



INSTITUTO FEDERAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE PERNAMBUCO

Campus Recife

Departamento Acadêmico de Formação Geral - DAFG

Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo

ANANDA CAROLINE FIDELIS E SILVA

ESTHER VITÓRIA DA SILVA GÓIS CASADO

**ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE: uma proposta de intervenção no bairro
de Boa Viagem, Recife-PE.**

Recife

2020

ANANDA CAROLINE FIDELIS E SILVA
ESTHER VITÓRIA DA SILVA GÓIS CASADO

**ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE: uma proposta de intervenção no bairro
de Boa Viagem, Recife-PE.**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Departamento Acadêmico de Cultura Geral, Formação de Professores e Gestão (DAFG), como requisito final para obtenção do título de Tecnólogo em Gestão de Turismo no Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia de Pernambuco – *campus Recife*.

Orientadora: Prof^a. Dr^a Luciana Pereira da Silva.

Recife

2020

S586e

2020 Silva, Ananda Caroline Fidelis e.

Espaço lazer em ação do Recife: uma proposta de intervenção no bairro de Boa Viagem, Recife - PE / Ananda Caroline Fidelis e Silva; Esther Vitória da Silva Góis Casado. --- Recife: O autor, 2020.

101f. il. Color.

TCC (Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, Departamento Acadêmico de Formação Geral - DAFG, 2020.

Inclui Referências.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Luciana Pereira da Silva.

ANANDA CAROLINE FIDELIS E SILVA
ESTHER VITÓRIA DA SILVA GÓIS CASADO

**ESPAÇO DE LAZER E CONVIVÊNCIA PARA IDOSOS: uma proposta de
intervenção no bairro de Boa Viagem, Recife-PE.**

Trabalho aprovado. Recife, 14/10/2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a Dr.^a Luciana Pereira da Silva (orientadora)

Prof.^a Dr.^a Iraneide Pereira da Silva (examinadora interna)

Prof.^a Mestra Roberta Albuquerque Pereira (examinadora externa)

Recife

2020

A todos os maiores de 60 anos, em especial a Iara Casado (*in memoriam*) e José
Casado (*in memoriam*).

AGRADECIMENTOS

A Deus, por ter nos guiado nesse caminho de desafios e superações.

A todos os idosos e aos entrevistados que participaram do nosso estudo, pela disponibilidade e ajuda.

Aos nossos familiares, amigos, orientadora, professores e demais pessoas que, dentro de suas contribuições individuais, desempenharam importantes papéis na nossa caminhada.

Por certo, os que não obtêm dentro de si os recursos necessários para viver na felicidade acharão execráveis todas as idades da vida. Mas todo aquele que sabe tirar de si próprio o essencial não poderia julgar ruins as necessidades da natureza. E a velhice, seguramente, faz parte delas! (CÍCERO, 1997, p.9).

RESUMO

O envelhecimento da população é um fenômeno social que vem chamando atenção do mundo inteiro nas últimas décadas e os idosos estão se configurando como um grupo populacional cada vez mais relevante demograficamente. Diante disso, o objetivo principal do trabalho é propor a criação de um espaço público de lazer e convivência para idosos no bairro de Boa Viagem, Recife-PE. A metodologia de pesquisa do estudo se pauta em pesquisa bibliográfica e documental, observação direta, aplicação de questionários e entrevistas. A partir dos métodos apontados, revela-se que o envelhecimento populacional é uma realidade que merece maior atenção e que os idosos atualmente apresentam um perfil cada vez mais ativo. Os idosos de hoje em dia não são mais como os idosos que existiam em décadas anteriores. Os resultados apontam que os maiores de 60 anos atualmente são pessoas mais engajadas e com mais vontade de viver. Porém, ainda ficam muito limitados quanto às opções de lazer direcionadas a eles. Sendo assim, projetos de intervenção como este se revelam cada vez mais significativos e servem como um incentivo não apenas para os próprios idosos, mas também para os diversos atores sociais na criação de políticas públicas, empreendimentos e ações de diversas naturezas que venham a contribuir para um envelhecimento ativo e com qualidade de vida.

Palavras-chave: Envelhecimento da população. Idosos. Turismo. Lazer. Espaço de lazer e convivência.

