observou que 100% dos 60 atletas pesquisados possuem interesse no turismo no local de realização das competições.

“A passagem para nós brasileiros é muito cara. Então quando você vai pra Europa, para a França, por exemplo, você aproveita e estende um pouquinho.”

Quanto a gastos médios, os entrevistados alegaram que o gasto médio das viagens depende do tipo de viagem, mas estimam gastar no mínimo R\$ 5.000,00 por viagem internacional.

Esse grupo se beneficia de vantagens oferecidas pelos locais do evento, como por exemplo, o direito de se locomoverem gratuitamente no transporte público.

O grupo entrevistado procura economizar sempre nas viagens. Não costumam freqüentar lugares caros, alugam carro e se hospedam em albergues, utilizam o meio de hospedagem apenas com o intuito de pernoitar, e preferem gastar para conhecer a cidade. Procuram restaurantes mais acessíveis, normalmente, comem em restaurantes que estão “no caminho”, não selecionam.

“A gente procura sempre economizar. Primeiro, nos hospedamos em albergues porque a gente quer conhecer a cidade.”

A escolha de se hospedarem em albergues reforça a nova imagem do idoso que quer aproveitar a vida, prefere conhecer novos lugares, ao conforto. E difere de estudos anteriores que indicaram o que consumidores da terceira idade preferiam viajar para *resorts*, com tudo incluído. (DINIZ, 2006 *apud* LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008)

Outro dado interessante é que o grupo entrevistado nunca utilizou nenhum tipo de serviço de agência para o planejamento de suas viagens. Fazem uso da internet para reserva de hospedagem, aluguel de ônibus e compra de passagem aérea. Nunca utilizaram os pacotes pós-eventos oferecidos, pois preferem fazer turismo por conta própria. Normalmente, quando chegam a uma localidade já fizeram uma extensa pesquisa anterior sobre seus atrativos.

5.2.6 Tempo de permanência

Nas viagens de competições internacionais os entrevistados prolongam entre 15 e 20 dias na região para realizarem turismo. Quando participam de eventos na Europa sempre conhecem outros países.

“Uma vez, fui pra uma competição na Itália, depois da competição fiquei passeando por lá e quando vi tava na Grécia.”

Esses resultados também desafiam estudos anteriores que sugerem que idosos preferem viagens curtas, pois se queixam que as viagens cansam. (LEE E TIDESWELL 2005 *apud* BACHA; VIANNA, 2008). Pode-se afirmar que muitos idosos que fazem parte deste segmento são saudáveis e com interesse em novas experiências e produtos.

Já em competições nacionais os entrevistados prolongam suas viagens por três ou quatro dias. Os eventos de atletismo no Brasil se restringem a sudeste e sul (não há eventos dessa natureza nas outras regiões do país), sendo realizados sempre nas mesmas cidades. Assim, os entrevistados argumentam que não se interessam mais em realizar turismo nesses locais. O fator segurança também foi apontado como um inibidor do turismo no país.

“Porto Alegre já fui mais de 20 vezes e em São Paulo mais de 300.”

Esse depoimento deve ser visto com muita atenção. É um ótimo indicativo de como o Brasil ainda tem muito para aproveitar do turismo de evento esportivo para a terceira idade. Percebe-se que é um público que está disposto a viajar, possui tempo e renda. No entanto, há poucas opções de novos locais para praticarem o turismo. Essa seria uma oportunidade para novos locais fora do eixo sudeste-sul captarem esse tipo de evento. Visto que, segundo Cezario e Veronez (2009) todos os tipos de eventos podem promover o turismo nos locais em que são realizados gerando renda, empregos e tributos, além do gasto médio e o tempo de permanência no destino do turista de eventos ser em média três vezes maior que os de turistas de lazer. (ESTUDO DE MERCADO DO SETOR DE TURISMO DE EVENTOS E NEGÓCIOS DE DISTRITO FEDERAL, 2005)

Como parceiro, as localidades têm o Programa de Apoio à Captação e Promoção de Eventos Internacionais, com foco na atração de eventos esportivos, lançado em maio de 2010 pela EMBRATUR, cujo o objetivo não é somente atrair eventos para o Brasil, mas diversificar as cidades que os recebem e trabalhar para prolongar o tempo de permanência do turista no país.

5.2.7 Acompanhante nas viagens

Os entrevistados afirmaram que não costumam levar acompanhantes nas viagens para eventos esportivos. Porém, informaram que muitos atletas levam cônjuges, filhos ou amigos.

“Eu levo sempre. Agora mesmo a gente tá indo pra um campeonato em Porto Alegre, e além das 12 do time de vôlei, tem mais 13 que vão pra aproveitar o turismo.”

“Eu já levei minha filha que levou uma amiga, aproveitou pra ir no grupo, quando nós fomos a Itália.”

“Eu tenho um amigo que sempre me acompanha.”

Os dados obtidos indicam que vários atletas da terceira idade que viajam para os eventos esportivos vão acompanhados por amigos ou familiares em suas viagens. Isso se apresenta como uma boa oportunidade para o turismo, visto que, além dos atletas que consomem o turismo pós-evento, há os expectadores que visitam os atrativos naturais, culturais ou mistos durante seu tempo livre no pré, trans ou pós-evento.

5.2.8 Patrocínios

Nenhum dos atletas entrevistados possui patrocínio. Segundo eles, esse é um fator que limita o número de viagens, pois precisam escolher de quais eventos irão participar. A falta de recursos impossibilita a participação em uma maior quantidade de eventos.

Um dos atletas diz o seguinte:

“Ninguém quer saber de velho. Só você teve o prazer de falar com velho.”

Essa fala comprova que mesmo com a mudança de hábitos e busca pela mudança da imagem, ainda há preconceito com os indivíduos dessa faixa etária. Sabe-se que o setor de esporte movimenta muitos recursos financeiros, segundo dados do MSI Sports (2009), estima-se que no Brasil o gasto com patrocínio esportivo ultrapasse a R\$ 1 bilhão por ano. No entanto, esse público continua à margem desse setor.

5.2.9 Discussão

Com base nos dados obtidos, pode-se dizer que os entrevistados pertencem ao grupo denominado “*enthusiastics go-getters*” que viajam em busca de novas experiências, companhia do grupo e aprendizado (DINIZ, 2006 *apud* LONGO; SILVA; SAMPAIO, 2008).

O grupo encaixa-se ainda na classificação apresentada por Solomon (2002) relacionada aos principais valores para os consumidores idosos: 1) autonomia: os consumidores deste segmento querem levar vidas ativas e serem auto-suficientes; 2) conexão: os consumidores deste segmento valorizam os elos que têm com seus amigos e sua família; 3) altruísmo: os consumidores deste segmento querem dar algo em troca para o mundo.

Em relação às motivações propostas por Moretto Neto e Smichitt (2008), os entrevistados demonstraram ter necessidades hedonistas/vivenciais que abrangem respostas, prazeres, fantasias e considerações estéticas subjetivas, freqüentemente aliadas ao processo de decisão final.

