

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
FACULDADE DE TURISMO E HOTELARIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM HOTELARIA
Raphaela Corrêa da Fonseca**

**HOSTELS E A MELHOR IDADE:
A INSERÇÃO DO PÚBLICO IDOSO EM ALBERGUES**

Niterói, 2014

RESUMO

FONSECA, Raphaela Corrêa da. Hostels e Melhor Idade: Inserção do Público Idoso em Albergues. 26p. Trabalho de Conclusão de curso. Graduação. Faculdade de Turismo e Hotelaria. Universidade Federal Fluminense. Rio de Janeiro, 2014.

RESUMO: O turismo, com o tempo, vem tomando forças cada vez mais em uma vertente denominada Melhor Idade. Nessa vertente, a hospitalidade vem ganhando cada vez mais importância e se transforma em um fator decisivo para a escolha de um meio de hospedagem que servirá de lar temporário para os turistas enquanto estão longe de suas casas. Os turistas que fazem parte do segmento populacional denominado Melhor Idade vem optando por hospedagens mais simples e receptivas como Hostels, ou Albergues da Juventude, a Hotéis, não somente pela diferença de preço mas também por agregar outros fatores importantes. Esses meios de hospedagens estão prontos para receber essa nova demanda? A partir disso, o presente artigo propõe identificar e caracterizar o perfil dessa nova demanda, assim como suas necessidades e preferências, através de pesquisas de campo feitas com uma amostra desse segmento, de forma a saber como os meios de hospedagens estão se preparando para recebê-los.

Palavras-chave: Melhor Idade. Turismo. Hospitalidade. Hostel. Albergue da Juventude.

ABSTRACT: The tourism comes, with time, is increasingly gaining strength in a shied named Best Age. In this shied, the hospitality is gaining each time more importance and turning itself in a decisive factor to the choice of a hosting place that will suit as a temporary home for tourists while they are away of their homes. The tourists that are part of this population shied called Best Age come choosing simpler receptive lodgings like Hostels, or Youth Hostel, than Hotels, for the difference of price but also for adding other important factors. Are these hosting places ready to receive this new demand? Therefore, the present article proposes to identify and profile of this new demand, as well as their needs and preferences, through field surveys made with a sample of this segment, in order to know how the hosting places are preparing to receive them.

KEY WORDS: Best Age. Tourism. Hospitality. Hostel. YouthHostel.

INTRODUÇÃO

Os Hostels, nomenclatura também utilizada para se referir aos Albergues da Juventude, costumavam ser conhecidos como meios de hospedagem alternativos e econômicos e com uma reputação um tanto depreciativa, arraigada por ideias que vem de muitos anos, de que não possuíam limpeza adequada ou refinamento e com serviços simples e, em sua maioria, com grande presença de autoatendimento, de acordo com Silva (*et. al.*, 2011). Com seus quartos compartilhados e clima descontraído, atraíram mochileiros e viajantes do mundo todo que precisavam apenas de um lugar confortável para dormir, enquanto desbravavam as novidades da cidade na qual estão inseridos. Porém, com o passar dos anos, a ideia de um meio de hospedagem simples, mudou.

Cada vez mais, é comum encontrar grupos de todas as idades, incluindo a Melhor Idade, viajando mundo a fora e se hospedando em Albergues da Juventude. Cada vez mais, a ideia marginalizada do que seriam esses meios de hospedagem vem sendo modificada e adaptada a um novo conceito de qualidade, serviço e atendimento. As diferenças entre Albergues da Juventude e Hotéis são listáveis, como exemplifica o manual da SEBRAE/MS (s.d.): os tipos de serviços oferecidos que são reduzidos, a estrutura, facilidades, assim como também o público alvo e a vivência constante e direta com as outras pessoas hospedadas. Características presentes no dia a dia de um albergue que difere do cotidiano de um hotel. Esses são pontos decisivos na escolha do meio de hospedagem de um viajante, o tipo de experiência que ele quer ter e o que ele espera do lugar para onde vai. Os jovens mochileiros estão sempre a procura de novas experiências e de um contato direto com o maior número de pessoas possíveis, locais e de outras partes do mundo e veemo albergue como um lugar para novas amizades, descansar por alguns momentos e depois apenas sair para desbravar horizontes, porém isso também vem sendo observado no público da Melhor Idade.

Eles estão a procura de novos tipos de hospedagem que possam lhes proporcionar uma nova experiência e desfrutar mais das cidades e das novidades que elas apresentam do que dos serviços e comodidades que antigamente esse público mais “maduro” costumava preferir.

A proposta da pesquisa que deu origem a este artigo foi caracterizar e identificar as preferências e as restrições que o público da melhor idade encontra na hora de optar por esse meio de hospedagem, extra hoteleiro, no qual há restrição de conforto se comparado aos hotéis clássicos. Assim, formulou-se a pergunta: em que medida o equipamento Hostel, Albergue da Juventude, atende as expectativas do público da Melhor Idade?

A partir disso foi necessário aprofundar os estudos teóricos a respeito da hospitalidade, priorizando aqueles autores que a discutem por meio de um viés comercial, já que o trabalho trata de meios de hospedagem profissionais, o que deu origem ao primeiro capítulo.

O segundo capítulo aborda especificamente a história dos meios de hospedagem, já que a albergue é uma derivação das antigas hospedarias e seria necessário verificar se a ideia que persiste na sociedade de um espaço sem conforto ou higiene é histórica ou não fundamenta-se no resgate teórico. O capítulo deixa claro que os diversos tipos de meios de hospedagem mesclam-se, não sendo possível definir uma diferenciação entre os Albergues da Juventude e os Hostels.

A partir desse ponto, era preciso investigar mais a fundo o público alvo deste trabalho, a Melhor Idade. Assim, o terceiro capítulo trouxe as principais informações a respeito dos hábitos de viagem desse público, conforme o Ministério do Turismo (BRASIL, 2010).

Tendo as bases teóricas consolidadas para esta pesquisa qualitativa, pode-se realizar uma pesquisa de campo. Esta foi realizada por meio de um questionário semi estruturado, aplicado a esse segmento populacional, com perguntas relacionando as suas preferências e restrições na hora de optar por um meio de hospedagem, bem como visando identificar, quais são os meios utilizados para encontrá-los.

A pesquisa demonstrou que o público da Melhor Idade está optando pelos Hostels como um meio de hospedagem, embora eles não estejam totalmente preparados para receber esse público. Fica evidente que o fator mais preponderante na escolha desse meio de hospedagem é mesmo a localização e que o perfil desses viajantes ainda não é completamente atendido.