ABSTRACT

Population ageing is a social phenomenon that has attracted attention from all over the world in recent decades, and older persons are increasingly relevant demographically. Therefore, this project aims to propose the creation of a public space that provides leisure and social activities for population over 60 years old in Boa Viagem (Recife-PE). As survey methodological we have worked with bibliographic and documentary research, direct observation, questionnaires and interviews. As a result of the methods mentioned, we confirmed that demographic ageing is a reality that deserves greater attention, and older people nowadays are increasingly active. This means that an elderly at present aren't the same elderly from decades ago. Our results imply currently people ages 60 and older are most involved with different activities then never and with more passion for living. Although, ages 60+ still very limited as for leisure options directed to them. Therefore, intervention projects like this are becoming more significant and serve as an incentive for older persons as well as for different social actors in the creation of public policies, enterprises and others projects that gives elderly persons more quality of life, also more possibilities for an active ageing.

Keywords: Population ageing. Elderly. Tourism. Leisure. Leisure and social space.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – ATIVIDADES E HORÁRIOS DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.	64
QUADRO 2 – CRONOGRAMA FÍSICO DO PROJETO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.	74

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ANÁLISE DE RISCO POR PERFIL DE EVENTO.	23
FIGURA 2 – POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS NO MUNDO EM 1950.	33
FIGURA 3 – POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS NO MUNDO EM 2015.	33
FIGURA 4 – PROJEÇÃO DA POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS NO MUNDO EM 2050.	33
FIGURA 5 – LAYOUT DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.	63
FIGURA 6 – LOGOTIPO DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.	67

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – EVOLUÇÃO DOS GRUPOS ETÁRIOS 2010-2060.	36
GRÁFICO 2 – PIRÂMIDE ETÁRIA DE RECIFE DO CENSO DE 2010 (IBGE).	36
GRÁFICO 3 – PERFIL DOS PARTICIPANTES DE ACORDO COM O GÊNERO.....	49
GRÁFICO 4 – ESPAÇOS DE LAZER MAIS FREQUENTADOS PELOS IDOSOS.	51
GRÁFICO 5 – ATIVIDADES MAIS REALIZADAS PELOS IDOSOS NO TEMPO LIVRE.	51
GRÁFICO 6 – QUANTIDADE DE IDOSOS RESPONDENTES QUE POSSUEM ALGUM HOBBY.....	52
GRÁFICO 7 – INTERESSE EM ATIVIDADES APRESENTADAS NO QUESTIONÁRIO.	53
GRÁFICO 8 – INTERESSE DOS IDOSOS NO ESPAÇO PROPOSTO PELO PROJETO	55

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
2 OBJETIVOS.....	19
2.1 Objetivo Geral.....	19
2.2 Objetivos Específicos	19
3 JUSTIFICATIVA.....	20
4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	24
4.1 Turismo.....	24
4.2 Interface Turismo e Lazer.....	28
4.3 A Pessoa Idosa.....	30
4.3.1 Envelhecimento e qualidade de vida.....	37
4.4 Turismo e Lazer para a pessoa Idosa.....	41
5 METODOLOGIA.....	44
6 RESULTADOS E ANÁLISE.....	48
6.1 Observação Direta.....	48
6.2 Questionários.....	49
6.3 Entrevistas.....	56
6.3.1 Análise de conteúdo das entrevistas.....	56
7 DETALHAMENTO DO PROJETO.....	59
7.1 Dados Gerais do Projeto.....	59
7.2 Resumo do Projeto.....	59
7.3 Objetivos e Metas.....	61
7.3.1 Objetivos.....	61
7.3.2 Metas.....	62
7.4 Plano Operacional.....	63
7.4.1 Layout.....	63

7.4.2 Processo de Operação.....	64
7.4.3 Programação.....	64
7.4.4 Cadastro e Agendamento.....	67
7.5 Plano de Comunicação.....	67
7.5.1 Logotipo.....	67
7.5.2 Usuários.....	68
7.5.3 Objetivos de Marketing.....	72
7.5.4 Estratégias e Ações.....	72
7.5.5 Canais de Comunicação.....	73
7.6 Cronograma Físico.....	74
7.7 Recursos Necessários.....	75
7.7.1 Profissionais.....	75
7.7.2 Recursos Materiais.....	76
7.8 Orçamento.....	78
7.9 Parcerias.....	79
7.10 Resultados Esperados.....	80
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	82
REFERÊNCIAS.....	85
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	92
APÊNDICE B – ROTEIRO DA ENTREVISTA 1.....	94
APÊNDICE C – ROTEIRO DA ENTREVISTA 2.....	96
APÊNDICE D – RESPOSTAS DA PERGUNTA 2 DO QUESTIONÁRIO.....	97
APÊNDICE E – ORÇAMENTO DE OBRA	99
APÊNDICE F – ORÇAMENTO TOTAL.....	100
APÊNDICE G –SITE (PROTÓTIPO).....	101