Quanto a distinção dos tipos de reação de fator motivacional, proposta por Goulding (1999 *apud* BACHA *et al.*, 2007), o grupo pesquisado se insere na tipologia “recreativa”, ou seja, indivíduos que não são movidos pelo desejo de reviver o passado, mas ao contrário, são membros de grupos sociais que tendem a viver os anos com baixo nível de alienação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi investigar o consumidor de turismo da terceira idade. Decidiu-se analisar em específico o turista de eventos esportivos, por observar uma nova tendência deste segmento que leva uma vida ativa, visando uma melhor qualidade de vida e convívio com um grupo social através da prática regular de esporte.

Para tanto, analisou-se por meio de discussão teórica os conceitos de turismo, especialmente o de eventos esportivos, e como este impulsiona a economia do país e o público da terceira idade que tem se destacado em número e em participação no mercado, chegando a representar 20% da receita de turismo do Brasil. Foram também analisadas as características da terceira idade, bem como seu comportamento de consumo, motivações para viagens e para prática de atividades físicas e a importância dos exercícios físicos regulares para se ter uma melhor qualidade de vida. Em seguida, foram apresentadas informações sobre a organização do esporte *master* no Brasil, sobre eventos esportivos voltados para a terceira idade e sobre o turismo voltado para esse segmento.

Para a realização da pesquisa de campo utilizou-se a metodologia qualitativa conhecida como grupo de foco. Foi entrevistado um grupo formado por seis atletas do atletismo, com idades entre 62 e 91 anos, membros do AVAT-RJ, que viajam com frequência para participar de competições esportivas.

Trata-se de um grupo indivíduos ativos, que realizam atividades físicas regulares, de cinco a sete vezes por semana, com duração média de duas horas por dia. Isso contribui para a manutenção da saúde tanto física quanto mental, como indicam vários autores. Os dados da pesquisa mostram que a escolha da prática de esporte para preencher o tempo livre adquirido com a aposentadoria está

relacionada ao estilo de vida cíclico, defendido por estudiosos como sendo a tendência desse segmento em reviver os melhores momentos de sua juventude.

Outro aspecto que mostra a importância desse segmento para o setor é o fato de ser unânime o interesse na realização de turismo no local de realização do evento e a disponibilidade de tempo para prolongar a viagem. Desta forma, a organização e execução de eventos programados nos períodos de baixa temporada turística por parte das associações *masters* nas esferas estaduais, nacionais e internacionais, em parceria com as representações do turismo nas localidades receptoras dos eventos, pode minimizar os impactos negativos da sazonalidade turística local por meio da captação de eventos esportivos voltados para a terceira idade. Com isso, há a necessidade de uma análise mais aprofundada sobre esse segmento da demanda turística.

Quanto à motivação para participar de eventos esportivos fora de seu entorno habitual, a pesquisa indica a vontade dos atletas de participar do evento e de fazer turismo. Além das motivações para viajar comuns a todas as pessoas – conhecer lugares novos, outras culturas e costumes, sair da rotina – observou-se que para este grupo a convivência alegre com outros atletas é um fator de grande importância. Isso está de acordo com estudos que indicam que os indivíduos pertencentes a terceira idade tem a tendência de formar uma segunda família com o grupo social no qual estão inseridos.

Alguns resultados interessantes desta pesquisa são contrários a visão geral que se tem sobre o turismo na terceira idade e devem ser mencionados, pois podem indicar tendências e oportunidades no segmento específico de atletas idosos. Por exemplo, os atletas entrevistados viajam em grupo, com grande frequência, tanto para eventos nacionais como para eventos internacionais (no mínimo dez eventos esportivos por ano); dispensam a ajuda de agentes de viagens e usam a internet para planejar toda a viagem; abrem mão de uma hospedagem de luxo para gastar mais conhecendo os lugares; não gostam dos pacotes pós-evento e preferem ter autonomia para explorar as localidades; pesquisam muito antes da viagem; gastam tempo depois do evento nos locais, especialmente se nunca estiveram antes lá; e muitos viajam acompanhados.

Outro ponto relevante encontrado na pesquisa foi relacionado ao patrocínio dos atletas, já que nenhum dos atletas pesquisados possui qualquer tipo de investimento ou apoio esportivo, o que impossibilita a participação em maior número de eventos. Entre outros fatores, isso pode estar relacionado ao preconceito ainda existente em relação aos idosos em nossa sociedade.

A realização deste estudo apresentou algumas limitações que devem ser consideradas para a melhor compreensão da análise realizada. Primeiramente, o fato de se tratar de um estudo qualitativo, que não permite que sejam feitas generalizações para a população de atletas idosos. Além disso, apenas um grupo de atletas ligados ao atletismo foi entrevistado. Outros grupos de atletas, pertencentes a outras modalidades esportivas, devem ser ouvidos no futuro para se possa compreender melhor esse fenômeno. A pesquisa foi realizada somente na cidade do Rio de Janeiro, dessa forma, obteve a opinião apenas dos atletas daquela região. A reunião do grupo aconteceu no ano de 2010, com isso, as análises e resultados apresentados devem estar contextualizados à época de sua realização.

Como sugestão de novos estudos tem-se a possibilidade de, a partir da utilização das descobertas presentes nesse estudo, realizar pesquisas quantitativas para confirmá-las ou não, de forma a fornecer um mapeamento mais completo do comportamento do consumidor

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, C.M.S.; Turismo para a terceira idade: refletindo o futuro. **Turismo: visão e ação**. ano 3. n. 7., jul. 2000/mar. 2001.

ANSARAH, M.G.R. Teoria geral do turismo. In: _____(org). **Turismo - como aprender, como ensinar**. 3 ed. São Paulo:Ed. Senac, 2000, p. 11-36.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ATLETISMO MASTER. Disponível em: www.abrambrasil.com. Acessado em 17 de fev. 2010.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MASTERS DE NATAÇÃO. Disponível em: www.abmn.org.br. Acessado em 12 de fev. 2010.

ASSOCIAÇÃO DE VETERANOS DE ATLETISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: www.avatrj.wordpress.com. Acessado em 17 de out. 2010.

BACHA, M.L.; VIANNA, N.W.H. Entendendo as atitudes da terceira idade das classes A e B de São Paulo em relação ao turismo. **Turismo em Análise**. v.19, n.3, dezembro 2008.

BACHA, M.L. *et al.* Turismo: um estudo exploratório sobre estado de espírito, duração e número de viagens da terceira idade. **Anais eletrônicos SEMEAD X**, 2007. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/128.pdf> . Acessado em 22 de out. 2009.

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13 ed. rev. e atual. Campinas são Paulo: Papirus, 2003 (coleção Turismo).

BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. 11 ed. São Paulo: Senac, 2006

BESEN, F.; MORETTO NETO, L. Turismo de eventos esportivos – A avaliação da contribuição para a economia da cadeia produtiva turística: um estudo de caso do *Ironman* Brasil 2005. **XII SIMPEP**. Bauru, SP. 2005. Disponível em: www.simpep.feb.unesp.br/anais/anais_12/copiar.php?arquivo=BESEN_F_TURISMO%20DE%20EVENTOS%20ESPORTIVOS.pdf>. Acesso em 12 de mar. 2010.

CAMARGO, L.O.L. Sociologia do lazer. In:_____. **Turismo - como aprender, como ensinar**. 3 ed. São Paulo: Ed. Senac, 2000, p.11-36.

CARVALHEDO, A. Turismo esportivo. In:_____. DACOSTA, Lamartine (org.) **Atlas do esporte no Brasil**. Rio de Janeiro: Confef, 2006. p. 18.131-18.132.

CEZARIO, F.; VERONEZ, R.M.B. Turismo de eventos: mercado potencial. Disponível em: <http://www.fibbauru.br/files/Turismo%20de%20eventos-%20mercado%20potencial.pdf>. Acessado em 12 de mar. 2010.

COMITÊ BRASILEIRO DE ESPORTE MASTER. Disponível em: www.cbem.org.br. Acessado em 14 de fev. 2010.

DIMENSIONAMENTO ECONÔMICO DO SETOR DE EVENTOS NO BRASIL, 2001. Disponível em: www.fbcvb.com.br/docs/downloads/fbcvb_pesquisa.pdf. Acessado em 16 de jan. 2010.

DEBERT, G.G. A antropologia e o estudo dos grupos e das categorias de idade. In:_____. BARROS, M.M.L. (org). **Velhice ou terceira Idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política**. reimpr. - 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007, p. 49-68.

DOMENICO, L.; SCHÜTZ, G.R. Motivação em idosos praticantes de musculação. **Lecturas: EF y Deportes**. Revista digital, Buenos Aires. ano 13. n 130. Mar./2009. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd130/motivacao-em-idosos-praticantes-de-musculacao.htm>. Acessado em 13 de jun. 2010

EL MUNDO DEPORTIVO. Disponível em: www.esportefino.net/quais-sao-os-principais-eventos-esportivos-do-mundo. Acessado em 05 de mai. 2010.

ESTADÃO. População idosa no Brasil é de 21 milhões de pessoas, diz IBGE. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/economia,populacao-idosa-do-brasil-e-de-21-milhoes-de-pessoas-diz-ibge,448382,0.htm>. Acessado em 22 de mar. 2010.

ESTUDO DE MERCADO DO SETOR DE TURISMO DE EVENTOS E NEGÓCIOS DO DISTRITO FEDERAL, 2005. Disponível em : www.df.sebrae.com.br/...setorial/turismo_eventos/.../Turismo%20de%20eventosWEB.pdf . Acessado em 15 de jan. 2010.

FEDERAÇÃO BRASILEIRA DE BASQUETEBOL MASTER. Disponível em: www.fbbm.org. Acessado em 17 de fev. 2010.

FERREIRA, S.C.D.; PESSETTO, E. As oportunidades das empresas para atender o consumidor da terceira idade brasileiro: Um estudo exploratório das significativas mudanças de atitudes e comportamentos deste mercado crescente. **X SEMEAD, 2007**. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/10semead/sistema/resultado/trabalhosPDF/139.pdf>. Acessado em 19 de outubro de 2009.

HERÉDIA, V. A velhice inusitada. In: _____ Souza, D.G. (org). **Amor scientiae: festschrift em homenagem a Reinhold Aloysio Ullmann**. – Porto Alegre : Ed. PUC-RS, 2002, p. 681-690.

HistóriaNet – A nossa história. Jogos Olímpicos na Grécia Antiga, Os. 2000. Disponível em <http://historianet.com.br/conteudo/default.aspx?codigo=210>. Acessado em 06 de mai. 2010.

HSM Management. Jogo está começando, O. n. 39. Jul./ago. 2003. Disponível em: <http://br.hsmglobal.com/adjuntos/14/documentos/000/061/0000061113.pdf>. Acessado em 17 de abr. 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em : www.ibge.gov.br. Acessado em 25 de Nov, 2010.

JACOB FILHO, W. Atividade física e envelhecimento saudável. **XI Congresso do desporto e educação física dos países de língua portuguesa**, 2006. Disponível em: <http://citrus.uspnet.usp.br/eef/uploads/arquivo/v%2020%20supl5%20artigo17.pdf>. Acessado em 18 de fev. 2010.

LONGO, M.P.; SILVA, F.A.F.; SAMPAIO, T.M.V. Lazer e terceira idade: estudo caso do departamento de Assistência Social da Prefeitura Municipal de Tietê-SP. 2008

MALAVASI, L.M.; BOTH, J.: Motivação: uma breve revisão de conceitos e aplicações. **Lecturas: EF y Deportes**. Revista digital, Buenos Aires. ano 10. n. 89, outubro de 2005. Disponível em: <http://www.efdeportes.com/efd89/motivac.htm>. Acessado em 16 de jun. 2010.

MARCELLINO, N. C. **Estudos do Lazer: uma introdução**. 4 ed. Campinas – SP: autores associados, 2006 (coleção educação física e esporte)

MARQUES, A.C. et al. Evolução do esporte, treinamento e performance: um universo em ciências do esporte. **Movimento & Percepção**. Espírito Santo do Pinhal, SP. v. 10, n. 14. Jan./jun. 2009. Disponível em: <http://boletimef.org/biblioteca/2359/Evolucao-do-esporte-treinamento-e-performance-em-ciencias-do-esporte>. Acessado em 15 de jan. 2010

MATSUDO, S.M. Atividade física na promoção da saúde e qualidade de vida no envelhecimento. **XI Congresso do desporto e educação física dos países de língua portuguesa**, 2006. Disponível em: <http://citrus.uspnet.usp.br/eef/uploads/arquivo/v%2020%20supl5%20artigo33.pdf>. Acessado em 25 de jan. 2010

MATTAR, M.F.; O comportamento do consumidor brasileiro da terceira idade para o mercado de residenciais especializados. **Anais eletrônicos VIII SEMEAD, 2005**. Disponível em: http://www.ead.fea.usp.br/semead/8semead/resultado/an_resumo.asp?cod_trabalho=311. Acessado em 18 de out. de 2009.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Eventos esportivos desenvolvem turismo em país-sede. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/200706285.html Acessado em 07 de mai. 2010.

MOLTENI, A.C.; PAIXÃO, D.L.D. A importância dos eventos esportivos para os destinos turísticos. 2010. Disponível em: <http://www.futebolesociedade.com.br/download/b9bb9fc26d66719dbbb4.pdf>. Acessado em 20 de mai. de 2010.

MORETTO NETO, L.; SCHMITT, V.G.H. Comportamento do consumidor do turismo: o turista estrangeiro em Florianópolis – Santa Catarina, Brasil. **Turismo em análise**. v. 19, n.3, dezembro 2008. Disponível em: http://www.eca.usp.br/departam/crp/cultext/revista_2.asp. Acessado em 10 de jun. 2009.