1 DAS DEFINIÇÕES DE HOSPITALIDADE

A palavra hospitalidade, de acordo com Walker (2002), deriva de *hospice* (asilo, albergue), uma antiga palavra francesa que significa “dar ajuda/abrigo aos viajantes”. Também se deve considerar que o significado clássico dessa palavra difere muito do que se entende por hospitalidade atualmente, de acordo com Grinover:

[...] a hospitalidade clássica, no sentido histórico do termo, consistia em satisfazer as necessidades básicas e as necessidades de segurança, e em certos casos, de reconforto e de afeto, das pessoas, se deslocando por meio de uma relação gratuita. (GRINOVER, 2009, p.7)

Apesar de, mais recentemente, esse termo ter sido empregado com um viés mais comercial, o sentido histórico do termo ainda se encontra presente em certos aspectos, pois ser hospitaleiro, acima de tudo, também é receber bem e oferecer o que se tiver de melhor para o próximo, conforme explica Grinover:

A hospitalidade indica a ultrapassagem de um espaço e a implantação de um ritual de acolhimento. Acolher o outro significa, então, aceitá-lo e recebê-lo no lugar onde nos encontramos: na nossa casa, na nossa cidade, colocando à disposição do outro o melhor de nós: o melhor que possuímos como anfitriões (GRINOVER, 2009, p.6).

É importante destacar que a hospitalidade é uma ferramenta importante que pode vir a auxiliar essa compreensão das características dessas pessoas. Pode-se entender hospitalidade por:

Conjunto de leis não escritas que regulam o ritual social e cuja observância não se limita aos usos e costumes das sociedades ditas arcaicas ou primitivas. (CAMARGO, 2004, p.17)

Saber receber e integrar pessoas de diferentes idades, cultura, que falam outras línguas e possuem outros costumes faz parte de ser hospitaleiro, e essa hospitalidade quebra paradigmas, diferenças sociais e pré-conceitos que muitas

vezes foram estabelecidos a milhares de anos e que não se aplicam a realidade (CAMARGO, 2004).

A hospitalidade é baseada em uma dinâmica tríade, dar-receber-retribuir, pois apesar das relações humanas atuais estarem muito envolvidas com contratos e serviços prestados pagos, no turismo, uma das mais importantes relações é a da experiência, é a dádiva da hospitalidade que parte de uma pessoa, espontaneamente, é recebida e logo depois retribuída, como explica Camargo:

Dar, receber e retribuir, também são três deveres que ele entendeu como uma chave explicativa das relações sociais. O contato humano não se estabelece como uma troca, como um contrato. Começa como uma dádiva que parte de alguém. A retribuição é uma nova dádiva que implica em um novo receber e retribuir, gerando dons e contradons, num processo sem fim (CAMARGO, 2004, p.16).

Segundo Camargo (2004), o é possível perceber em certos meios de hospedagem, principalmente os mais luxuosos, os procedimentos mecânicos e estritamente formais de lidar com o hóspede. Essa padronização, muitas vezes, pode ser entendida como frieza e indiferença, e isso também influencia muito na opção que as pessoas farão em relação a local no qual se hospedar. A hostilidade é o oposto da hospitalidade, em outras palavras,

Recusar um presente, uma honraria, uma lembrança, é algo que ainda soa insultuoso mesmo em nossos dias. Não aceitar a dádiva, desencadeia o mecanismo oposto ao da hospitalidade, que é a hostilidade, palavra da mesma raiz etimológica (CAMARGO, 2004, p.21).

Portanto, a formalidade extremista muitas vezes pode ser vista como um ato de hostilidade e não ser bem recebida pelo turista e esse é um dos fatores determinantes do público alvo dos empreendimentos hoteleiros, bem como dos segmentos turísticos atendidos pelos meios de hospedagem.

Recentemente, verifica-se que o mercado percebeu que alguns clientes, muitas vezes, trocam serviços de luxo por um serviço um pouco mais simples,

porém hospitaleiro, aquele que faz sentir acolhido e bem recebido (OTTO, 2010)¹ e isso também se aplica ao turismo na melhor idade.

Para Grinover, a hospitalidade, com o passar dos anos, se transformou em: “[...] um modo de garantir a heterogeneidade da cidade e a riqueza de sua sócio diversidade, que encontra sua forma quase que determinante no espaço social e antropológico.” (GRINOVER, 2009. p.7)

Em tempo, iniciando na década de 1990, houve um crescimento importante do número de turistas no país que se dedicavam ao pós-turismo. Esses turistas preferem um local mais confortável e repleto de serviços para se hospedarem, bem como maior distanciamento da comunidade local. Os hotéis desse segmento devem se preparar para receber o turista que pouco vai usufruir da cidade, mas vai necessitar de mais opções de lazer para aproveitar a cidade (MOLINA, 2003).

O que tem sido observado recentemente contraria essa visão. Um número muito grande de meios de hospedagem alternativos tem surgido no mercado nacional. São 3.491 leitos em pensões, como cama e café, 3.804 em Hostels, 22.478 leitos em imóveis para aluguel e 29.940 motéis, segundo Pesquisa de Serviço e Hospedagem, do IBGE em parceria com o MTur². Analisando os dados dos últimos anos de pesquisa, parece que, ao invés de viajar e se hospedar em hotéis de luxo, com todos os serviços que um lugar pode oferecer para facilitar a estadia, parte dos turistas tem preferido outro tipo de segmento, um segmento cujas instalações são mais simples ou rústicas, mas que oferecem uma aproximação entre hóspede e comunidade local muito maior, como Hostels e Pousadas.

Esses turistas estão se encaixando também em um conceito que vem sendo utilizado por Hostels que é “O mundo é maior que o seu quarto³”, ao invés de ir para um lugar e desfrutar de todo o conforto de um Hotel sofisticado, os turistas estão desfrutando das novidades do país, da cidade onde estão, da arte e cultura local e utilizando seu local de hospedagem apenas para descansar por certos períodos e

1 Brasil. Disponível em <http://www.administradores.com.br/artigos/economia-e-financas/a-hospitalidade-e-o-luxo-em-2010/43495/> último acesso em 09/11/2014

2 BRASIL. Ministério do Turismo. Disponível em http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140227.html último acesso em 09/11/2014

3 Conceito utilizado por Adriana Setti – Autora do livro “De mala e cuia: tudo o que você precisa saber para morar, estudar, trabalhar e se divertir na Europa”. Na edição especial Revista Viagem e Turismo.

desfrutar de toda a simples, porém hospitaleira, gama de serviços disponíveis, indiferente a limitações e a procura de novas experiências. Tudo indica que estes turistas tenham o perfil do turista de experiência, onde, na visão de Panosso Netto e Gaeta (2010), os serviços e bens ofertados devem ser uma experiência para todas as pessoas envolvidas no processo, turistas e os que ofertam os serviços. Nesse caso, a qualificação dos recursos humanos e competência profissional são de prioridade para a prosperidade do empreendimento, pois essa modalidade turística exige profissionais que consigam responder de forma criativa esses novos desafios, já que a experiência é pessoal e única de acordo com a visão de cada pessoa que a está vivenciando (PANOSSO NETTO e GAETA, 2010).

A experiência possui conteúdos importantes. É o mundo em si, que nos é representado, e o modo como encaramos e vivemos o mundo é manifesto por nossas palavras e atitudes. O relacionamento com a própria experiência envolve memória, reconhecimento e descrição, todos aprendidos por habilidades exercidas nas relações interpessoais, seja em grupo mais restrito, seja na sociedade (Oxford: Oxford University Press, 1996, p. 130 apud NETTO e GAETA org., 2010, p. 26).

O que nos leva a um tipo específico de hospitalidade, a chamada hospitalidade comercial, do que podemos entender, segundo Camargo:

Da dádiva à relação comercial, o devido substitui a dádiva. A atenção e o serviço são contratuais e não objetos de dádiva e o cliente é qualificado pelas “exigências” relacionadas à regra do preço justo que mediatiza as relações sociais. As relações não são imediatas e os conflitos, mediatizados, não opõem diretamente os protagonistas, fazendo intervir um terceiro abstrato – espécie de “contrato” - que serve ao mesmo tempo como regulador, mas também como escapatória. (CAMARGO, 2009, p.7)

Isso demonstra que a hospitalidade encontrada nos estabelecimentos comerciais atuais, está implícita quando há o respeito de oferecer ao próximo tudo o que foi estabelecido previamente ao primeiro contato entre os dois. Quando as duas partes honram essa espécie de contrato, os dois saem satisfeitos e a hospitalidade é recíproca, ela funciona como um medidor a partir das preferências do cliente e de quem oferece o serviço. Ela também se encontra da forma que o staff do

estabelecimento lida com imprevistos que podem vir a alterar certas normas pré-estabelecidas. Existem alguns protocolos fornecidos por uma empresa de gerenciamento de viagens chamada *Compagnie des wagons-lits*, que depois da guerra, no ano de 1952, criou uma lista para auxiliar modos típicos de interações, dentre eles, estava o papel que o agente receptor teria que prestar diante ao visitante dizendo que “o agente tem um papel difícil que exige tato e diplomacia, pois frequentemente os viajantes o têm como responsável por incidentes independentes de sua vontade [...] Ele deve acalmar o viajante. Uma palavra adequada e um sorriso evitam muitas reclamações. Não se deve jamais incitar um passageiro a reclamar. O agente não deve se deixar intimidar” (Aide mémoire des contrôleurs, 1952)

Essa iniciativa não está incluída em contratos, porém, é o termômetro de quando há hospitalidade em um estabelecimento comercial atual, e esses pequenos fatores é que diferenciam um estabelecimento de outro, e o que o torna opção preferencial de determinado público.

2 TIPOLOGIAS DE MEIOS DE HOSPEDAGEM

Dentre os tipos de meios de hospedagem extra hoteleiros, esse artigo tem a pretensão de se ater aos albergues, porém, se faz necessário entender a evolução da hotelaria pois os albergues não foram sempre iguais. Desde seu surgimento, já passaram por diversas modificações, conforme a evolução dos meios de hospedagem.

O turismo necessita de equipamentos que servem para hospedar os turistas, e, de acordo com Silva (*et. al.*, 2011, p. 77) “esses empreendimentos são considerados de acordo com as suas características como hoteleiros e extra-hoteleiros.” Para Montejano (2001) em Silva (*et. al.* 2011, p. 161) são “estabelecimentos mercantis que prestam diversos tipos de alojamento distintos dos que oferecem os hotéis, devido a sua diferente ordenação legal, infraestrutura, preços e serviços.” Já para Giaretta (*in* TRIGO, 2005) é, a capacidade para a infraestrutura de hospedagem no destino e, muitas vezes, até uma oferta de lugar para dormir.

Para “possibilitar uma concorrência justa entre os meios de hospedagem do país e auxiliar brasileiros e estrangeiros em suas escolhas” (SBClass, BRASIL, 2010s.p), o Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem – SBClass⁴- conceituou e caracterizou oito tipos de meios de hospedagem: Hotel, Resort, Hotel Fazenda, Cama e Café, Hotel Histórico, Pousada e Flat.

De acordo com Silva (at. al. 2011) tudo começou na Idade Média, com a queda do império romano (século V), os principais motivos que levavam as pessoas a viajar ou eram religiosos ou de lazer e a hospitalidade era prerrogativa de ordens religiosas. Já entre os séculos VIII e XI, de acordo com Castelli (2006), a hospitalidade começou a recuperar sua importância social e o desenvolvimento econômico auxiliou a expansão pelo mundo da hospedagem profissional como, por exemplo, tabernas e estalagens que auxiliavam os viajantes, a cavalo, a descansar e pernoitar para depois seguir viagem.

Por volta do século XVI, de acordo com Silva (*et. al.* 2011), a criação das carruagens reduziu o tempo de viagem e incentivou o desenvolvimento dos balneários ingleses, que por viajar longas distâncias a cavalo, necessitavam de um certo tempo para descansar e também dar descanso a sua montaria, logo procuravam hospedagens perto das estradas.

Conforme o tempo vai passando, a qualidade do serviço prestado e a profissionalização deste vai evoluindo e se adaptando a modernidade. Assim, aparecem também as PublicHouses, que eram tipos de acomodações que acolhiam viajantes, eram casas particulares que ofereciam comida e repouso. De acordo com Grassi:

O que caracteriza no Ocidente o nascimento dos albergues e, depois, da hospedaria é, portanto, a instauração da troca do pagamento pelo alojamento; isso se deveu a emergência de uma população cada vez maior de peregrinos, de viajantes diversos, pessoas que na Idade Média utilizam a via para se deslocar (2011, p. 528).

Na Grécia antiga, por exemplo, eram conhecidos vários tipos de hospedagem. Uma espécie de hospedagem familiar, conhecida por *pandokeion*, simples pousadas, com algumas similaridades com acampamentos, tendas, etc..conhecido

4 BRASIL. SBClass. Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem. Disponível em <http://www.classificacao.turismo.gov.br> último acesso em 08/11/2014

por *katalyseis*, existiam também alguns estabelecimentos provados que eram encontrados em beira de estradas também conhecidos por *katagogeion*, porém, todas essas formas de hospitalidades eram reservadas a pessoas que tinham conhecidos nos locais que visitavam. A primeira forma hoteleira que era reservada para o público em geral, pessoas que não tinham conhecidos, a dita clientela popular, eram os albergues, o último recurso para quem não conhecia ninguém. A literatura latina contém muitas anedotas sobre lugares perigosos e mal-afamados que tratam de negócios suspeitos em albergues e estalagens. O albergue, era visto como local mantido por mulheres ou escravos alforriados, as vezes por um homem de origem oriental, sempre se tratando de uma classe inferior, suspeita e desprezada. (GRASSI, 2011)

Em 1690, de acordo com Grassi (2011), o sentido pejorativo do termo *auberge* muda e perde, de certa forma, a força em relação ao preconceito arraigado ao nome, porém, a palavra não se torna sinônimo de hospedaria “casa onde se dá de comer”, como muitos pensam e na literatura fala-se mais de “cenas albergues”, conotado como lugar de aventuras, de encontros inesperados e mais ou menos recomendáveis, onde tudo é possível.