MSI MARKETING E SERVIÇOS DE INFORMAÇÕES. Disponível em: <http://www.msisports.com.br>. Acessado em 05 de mai. 2010

OLIVEIRA, E.P.; VIEIRA, L.D. Estudo sobre o comportamento da terceira idade com relação ao turismo em resort. **Anais eletrônicos SEMEAD XI**, 2008. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/semead/11semead/resultado/trabalhosPDF/128.pdf>. Acessado em 22 de out. de 2009.

PAIVA, M.G.M.V. **Sociologia do Turismo**. 9 ed. Campinas – SP: Papirus,. 2005 (coleção Turismo)

PEIXOTO, C. Entre o estigma e a compaixão e os termos classificatórios: velho, velhote, idoso, terceira idade... In: _____. BARROS, M.M.L. (org). **Velhice ou terceira Idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política**. reimpr. - 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007, p. 69-84.

PEREIRA, H.O.; LIMA FILHO, P.S.R. Movimentar é preciso: uma análise da relação entre exercício físico, motivação e terceira idade. 2009. Disponível em: <http://boletimef.org/biblioteca/2784>. Acessado em 10 de jun. 2010

RG Nutri – Identidade em Nutrição. História da Evolução do Esporte e da Nutrição Esportiva, A. Disponível em: <http://www.rgnutri.com.br/sqv/curiosidades/heene.php>. Acessado em 5 de mai. 2010

RUBIO, Katia. Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social. São Paulo: Casa do Psicólogo. 2007.

RUBIO, K. Origens e evolução da psicologia do esporte no Brasil. **Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales**. Universidad de Barcelona. vol. VII, nº 373, 10 de mayo de 2002. Disponível em: <http://www.ub.es/geocrit/b3w-373.htm>. Acessado em 5 de mai. 2010.

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. **Comportamento do consumidor**. cap. 2. 6 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2000.

SENFFT, M.D. Lazer saudável na terceira idade. **Caderno Virtual de Turismo**, v.4, n.4, 2004. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewissue.php?id=15>. Acessado em 10 de jun. 2009.

SIMÕES, J.A. “A maior categoria do país”: o aposentado como ator político. In: _____. BARROS, M.M.L. (org). **Velhice ou terceira Idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política**. reimpr. - 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007, p. 35-48

SOLOMON, M.R. **O comportamento do consumidor – comprando, possuindo e sendo**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

SOUZA, T.R. Lazer, turismo e políticas públicas para terceira idade. **Revista científica eletrônica em turismo**. ano III, ed. 4, jan. 2006. Disponível em: <http://www.revista.inf.br/turismo04/artigos/art01.pdf>. Acessado em 10 de jun. 2009.

STUCCHI, D. O curso da vida no contexto da lógica empresarial: juventude, maturidade, e produtividade na definição da pré-aposentadoria. In: _____. BARROS, M.M.L. (org). **Velhice ou terceira Idade? Estudos antropológicos sobre identidade, memória e política**. reimpr. - 4 ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2007, p. 35-48.

THE NATIONAL SENIOR GAMES: THE SENIOR OLYMPICS. Disponível em: www.ohioseniorolympics.org. Acessado em 18 de mai. 2010.

Turismo de Eventos. Publicado em RIO ESTUDOS, n. 84. Dezembro, 2002. Coleção Estudos da cidade. Disponível em: http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br/arquivos/129_turismo%20de%20eventos.PDF. Acessado em 16 de janeiro de 2010

WORLD MASTERS ATHLETICS. Disponível em: www.world-masters-athletics.org. Acessado em 16 de fev. 2010.

WORLD MASTER GAMES. Disponível em: http://en.wikipedia.org/wiki/World_Masters_Games. Acessado em 10 de jun. 2010.

WORLD SENIOR GAMES. Disponível em: www.seniorgames.net . Acessado em 15 de mai. 2010.

ANEXO A

Carvalho (2006) apresenta uma cronologia do turismo esportivo/evento de turismo esportivo no Brasil da década de 1940 até 2002.

Década de 1940 - Raimundo Castro Maia traz os primeiros equipamentos de mergulho esportivo para o Brasil logo após a criação do Aqualung, criando um suporte de incentivo, ao esporte praticado na natureza.

1945 - A Corrida de São Silvestre, evento anual da cidade de São Paulo desde a década de 1920, passa a aceitar competidores de outros países, tornando-se o primeiro mega evento esportivo brasileiro a constar dos calendários internacionais e, portanto, referência turística.

1950 - Inauguração do Estádio Mário Filho – Maracanã, no Rio de Janeiro - RJ, para sediar a Copa do Mundo de Futebol realizada naquele ano. Este estádio passa a ser o maior do mundo, com capacidade para 200.000 pessoas, tornando-se um dos símbolos do Brasil no exterior. Sobrevive no local um museu do futebol brasileiro que, embora incipiente e desaparelhado para o turismo atual, ainda atrai visitantes.

Década de 1970 - Época dos primeiros festivais de surfe em Saquarema – RJ, atraindo milhares de jovens para a Região dos Lagos, litoral norte fluminense.

1970 - Primeiro vôo de balão como esporte – balonismo – no Brasil, marcando a expansão dos esportes da natureza no país e conseqüente crescimento de seus meios de atração do turismo interno e externo.

1971 - Primeiro GP Brasil de Fórmula 1, prova automobilística hoje responsável por projetar o país no exterior e gerar importantes retornos e renda de turismo, sobretudo interno.

1974 - Primeiros vôos de asa delta, no Rio de Janeiro e em São Paulo. Hoje o esporte já conta com mais de 4.500 adeptos no Brasil (incluindo o Parapente). Na cidade do Rio de Janeiro, os vôos de asa delta constituem, na atualidade, um pólo de atração turística. O Sertão Central do Ceará é, por sua vez, conhecido internacionalmente hoje, como um dos melhores locais para vôos de longa distância em todo o mundo, atraindo todos os anos praticantes desta modalidade para o

Estado. O município de Governador Valadares, local, até então, sem atrativos turísticos, também se tornou um pólo de turismo esportivo no Estado devido à prática deste esporte.

1981 - Entrada no mercado, em larga escala, das bicicletas de Mountain Bike, geradora do cicloturismo.

1982 - Criação da primeira operadora de Rafting do Brasil em Três Rios – RJ.

1986 - Primeiro evento internacional de Volley de Praia, com atletas de expressão mundial, na Praia de Copacabana – RJ, reforçando a feição esportiva da imagem turística projetada por aquele local.

1987 - Criação da Comissão Técnica Nacional, com representantes da EMBRATUR e do IBAMA, cujo objetivo era monitorar o Projeto de Turismo Ecológico. Esta foi a primeira iniciativa governamental de proceder a uma proposta de ordenação do Ecoturismo no Brasil. Primeiro Mundial de Volley de Praia em Ipanema – RJ.