Já no século XIII encontra-se a palavra *Hostel* que de acordo com Rey (1746) significava, originalmente, acampamento provisório, e logo depois, residência, alojamento, abrigo. E logo depois, Grassi (2011) afirma que com o passar do tempo e as mudanças culturais e geográficas a palavra foi tomando significados diferentes conforme as particularidades. Foi assim que, entre o século XVI e XIX, apareceu um termo rústico chamado *hôtel*, estabelecimento amplamente urbano.

O primeiro Hotel, foi construído em 1794, na América, chamado de City Hotel, com 27 unidades habitacionais no qual, pagando apenas o equivalente a R\$2,00 o cliente tinha direito a passar a noite e a quatro refeições. Casas semelhantes a essa eram chamadas de *publichouse*, embora não fossem ainda meios de hospedagem profissionais semelhantes aos hotéis atuais. O que se sabe é que, do City Hotel em diante surgem diversas tipologias distintas de meios de hospedagem. (Chon e Sparrowe, 2003)

Porém, nenhum deles possuíam as características de um Albergue da juventude, segmento mais próximo aos hostels atuais. De acordo com Silva (*et. al.* 2011, p.93):

Os Albergues da juventude, ou hostels, são meios de hospedagem normalmente com unidades habitacionais de uso coletivo e com um preço mais acessível. São muito comuns na Europa e em alguns países sul-americanos. No Brasil, a modalidade está se difundindo entre os jovens, principalmente nas cidades maiores como o Rio de Janeiro e São Paulo.

Ou seja, a grande diferença dos Albergues da Juventude para os outros tipos de meios de hospedagem são os quartos e banheiros coletivos e serviços mais baratos. Silva também acrescenta que “são largamente procurados pelos viajantes chamados ‘mochileiros’ que costumam fazer viagens de baixo custo” (*et. al.* 2011 p. 94), os serviços são reduzidos e o autoatendimento é muito comum já que é necessária redução de custos para manter um preço adequado para o público em questão. Porém, um diferencial é que muitos albergues possuem um atendimento de certa forma mais especializado para o seu tipo de público o que se torna muito positivo e a interação entre os hóspedes é muito recorrente, sendo esse, um dos motivos que atraem muitos turistas para esse tipo de hospedagem (SILVA *et. al.*, 2011).

2.1 DAS HOSPEDARIAS AOS HOSTELS

De acordo com o manual da SEBRAE/MS⁵, esse segmento da Hotelaria teve início há 80 anos em Altena, na Alemanha. Criado a partir de uma ideia do professor Richard Schirmann e como objetivo principal de proporcionar um tipo de hospedagem barata para jovens e promover a integração entre eles. No final da década de 1920, o alberguismo se difundiu por toda a Europa. Em 1932, foi criada a Federação Internacional de Albergues da Juventude – Hostelling International, uma associação com o conceito de viagem que difunde a descoberta de novas culturas e pessoas com um turismo econômico e acessível para todas as idades e, hoje, estão em mais de 60 países. A maioria dos Hostels são filiados e credenciados a essa

5 BRASIL. SEBRAE. Disponível em <http://www2.ms.sebrae.com.br/uploads/UAI/fichastecnicas/alb.pdf> último acesso em 09/11/2014

marca e muitos turistas possuem carteirinhas de alberguistas e com elas conseguem descontos em todos os Hostels filiados ao redor do mundo.

No Brasil, esse movimento teve início na década de 1960, a partir de uma iniciativa isolada de dois educadores que conheceram o mesmo movimento na Europa. (SEBRAE/MS, s.d.).

Os educadores cariocas Joaquim e Ione Trotta, depois de viajar para a França, trouxeram a ideia ao país. O primeiro Hostel do Brasil recebeu o nome de “Residência Ramos” e ficava no bairro de Ramos, do Rio de Janeiro, onde funcionou até 1973. (APAJ)⁶

A partir daí, os Albergues da juventude acompanharam o crescimento e desenvolvimento do parque hoteleiro nacional, com ampliação mais recente, após a década de 1990 (CHON e SPARROWE, 2003). Na medida em que novos tipos e cadeias de meios de hospedagem avançam no país, o aumento da concorrência faz com que o padrão de organização e higiene dos Hostels também se eleve e, para mantê-los, há uma inspeção de qualidade naqueles que são credenciados pela Federação Brasileira de Albergues da Juventude⁷, que estabelece certos critérios a esse respeito como, por exemplo, de conservação e consumo de recursos ambientais, higiene, segurança, privacidade. É ainda importante fornecer informações turísticas da localidade e auxiliar o turista da forma que puder para facilitar sua estadia, serviço de guarda de bagagem, roupa de cama, cozinha, entre outros

Paralelamente ao crescimento das diferentes tipologias de meios de hospedagem, é possível notar o crescimento de nichos e segmentos de mercado, entre eles tipologias de turistas que se encontram melhor estabelecidos em alguns meios de hospedagem, como é o caso dos turistas de negócios em meios de hospedagem urbanos com locais para realização de eventos. Como o foco deste trabalho são os turistas da melhor idade e sua inserção em albergues, faz-se

6 APAJ. Associação Paulista de Albergues da Juventude. Disponível em http://www.alberguesp.com.br/site/conteudo.asp?id_subsecao=2&id_categoria=0&id_conteudo=18 último acesso 09/11/2014.

7 Federação Brasileira de albergues da Juventude, disponível em <http://www.hihostelbrasil.com.br/> último acesso 09/11/2014

necessário, neste ponto da pesquisa, uma maior investigação a respeito desse público específico.

3 INSERÇÃO DA MELHOR IDADE NO TURISMO

A Organização Mundial do Turismo (OMT) classifica o Turismo como: “atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócio e outros.” (OMT, 2001). O termo terceira idade pode ser entendido como forma de tratamento que era comumente utilizada nos anos 1970 na França para se referir a idosos, substituindo o termo velhice, que era uma definição desgastada e que remetia ideias depreciativas (FROMER; VIEIRA, 2003).

Atualmente conhecido como Melhor Idade, termo utilizado pelo Ministério do Turismo⁸ para caracterizar a etapa da vida de uma pessoa que dispõe de maior “tempo livre” e “recursos financeiros para desfrutar” desse tempo. Essa atividade vem crescendo junto com a expectativa de vida da população e mostrando que é necessário quebrar todo o conceito ultrapassado do papel do idoso na sociedade brasileira, preconceitos que muitas vezes acabam limitando o potencial desse seguimento da sociedade, pois eles estão ativos, participativos e prontos para desfrutar o resultado de todo o trabalho que exerceram por tantos anos (MTUR, BRASIL, 2014).

É importante destacar que os parâmetros que foram adotados para auxiliar a determinação do ingresso do ser humano na dita terceira idade foram os de 65 anos, para países desenvolvidos, e o de 60 anos para todos os em desenvolvimento, que acabou tomando por princípio a expectativa de vida das suas populações. Já no ano de 2000, a Organização das Nações Unidas (ONU), para padronizar, determinou como 60 anos o início da Terceira Idade (FROMER; VIEIRA, 2003).

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013), a tendência de envelhecimento da população ganha força a cada ano e em

⁸ BRASIL. Ministério do Turismo. Disponível em <http://www.turismo.gov.br> último acesso em 07/11/2014.

2030, o total de pessoas acima dos 60 anos, no Brasil, será maior que o total de crianças com até 14 anos. De acordo com essa pesquisa, esses idosos são em maioria mulheres com 55,7%, brancas com 54,5% e que residem em áreas urbanas (84,3%) e a principal fonte de rendimento é a aposentadoria, ou a pensão, o que equivale a 66,2% da população idosa e chega a 74,7% ao tratar de idosos acima de 65 anos.

Porém, é importante não pensar na Melhor Idade estatisticamente, pois, levando em conta todas as mudanças que ocorrem com a pessoa a partir de uma certa idade, destaca-se que acarretam algumas limitações e mudanças comportamentais, portanto, se faz necessário uma maior compreensão de todas as suas características para que assim sua inclusão possa ser bem sucedida, como de acordo com Cavalcante, é importante não tratar a chegada de um indivíduo a terceira idade apenas como um dado estatístico porque é inevitável não haver certas mudanças comportamentais ocasionadas pelo aumento das limitações e da idade que vão surgindo com o passar dos anos, e dessa forma, pessoas de determinada faixa etária vem sendo estudadas por um viés psicológico que trabalha com um objeto de estudo científico de avaliação e intervenção no comportamento humano. Sendo assim, se faz necessário entender seu perfil psicológico para, então, serem feitas intervenções a nível social, terapêutico, cognitivo e educativo (CAVALCANTE, 2002).

Diante desse novo quadro demográfico, algumas mudanças estão se tornando cada vez mais evidentes no setor nacional de serviços. A partir disso, é possível encontrar programas como o Viaja Mais Melhor Idade, uma iniciativa do Ministério do Turismo de inclusão social que auxiliam pessoas na faixa acima dos 60 anos, aposentados e pensionistas a “viajar e usufruir os benefícios da atividade turística, como forma de fortalecimento do setor no Brasil” (MTUR, BRASIL, 2000). Esse programa oferece descontos e vantagens para todos os inscritos pelo site o que incentiva cada vez mais o turismo da terceira idade.

O Turismo para a Melhor Idade vem crescendo e é importante que esse pensamento de investir nessa segmentação seja de conhecimento público como de acordo com os pensamentos de Beauvoir:

A velhice é apenas mais uma fase da existência, diferente da juventude e da maturidade, mais dotada de um equilíbrio próprio e deixando aberta ao indivíduo uma ampla gama de possibilidades. (BEAUVOIR, 1990, p.15)

Levando a crer que essa é uma área do turismo ainda a ser explorada corretamente de forma que ela possa vir a contribuir com o desenvolvimento turístico e auxiliar a suprir o problema recorrente da sazonalidade, que é muito comum ao se tratar do Turismo, estimulando outros segmentos populacionais e trazendo benefícios as regiões turísticas. (BACAL, 1992)

Com isso, de acordo com Krippendorf:

Conceder ao turismo uma face mais humana é despertar e explorar plenamente o enorme potencial que permanece adormecido em cada indivíduo. Essa tarefa, extremamente útil mas ao mesmo tempo difícil de colocar em prática, é da alçada de uma animação bem compreendida, isto é, definida como uma educação para a viagem. (KRIPPENDORF, 2000, p.177)

Dar ao turismo a oportunidade de explorar novos segmentos que podem vir a auxiliar ativamente em seu desenvolvimento e humanizá-lo, além de também buscar um nível de educação para viagem, tanto do turista, quanto de quem o recebe, é uma forma de ampliar toda a capacidade e potencial de criação e de relacionamento que só vêm a acrescentar essa atividade no país.

4 PROCEDIMENTOS E MÉTODOS DA PESQUISA

Para responder algumas perguntas levantadas durante o artigo e buscando entender o comportamento e as especificidades do público da Melhor Idade que se hospeda em Hostels, foi determinado o uso de uma metodologia exploratório-descritiva, realizada por meio do uso de um questionário semiestruturado, direcionado a esse segmento turístico, composto de brasileiros e estrangeiros, aplicado no bairro de Copacabana, no Estado do Rio de Janeiro.

Esse questionário foi aplicado oralmente no período de 09 de outubro a 22 de outubro de 2014 em Hostels no bairro de Copacabana somando um total de 30

entrevistados com mais de 60 anos, afim de, primeiramente, traçar um perfil das pessoas que decidiam se hospedar em Hostels (visando objetivamente, verificar se trata-se de um pós-turista ou de um turista de experiência), e, secundariamente apurar quantas vezes em média a pessoa viaja por ano para identificar se é uma opção recorrente ou algo atípico.

Também foi questionado em que tipo de meios de hospedagem a pessoa já se hospedou, já que a revisão bibliográfica traçada no capítulo 2 demonstrou que existem diversos meios diferentes de hospedagem, hoteleiros e extra hoteleiros.

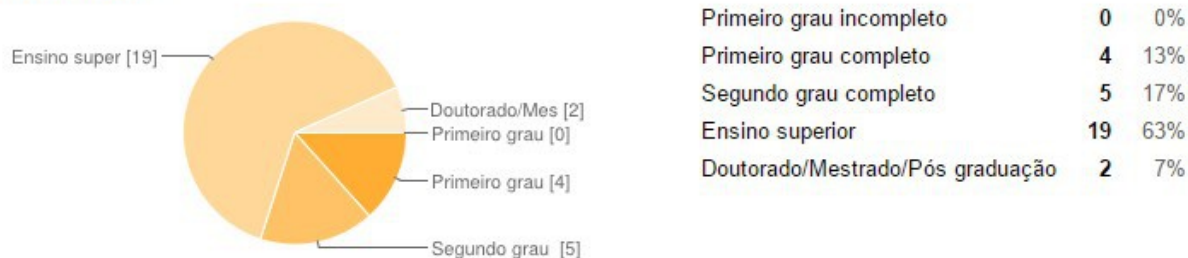
Entre as questões, foi necessário inferir as prioridades do turista da melhor idade ao escolher o tipo de lugar onde se hospeda, assim como apontar o que não os agrada em um meio de hospedagem e o que lhes é inaceitável. Essas perguntas tinham o objetivo claro de determinar se a opção por um hostel pode ser eliminada das possibilidades de um viajante da melhor idade, em função de algum requisito que o mesmo não oferte.