1989 - Introdução do canyoning no Brasil por um grupo de espeleólogos paulistas. Hoje, este esporte de aventura e de turismo soma cerca de 2.000 praticantes no país e conta com mais de 10.000 participantes de operações comerciais.

Década de 1990 - Criação do parapente. Consolidação do mercado de rafting no Brasil. Lançamento das candidaturas de Brasília e do Rio de Janeiro para sediar os Jogos Olímpicos, cuja seleção inclui exigências de alta relevância em termos de recepção turística e preservação ecológica. Os resultados, nos dois casos, foram frustrantes em razão da falta de conhecimento esportivo por parte dos elaboradores das propostas, como também da equivocada contratação de consultoria estrangeira, para projetos que deveriam mostrar capacitação técnica nacional.

1993 - Primeira final da Liga Mundial de Volleyball no Brasil, assinalando a vocação de mega eventos existente no Brasil.

1994 - Elaboração do documento “Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo” por vários ministérios e agências do Governo Federal, da iniciativa privada e de diversas ONGs brasileiras. Primeira edição internacional do Rally dos Sertões – maior rally da América Latina.

1996 - Jogos Mundiais da Natureza em Foz de Iguaçu – PR, reforçando a concepção do turismo receptivo da chamada Costa Oeste do Paraná. Este mega evento foi planejado como estímulo à criação de uma infra-estrutura hoteleira e de

esportes de água, terra e ar ao longo dos 300 quilômetros de margens do lago delimitado por Brasil, Paraguai e Argentina.

1998 - Primeira edição da Corrida de Aventura EMA, maior corrida de aventura do Brasil, no litoral norte de SP.

1999 - Primeiros trabalhos com arvorismo para Ecoturistas em SP. Primeira edição da Adventure Sports Fair em SP – maior feira de esportes e turismo de aventura da América Latina.

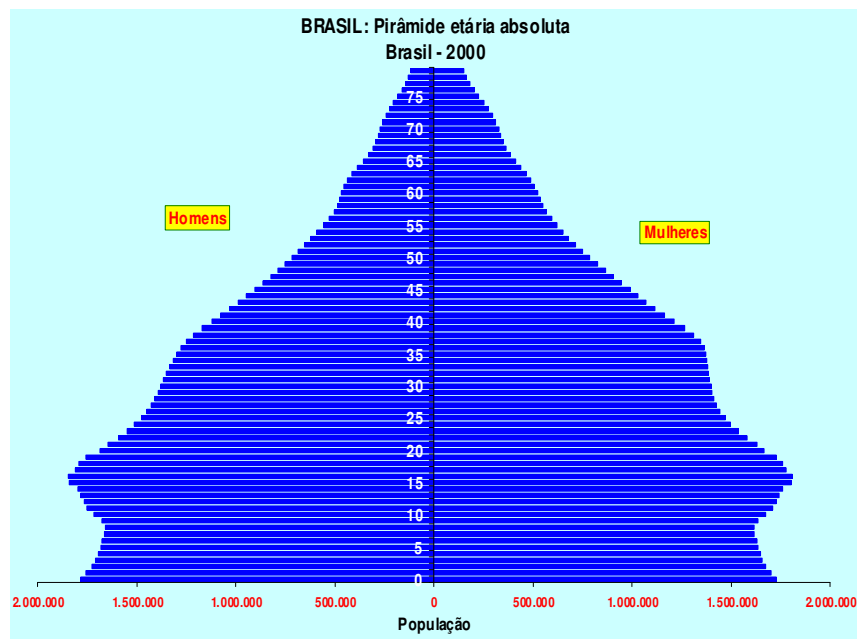
2001 - Elaboração e veiculação nacional, por parte do Governo Federal, do Projeto Pólos de Desenvolvimento do Ecoturismo, iniciativa para a regulamentação da prática em todo o território brasileiro, maximizando seu potencial de atuação e recepção de novos turistas para áreas ainda pouco exploradas por esta indústria no Brasil.

2001/2002 - Início dos preparativos no Comitê Olímpico Brasileiro para as candidaturas de São Paulo e do Rio de Janeiro aos Jogos Olímpicos de 2012, seguindo-se da elaboração de projetos destas duas principais cidades do país que contemplam, em suas prioridades, o turismo esportivo. Em termos técnicos, estes estudos de viabilidade representam a maturidade no Brasil nas abordagens de turismo esportivo ativo, de turismo esportivo de eventos, e de turismo esportivo de visita.

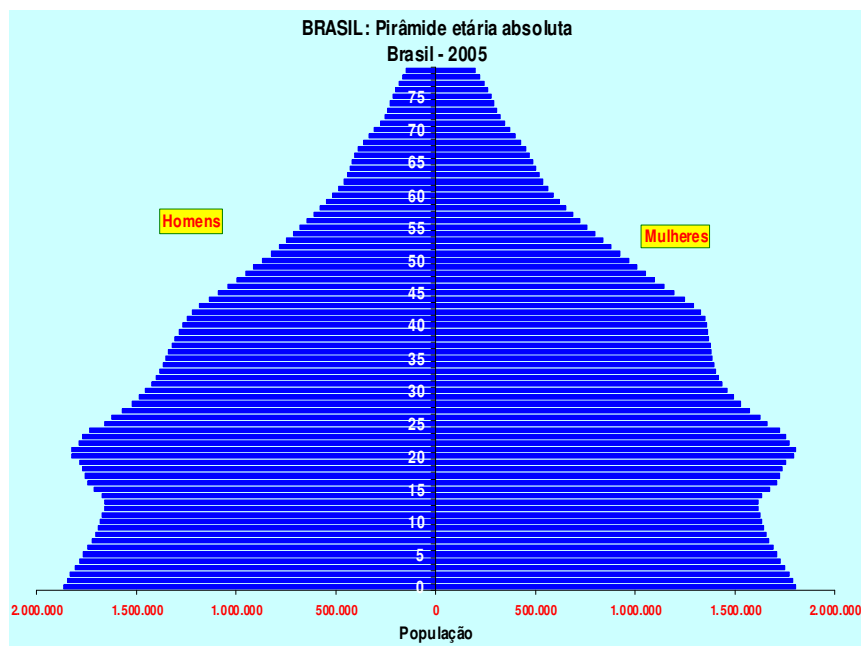
2002 - Ano Internacional do Ecoturismo. Primeira edição dos XGames – finais latino-americanas, no RJ.

ANEXO B

Evolução da população brasileira do ano 2000 até 2050.