Preocupou-se, também em verificar se, ao viajar, o mais importante para o idoso é o lugar em que está ficando ou aproveitar o que a cidade tem para oferecer, o que auxiliaria a caracterizar melhor o turista com relação aos ambientes necessários ao hostel.

5 ANÁLISE DE RESULTADOS

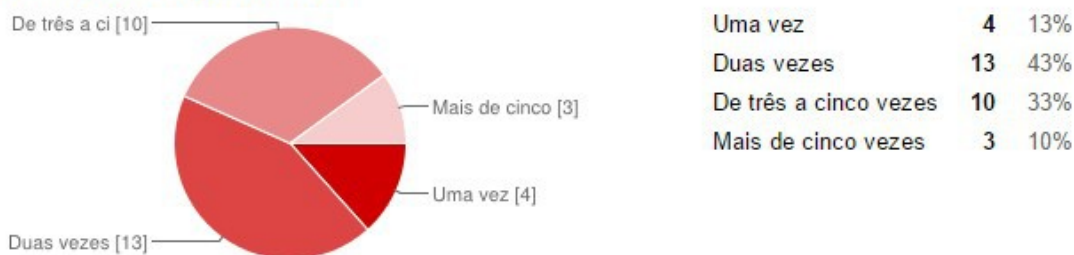
Após coletar os dados da pesquisa, foi possível identificar que dentre o universo dos entrevistados, 53% deles eram do sexo feminino e 47% do sexo masculino, dentre os quais 70% tinham entre 60 e 70 anos e 30% tinham mais de 70 anos. 70% dos entrevistados eram de nacionalidade brasileira.

Em relação a escolaridade para traçar um perfil social entre os entrevistados o gráfico a seguir demonstra o resultado:

Escolaridade**Figura 1.** Nível de escolaridade dos entrevistados**Fonte:** elaboração própria

O gráfico acima demonstra que a maior parte dos entrevistados da amostra possuem ensino superior e certo nível de escolaridade em relação aos outros entrevistados.

Em relação as suas práticas nas atividades de turismo, é importante identificar, dentre eles, quais realmente tem o habito de viajar com frequência e quais viajam apenas ocasionalmente. O gráfico abaixo mostra a frequência em suas atividades turísticas.

Quantas vezes viaja por ano?**Figura 2:** Número de viagens por ano dos entrevistados**Fonte:** elaboração própria

A figura 2 faz destacar que 33% dos entrevistados viajam de três a cinco vezes por ano. É importante frisar que 53% da amostra, admite que viajam preferencialmente sozinhos enquanto 47% preferem viajar em grupos. A tendência que aparece na amostra da pesquisa difere um pouco da ideia coletiva de que pacotes turísticos para grupos de idosos são a principal forma de vender para esse

segmento da população e mostra que a real tendência é que eles se insiram cada vez mais na sociedade de forma individual e independente. Chama atenção, portanto, que só 13% dos entrevistados viaje apenas uma vez ao ano, sinalizando que os idosos pesquisados estão acostumados a viajar.

Ao serem questionados em que tipos de meios de hospedagem já ficaram entre as opções de uma lista integrada ao questionário, a que vem na liderança é o Hostel, que foi apresentado com três nomenclaturas diferentes: Hostel, Albergue e Hospedaria, pois é observado que algumas pessoas os conhecem por nomes diferentes, como mostra o gráfico abaixo.

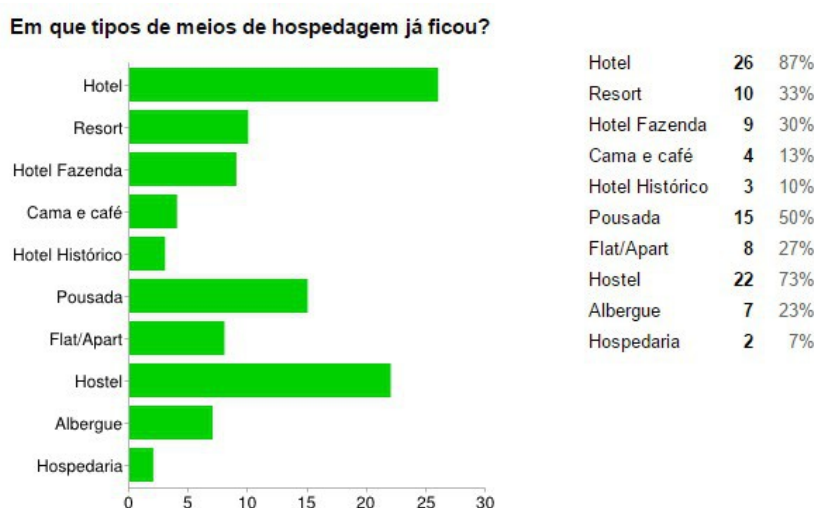


Figura 3: Tipos de Meios de Hospedagens frequentados pelos entrevistados
Fonte: elaboração própria

A segunda opção mais citada seria, portanto, o Hotel, que também representa mais da metade da amostra, seguido por Resorts e Hotel Fazenda. Dentre esses meios de hospedagem listados, também foi questionado se havia algum que seria de preferência, dos que responderam Sim, 67%, a preferência foi dos Hostels.

Foi observado que apesar de pertencer a Melhor Idade, a grande maioria da amostra, somando um total de 60%, procura escolher onde se hospedará utilizando-se de buscas online, e 20% da amostra escolhe através da indicação de amigos, deixando para trás, com apenas 10% cada, os que responderam preferir escolher seus meios de hospedagem por meio dos agentes de viagem e dos operadores de pacote, demonstrando, mais uma vez, a tendência cada vez mais intensa da sagacidade e o espírito de individualidade dos entrevistados.

Para entender o que os fazem escolher um meio de hospedagem, é necessário saber o que lhes parece importante ou não para se hospedar em algum deles e dentre a lista exposta, o resultado se mostra no gráfico abaixo:

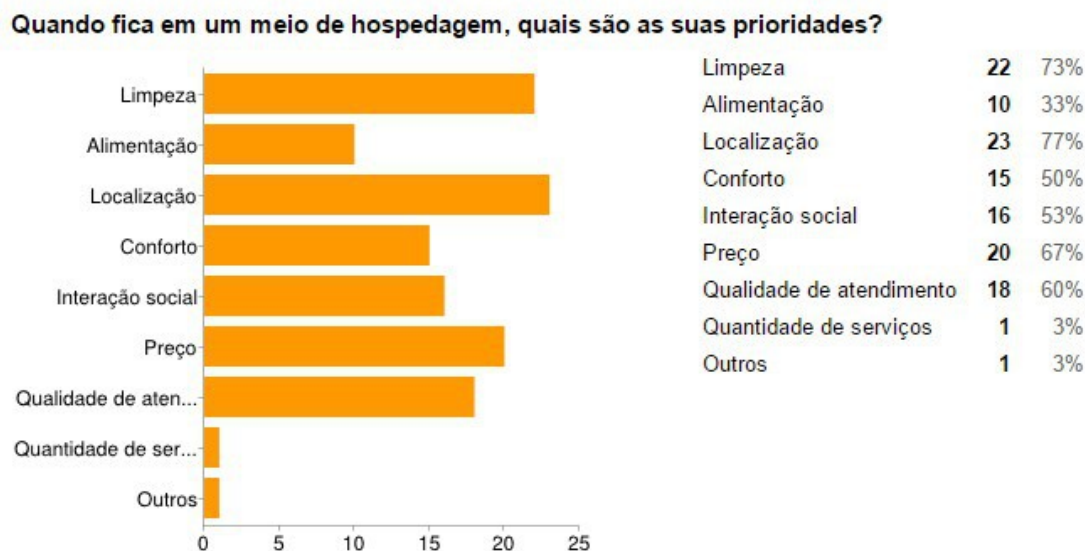


Figura 4: Prioridades dos entrevistados em relação ao meio de hospedagem
Fonte: Elaboração própria.

Como demonstrado no gráfico acima, o aspecto de maior importância identificado foi a Localização com 77% dos resultados da amostra, seguido por Limpeza com 73% e o preço com 67%. Deixando para trás a quantidade de serviços oferecidos em um meio de hospedagem com apenas 3% das respostas. E, dentre os outros aspectos avaliados, foi identificado que além das preferências listadas, a cozinha para hóspede foi um fator diferencial importante, pois, por questões culturais e individuais, algumas pessoas não podem comer o mesmo que os outros ou algo preparado por uma pessoa desconhecida, logo, o fato de poder cozinhar sua própria comida no meio de hospedagem em que está, é um fator decisivo para alguns deles.

Ao serem questionados sobre, das suas preferências listadas acima, qual era a mais importante e qual era a menos importante, o resultado apontou como as mais importantes para 26% a localização, seguido de 23 % limpeza e 13% interação social, já as de menor importância entre as prioridades, o que venceu foi o preço, com 30% do resultado da amostra, demonstrando que a maior parte dos entrevistados não se hospeda em Hostel por serem estas acomodações mais baratas.

Alguns fatores são primordiais na hora de escolher um meio de hospedagem, assim como outros fatores são primordiais na hora de excluir um. Os entrevistados foram convidados a escolher em uma lista com as opções: Quarto coletivo, banheiro compartilhado e serviço de alimentação parcial, qual desses não seria tolerável. Com 47% das respostas, o que não toleram são os banheiros compartilhados, 17% responderam não tolerar quartos compartilhados e 7% serviço de alimentação parcial, os outros 30% disseram não se incomodar com as opções listadas e se dividiram em outras opções como preço alto, falta de informação e falta de hospitalidade por parte dos trabalhadores do meio de hospedagem.

E, como foi dito previamente que, em se tratando do turismo da melhor idade, é necessário saber e prever que já pode haver certos tipos de limitações físicas, foi questionado, entre uma lista de opções, quais as que os impediriam de ficar em algum meio de hospedagem.

Gráfico V

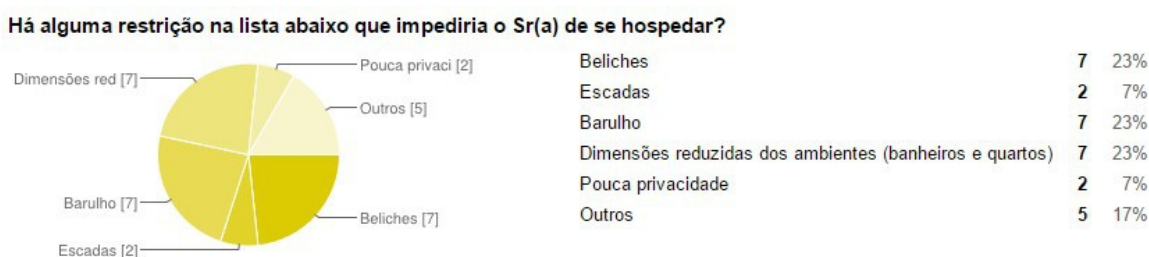


Figura 5: Restrições por parte dos entrevistados

Fonte: elaboração própria

Como demonstrado no gráfico acima, a opção de maior restrição escolhida pela maioria da amostra ficou dividida entre beliches, barulho e dimensões reduzidas dos ambientes. Indicando que o fato dos dormitórios, em sua maioria serem de beliches, limita de certa forma a opção de se hospedarem, por muitos não conseguirem dormir na parte de cima do beliche, assim como muito barulho durante a noite e lugares muito apertados, reduzindo ainda mais a movimentação dentro dos ambientes e tornando de certa forma os lugares desagradáveis para muitos.

Porém, acima de tudo, é necessário destacar que apesar das restrições que muitos encontram nesses tipos de meios de hospedagens alternativos, e de toda a

sua preferência por se hospedar em um Hostel para obter interação social, a maior parte dos entrevistados, somando um total de 93% respondeu que, quando viaja, prefere aproveitar muito mais da cidade em que está do que aproveitar o meio de hospedagem escolhido. Isso torna menos necessária a quantidade excedente de serviços e utilidades que, de certa forma, prendem a pessoa a esse estabelecimento e demonstra uma tendência de alguns meios de hospedagem a se tornarem apenas dormitórios, onde as pessoas descansam, guardam sua bagagem e, durante quase todo tempo de permanência, aproveitam a cidade a sua volta.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao optar pelo tema Hostel e Melhor Idade, já havia observado que a quantidade de pessoas da Melhor Idade se hospedando em um meio onde a maioria era de jovens e mochileiros estava aumentando de forma significativa. Ao iniciar o projeto, os objetivos eram identificar o perfil de um segmento específico do turismo, o da Melhor Idade, entender suas preferências e suas restrições, e o que os incentivavam a optar por se hospedar em um Hostel. Além de entender como o turismo da Melhor Idade funciona e compreender um pouco mais desse meio de hospedagem extra hoteleiro, o Hostel.