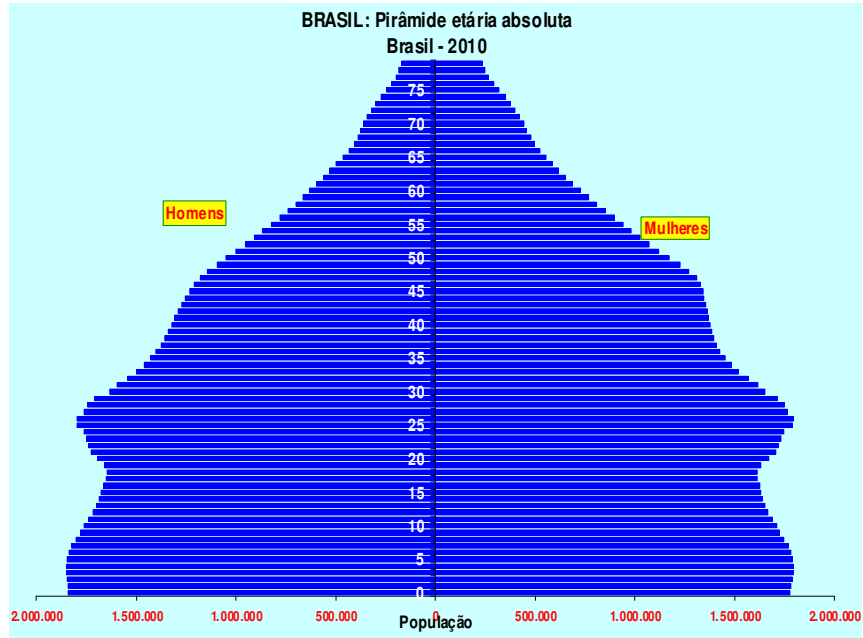


Fonte: IBGE

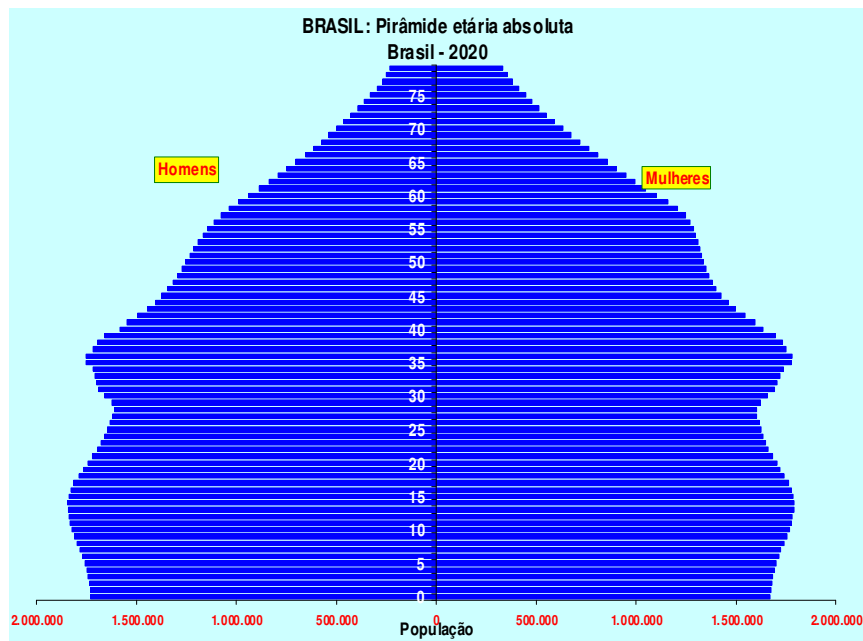


Fonte: IBGE

ANEXO B

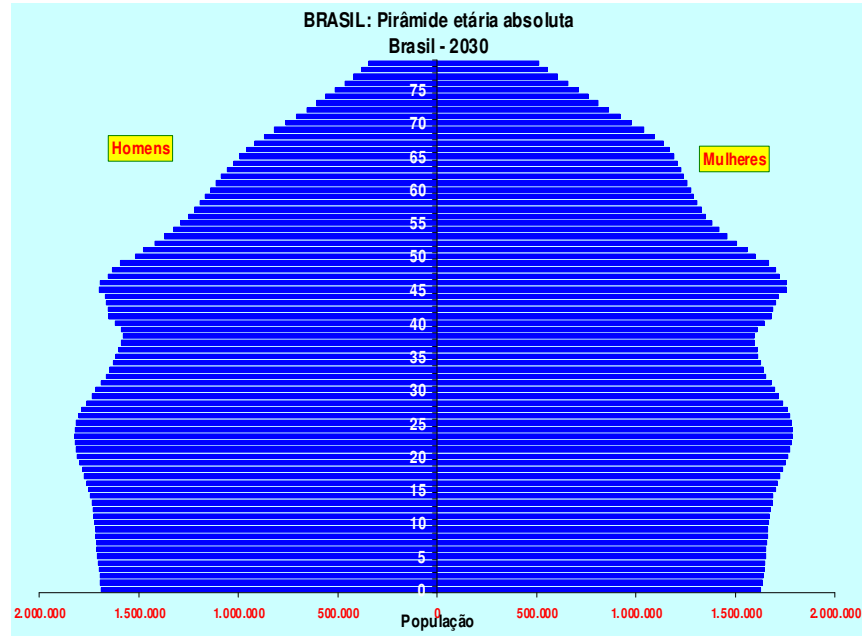


Fonte: IBGE

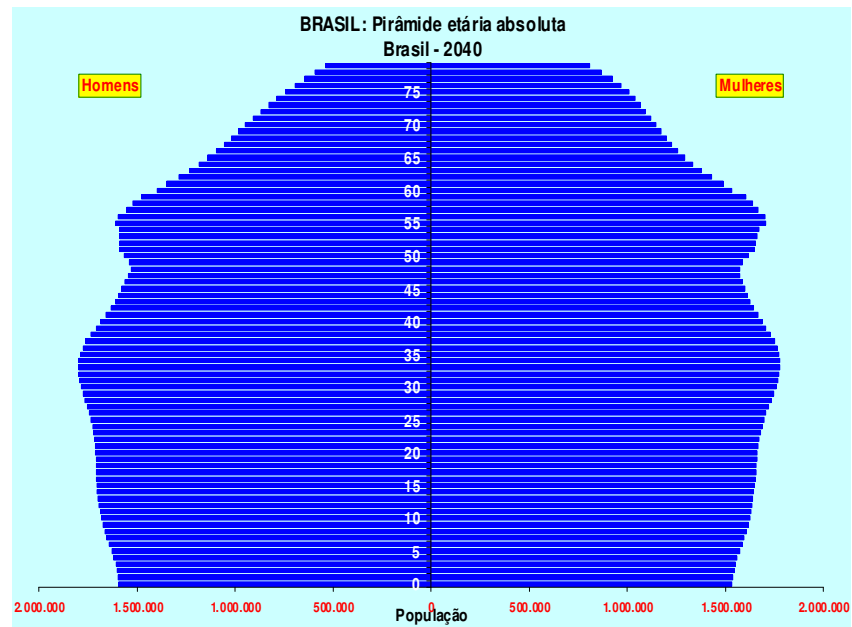


Fonte: IBGE

ANEXO B

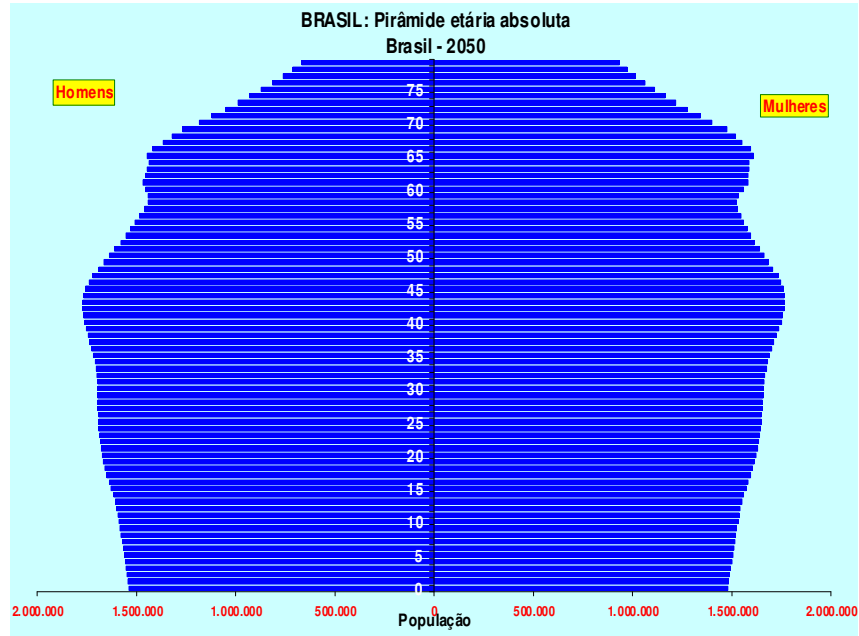


Fonte: IBGE



Fonte: IBGE

ANEXO B



Fonte: IBGE

APÊNDICE A

Entrevista referente a pesquisa de campo com os seis atletas idosos, que viajam freqüentemente para participar de eventos esportivos. A pesquisa aconteceu em maio de 2010.

Entrevistadora: “Meu nome é Renata. Eu já expliquei para vocês, mas vocês têm mais alguma dúvida? Querem perguntar mais alguma coisa ou já... Então agora, eu ia pedir pra vocês, um por um, começar a apresentação, o nome de vocês, o sexo, a faixa etária, a ocupação, local de residência... vocês devem ser aposentados...”

Voz: “então vamos começar pelos mais velhos.”

Frederico: “Nome: Frederico Hochstatter; idade: 91; profissão: trabalho até hoje, mais de quarenta e ... 62 anos.”

Entrevistadora: “ E o senhor mora onde?”

Frederico: “Laranjeiras.”

Renata: “e vocês podem falar mais ou menos uma média de renda... porque isso é importante para a pesquisa... uma média mais ou menos, se não quiserem falar, fiquem bem à vontade. O número de salários mínimos, se preferirem não falar também não tem problema.”

Frederico: “R\$ 2.700,00.”

Entrevistadora: “Tá ótimo, obrigada.”

Ícaro: “O segundo sou eu, Ícaro Moreno, 80 anos, profissão: aposentado, Você quer saber o que eu fazia antes? Fui delegado de policia de primeira classe da Polícia Militar do Rio de Janeiro, moro na Barra da Tijuca, Alpha Barra 2.”

Entrevistadora: “E a renda do senhor... mais ou menos... quantos salários mínimos?”

Ícaro: “R\$ 10.000,00.”

Entrevistadora: “Obrigada. Quem vai ser o próximo?”

Margarida: “Margarida Stella Hochstatter, eu sou aposentada, 65 anos, eu trabalhava na Caixa Econômica Federal e eu era avaliadora de penhores e ganhava em media R\$7.000,00.”

Entrevistadora: “Quem é a próxima?”

Alda: “Eu. Alda Rodrigues. 74 anos. Antes eu era servidora pública e agora sou aposentada servidora pública federal. Salário médio de servidor público é R\$ 1.000,00... R\$ 1.500,00. Eu moro em Duque de Caxias, cidade pacata e ordeira.”

Alguém: “... Eu estou com 69 as vésperas de 70, moro em botafogo e a renda é na faixa de R\$ 6.500,00... R\$ 7.000,00 e sou aposentada da Caixa Econômica.”

Luis Felipe: “Meu nome é Luis Felipe de Souza Pereira. Vou fazer 62 anos agora em junho, sou aposentado também e antes eu era professor de educação física do município. Tenho uma renda média de R\$ 4.000,00. Moro na Barra.”

Entrevistadora: “Agora eu vou fazer umas perguntas e vocês vão respondendo. O que motiva vocês a praticar esportes?”

Margarida: “eu comecei muito jovem depois parei, fiquei 28 anos parada, trabalhando, criando filhos e quando pensei em aposentar queria ter uma outra ocupação, então resolvi voltar a correr e aí me acostumei, gostei e acho que isso me melhorou na saúde e tudo e além disso a convivência, porque o que acontece você vai pra casa e fica isolada e aqui você ouve um falar, outro também e isso rejuvenesce porque além de ter contato com as pessoas da mesma idade a gente também tem contato com as pessoas mais jovens ali na pista. Então, isso para nós é muito importante, o convívio etc.

Ícaro: Eu queria dizer que minhas razões são exatamente iguais as da Margarida. Me aposentei e vi que teria problemas se não fizesse alguma coisa, então comecei com esse grupo ai a 7 anos atrás e to muito satisfeito.

Alguém: da mesma forma que a Margarida eu antes mesmo de me aposentar eu vivia sonhando com o dia que eu me aposentasse pra fazer as coisas, assim, o que eu gosto que é vôlei, atletismo. Enfim... praticar esporte pra conservar até a saúde, né? E a gente faz realmente um intercâmbio muito grande com outras pessoas de outros estados, de outros países. Eu acho que o esporte propicia você está com outras pessoas de outros lugares e principalmente preservando a saúde, né?

Luis Felipe: No meu caso, eu sempre pratiquei esporte como amador, eu fiz escola de educação física, já participei de vários torneios, competições continentais, jogos universitários, e foi um prolongamento das minhas atividades. Então eu entrei aqui pra associação vinte e poucos anos atrás e estou até hoje. E tem também o aspecto

da saúde, né? Você se sente bem melhor, mais jovial, apesar da idade ir avançando, parece que a velhice demora mais a chegar.

Alda: eu comecei em 92 quando me aposentei, mas antes, quando eu trabalhava, eu só fazia natação, mas era uma coisa esporádica, porque eu tinha bronquite e achei q melhorei um pouco fazendo natação, aí como não era uma coisa regular, não tive o resultado muito bom. Depois que me aposentei, fui fazer natação de forma correta e fiquei boa, to assintomática de bronquite e aí em 2000 comecei a correr, comecei naquela corrida do câncer de mama, me empolguei e to até hoje.

Entrevistadora: Qual é a freqüência que vocês praticam esportes por semana?

Ícaro: cinco vezes por semana, e dizem q menos do que isso faz até mal pra saúde.

Alguém: diariamente, inclusive fins de semana.

Luis Felipe: praticamente todos os dias.

Alda: menos sábado e domingo. Só quando tem competição.