A partir disso, depois de pesquisas bibliográficas e de montar uma base sólida para impulsionar uma pesquisa de campo adequada, foi feito um questionário qualitativo semi estruturado para auxiliar na identificação dos pontos que eram necessários para completar o presente artigo.

É importante apontar que não foi um público muito fácil de se encontrar, apesar de estar em crescimento, ainda representa uma fração pequena do público turístico geral que está sempre em constante mudança. Muitos deles frequentavam os meios de hospedagens mas não entendiam muito bem seu conceito e suas propostas, além de outras vezes não saber como se referir a ele, sua nomenclatura. Esse foi um dos motivos para qual, no questionário, foi representada três nomenclaturas diferentes para apenas um meio de hospedagem: Hospedaria, Hostel e Albergue.

Após completar as pesquisas, o resultado foi surpreendedor, pois ao contrário do que era esperado, esse público não optava por esse meio alternativo de hospedagem apenas por ser mais econômico, mas principalmente porque haviam planejado muito bem sua viagem, incluindo os pontos turísticos que queriam conhecer, e a localização foi a chave principal, uma forma fácil de se locomover pela cidade e estar próximo dos principais centros comerciais e turísticos, além de o preço ser viável e a limpeza também foi um ponto importante, assim como também a qualidade de atendimento, que em geral, nos Hostels, é um pouco diferenciada e informal.

Além disso, ficou demonstrado que os meios de hospedagem não estão devidamente preparados para receber esse segmento da população, suas instalações não estão de acordo com as restrições desse público, escadas, beliches, espaços reduzidos, área comum barulhenta, muitas vezes por hospedar em sua maioria jovens e mochileiros, e mesmo assim, a busca por essa hospedagem alternativa é crescente por parte do público da Melhor Idade.

Abrir as portas para um público que possui certas necessidades e algumas restrições pode trazer benefícios para o turismo da Melhor Idade, e da Melhor Idade para o turismo também. Dessa forma ocorre uma inclusão social para essa parcela da população, que a cada dia está crescendo mais, e também preencher de certa forma algumas lacunas do turismo que são causadas pela sazonalidade.

Compreender esse público e as suas preferências e necessidades é uma forma de auxiliar o trabalho a ser prestado na recepção desses turistas e trabalhar a hospitalidade de forma correta e focada, para que todos se sintam bem recebidos e relevantes nesse mercado em ascensão.

Para isso, se faz necessário trabalhar com o conhecimento desse público e de suas características principais, que afetam a forma como ele vivencia e vê o Hostel. Utilizar essa ferramenta, o conhecimento, é um aparato que será necessário para conquistar cada vez mais esse segmento e convidá-los a estar mais presente em um meio de hospedagem que é diferente dos clássicos, já conhecidos, os proporcionando novas experiências durante suas atividades turísticas assim como também traz ao empreendimento extra hoteleiro uma nova fonte de possibilidades e de expansão do seu público alvo, suprimindo algumas lacunas que são deixadas pela

sazonalidade turística, além de obter um novo ponto de vista dos seus objetivos e de como trabalha o seu público.

Fica claro então que o público da Melhor Idade não está optando por meios alternativos de hospedagem apenas pela diferença de preço entre eles e os Hotéis, mas sim por estar em evolução junto com o turismo e a procura de novas experiências, de explorar o que as cidades tem a oferecer, aproveitando da localização e de outros fatores como a qualidade de atendimento e uma interação diferente da que teriam em um ambiente hoteleiro mais tradicional, e apesar desses novos tipos de hospedagem oferecerem certas restrições para sua hospedagem, eles ainda estão optando por ambientes com características similares para obter um novo ponto de vista em suas atividades turísticas.

Com isso, ainda se faz necessário entender se essas restrições estão presentes somente nesse segmento turístico e se ocorrem também em outros tipos de público que frequentam esses mesmos meios de hospedagem. Além de entender se essa é uma característica presente em empreendimentos do estado do Rio de Janeiro, ou se também ocorre em outros estados do Brasil, para ter uma visão ampla do que ocorre no mercado turístico e quais são as possibilidades de adaptá-las para que ocorra uma inserção maior de diferentes públicos a essas atividades.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BACAL, S. Sarah. **Turismo na Terceira Idade**. São Paulo: EdUSP, 1992.

BEAUVOIR, Simone de. **A velhice**. Rio de Janeiro : Nova Fronteira, 1990.

BRASIL. Ministério do Turismo. Sistema Brasileiro de Classificação Hoteleira – SBClass, 2010. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/programas_acoes/qualificacao_equipamentos/classificacao_hoteleira_2.html

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. “**Hospitalidade**”. (Coleção ABC do Turismo), São Paulo: Aleph, 2004.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima, Gotman, Anne. **O comércio da hospitalidade é possível?** Revista Hospitalidade V. VI Número 2. São Paulo. 2009

CASTELLI, Geraldo. **Gestão Hoteleira**. São Paulo: Saraiva. 2006

CHON.K. S. SPARROWE **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

CAVALCANTE, A. M. A. **A psicologia do idoso**, 2002. Disponível em: <http://www.scielo.org/pdf/csc/v17n8/15.pdf> Acesso em: 09/11/2014

FROMER, B; VIEIRA, D.D. **Turismo e terceira idade**. (Coleção ABC do Turismo). São Paulo: Aleph, 2003

GIARETTA, Maria José. Hospedagem alternativa. In: TRIGO, L. G. et al. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. São Paulo: Roca, 2005.

GRASSI, Marie-Claire. **Hospedaria. Do Albergue ao Hotel**. In: MONTANDON, Alain. **O Livro da Hospitalidade**. São Paulo: Senac, 2011,

GRINOVER, Lucio. A hospitalidade na perspectiva da cidade contemporânea. In **II Colóquio Internacional em Hospitalidade: rostos e lugares de hospitalidade**. Porto: Universidade Católica Portuguesa, 2009.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Alpeh, 2007.

GRINOVER, Lucio. **A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano**. Revista Hospitalidade, ano VI. Número 1. 2009

IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). **Censo Demográfico 2002: Características da população e dos domicílios**. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/> último acesso em 09/11/2014

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo** - para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2000.

MOLINA, Sergio. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003

MONTANDON, Alain. (ORG) **O Livro da Hospitalidade**. São Paulo: Senac, 2011,

OMT - Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo, ed. Roca, 2001.

PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010.

SEBRAE, MS. Ficha técnica Albergue. s. d. Disponível em www.sebrae.com.br/uf/mato-grosso-do-sul

SILVA, SPOLON, CASTRO E JÚNIOR. **Hotelaria Volume I**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2011.

WALKER, John R. **Introdução à hospitalidade**. Tradução Élcio de Gusmão Verçosa Filho. Barueri: Manole, 2002.