Entrevistadora: e qual a duração dessa prática por dia?

Ícaro: 2 horas por dia.

Luis Felipe: Umas 2/3 horas por dia.

Alguém: O meu caso não é o atletismo, meu caso é o vôlei. Treinar eu treino duas vezes por semana, mas jogar, assim “pelada”, é praticamente todo dia depois da ginástica. Todos os dias e ainda tem fim de semana na praia.

Alda: Na média de 1 hora e meia a 2 horas.

Entrevistadora: Qual é a freqüência de participação de vocês em competições nacionais por ano?

Luis Felipe: Nós temos um calendário né? Temos competições aqui no Brasil, temos competições no exterior.

Margarida: Aqui no nosso estado, no Rio de Janeiro, temos 3 competições de pista e 2 de rua. E nós fazemos todo ano competição em Viçosa, todo ano tem há 10 anos eles fazem e nos convidam, e Ribeirão Preto também vamos todos os anos de 2 em 2 anos temos o Brasileiro, que varia de cidade, e também de 2 em 2 anos temos o Troféu Brasil.

Luis Felipe: Nos anos pares temos o Campeonato Brasileiro e nos anos ímpares o Troféu Brasil.

Margarida: Tem também o sul-americano.

Luis Felipe: T sul-americano coincide com o Campeonato brasileiro, que são nos anos pares e o mundial nos anos ímpares junto com o Troféu Brasil, e de 4 em 4 anos tem o Master Games.

Entrevistadora: e vocês participam de todos esses campeonatos?

Luis Felipe: Nem todos porque incide o aspecto financeiro. Porque nós não temos patrocínio, a gente que paga tudo.

Entrevistadora: Quantos campeonatos vocês participam por ano, em média?

Luis Felipe: Uns 10. Quem participa, quem frequenta mesmo assiduamente pelo calendário, é no mínimo 10 mesmo.

Ícaro: O último campeonato mundial foi na Finlândia, nós fomos e estava mais calor do que no Rio. Eu levei roupa para inverno e passei sufoco. Mas foi muito bom o campeonato lá na Finlândia.

Margarida: Ano passado teve na Finlândia e depois na Austrália.

Entrevistadora: Quantos eventos internacionais por ano vocês participam?

Luis Felipe: Internacional pelo menos 1.

Entrevistadora: Vocês têm o interesse pelo turismo no local da realização do evento?

Alguém: Sim.

Entrevistadora: O que motiva vocês a viajarem pra participar do evento esportivo?

Luis Felipe: Tanto pra competir quanto pra fazer turismo, uma tá ligada a outra.

Margarida: A passagem para nós brasileiros é muito cara. Então quando você vai pra Europa, para a França, por exemplo, você aproveita e estende um pouquinho.

Margarida: Estivemos na Itália há 3 anos atrás, e de lá fomos a Suíça, da Suíça fomos para Alemanha depois França, Áustria.

Luis Felipe: Eu particularmente, na época que eu trabalhava, como professor do município, eu tinha uma dispensa de ponto por participar de competições pelo Brasil e eu sempre usei isso.

Entrevistadora: E com relação aos pacotes pós-eventos que algumas agências oferecem, vocês aderem a esses pacotes ou fazem por conta própria?

Todos: Por conta própria.

Luis Felipe: Agente já sai daqui com tudo pronto. Albergue, trem, tudo no esquema.

Alda: Eu vendi um apartamento pra fazer isso.

Entrevistadora: Qual é o gasto médio de vocês nessas viagens?

Alguém: varia muito. Depende se é Euro, Dólar, Peso argentino...

Luis Felipe: Em Real fica no mínimo por R\$ 5.000,00. E nós temos umas vantagens, por exemplo, ganhamos um crachá que nos dá direito a andar de graça nos transportes públicos.

Ícaro: Mas patrocínio mesmo nenhum de nós temos. "Ninguém quer saber de velho. Só você teve o prazer de falar com velho."

Entrevistadora: O que vocês costumam consumir mais nos lugares onde competem, costumam ir nos lugares mais batidos ou tentam sair um pouco do tradicional, mais alternativo?

Alguém: Quando estamos na competição mesmo é difícil você ter tempo até para passear, mas fora da competição né...

Alda: Depende de cada um. Do dinheiro.

Luis Felipe: Depende da disponibilidade financeira de cada um. Mas geralmente vamos pra lugares não muito caros.

Margarida: Às vezes nós alugamos um carro e vamos pra lugares que longes.

Luis Felipe: A gente procura sempre economizar. Primeiro, nos hospedamos em albergues porque a gente quer conhecer a cidade. E restaurante a gente procura o mais acessível, escolhemos conforme o caminho que a gente faz.

Ícaro: Um exemplo, quando nós fomos na Alemanha a gente queria ir num restaurante de comida alemã, aí passamos por um, entramos e comemos gostamos muito da comida alemã.

Luis Felipe: A gente aproveita as oportunidades, eu tava na Austrália e comi filé de canguru.

Entrevistadora: em quantos dias vocês prolongam a viagem, em média?

Luis Felipe: de 15 a 20 dias. Uma vez, fui pra uma competição na Itália, depois da competição fiquei passeando por lá e quando vi tava na Grécia.

Ícaro: Quando fomos pra Finlândia, ficamos 5 dias em Londres e 5 dias em Paris, prolongamos 10 dias.

Entrevistadora: E quando o evento é nacional?

Margarida: De 3 a 4 dias.

Luis Felipe: Porque aqui a gente não tem interesse, porque as competições aqui se restringem no sudeste e sul, não tem no nordeste, não tem no norte. Para Porto Alegre fui mais de 20 vezes e em São Paulo mais de 300.

Entrevistadora: O que motiva vocês a viajar, tirando a competição?

Luis Felipe: Conhecer lugares e culturas diferentes.

Ícaro: O prazer de conhecer coisas novas, os costumes de outros povos, a comida.

Margarida: O gostoso da viagem é sair todos juntos, encontrar no aeroporto. É um convívio diferente. A gente volta a ser criança.

Ícaro: O grupo se torna uma segunda família.

Entrevistadora: Quando vocês viajam, costumam levar família e/ou amigos?

Luis Felipe: Eu tenho um amigo que sempre me acompanha.

Margarida: Eu já levei minha filha que levou uma amiga, aproveitou pra ir no grupo, quando nós fomos a Itália.

Ícaro: Eu sou bem casado, há 56 anos mas minha mulher não gosta, então vou sempre sozinho. Ela tem medo de avião.

Alguém: Eu levo sempre. Agora mesmo a gente tá indo pra um campeonato em Porto Alegre, e além das 12 do time de vôlei, tem mais 13 que vão pra aproveitar o turismo.

Entrevistadora: E são vocês mesmos que fazem o itinerário de vocês?

Luis Felipe: Sim, eu sento no computador e faço meu trajeto todo. A internet ajuda muito, faço a reserva do albergue pela internet, tudo.

Margarida: As passagens de trem.

Entrevistadora: Ah, então acho que é isso, né?