1 INTRODUÇÃO

Discorrer a respeito do papel a ser desenvolvido a partir da união entre as áreas do Turismo e do Lazer, dentro de uma perspectiva voltada às demandas do envelhecimento mundial da população, se configura como um dos maiores desafios globais da época na qual nos encontramos e para aqueles que atuam nas referidas áreas. Além disso, orientar essa transição demográfica, através da qual os idosos passam a se tornar os grandes protagonistas do quadro populacional, na direção de um envelhecimento com qualidade de vida e dignidade constitui exigência de extrema importância para o bem estar social, tendo em vista o cenário atual e futuro.

O turismo é uma atividade de grande importância no mundo pós-industrial, um dos fenômenos mais significativos que se originou no decorrer do tempo e que vem crescendo cada vez mais nos últimos anos, contribuindo fortemente para o desenvolvimento de diferentes países ao redor do mundo. O Ministério do Turismo (2019) cita estudo realizado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) através do qual se aponta a contribuição do turismo em US\$ 8,8 trilhões ao PIB mundial (10,4%), apresentando-se superior à expansão da economia global (3,2%).

Quanto ao panorama de envelhecimento, a partir de dados e estudos existentes, é possível afirmar que os idosos ganham cada vez mais espaço na composição populacional em escala mundial. Segundo a Organização das Nações Unidas (2019), a população com mais de 65 anos vem crescendo mais rapidamente do que os demais segmentos da população, fato prestes a se tornar uma das transformações sociais mais significativas desse século, afetando diversos setores da sociedade. Alguns desses dados mencionados foram desenvolvidos pela OMS/WHO (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 2002), que apresenta cenários nos quais a população mundial com mais de 60 anos deve chegar a 2 bilhões em 2050. Enquanto que, no Brasil e em Pernambuco, as projeções para 2060 divulgadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) apontam números de 58,2 milhões e 2,5 milhões de idosos, respectivamente.

A partir do crescimento da expectativa média de vida em todo o mundo – um dos fatores que vem influenciando fortemente o envelhecimento da população mundial – foram surgindo novas designações para categorizar diferentes faixas etárias de

idosos e, atualmente, encontramos termos¹ como: terceira idade², quarta idade e até mesmo quinta idade, criados a partir das alterações na composição etária dentro do próprio grupo.

De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS), o idoso é a pessoa que possui 60 anos de idade ou mais. Porém, esse limite não é aplicado universalmente, pois, cada país possui suas características e condições através dos quais esse grupo populacional pode ser definido por limites diferentes.

Com o intuito de garantir direitos e proteção ao grupo em questão, medidas foram criadas buscando assumir o compromisso de garantir o bem estar desse segmento populacional. Duas das medidas mais relevantes mundialmente, com os propósitos mencionados, foram as Assembleias das Nações Unidas sobre o envelhecimento que aconteceram em Viena (1982) e em Madri (2002). Nesses eventos, foram desenvolvidos planos de ação internacional para o envelhecimento com medidas voltadas a atender essa parcela da sociedade que até hoje ainda é bastante carente de iniciativas voltadas ao seu benefício.

Em uma abordagem cronológica do contexto legal brasileiro – quanto às medidas voltadas à pessoa idosa – apresentam-se como destaques as seguintes iniciativas: o Art. 230 da Constituição Federal de 1988 (CF/1988), que preconiza o seguinte: “A família, a sociedade e o Estado têm o dever de amparar as pessoas idosas, assegurando sua participação na comunidade, defendendo sua dignidade e bem-estar e garantindo-lhes o direito à vida”. Ou seja, a família, a sociedade e o Estado tornam-se oficialmente responsáveis por garantir a proteção dos idosos; a Lei nº 8.842 de 4 de janeiro de 1994, que dispõe sobre a Política Nacional do Idoso (PNI) e também cria o Conselho Nacional do Idoso, além de expressar outras diretrizes; e

¹ Para o estudo em questão, reconhecemos todas as terminologias mencionadas (terceira idade, quarta idade e quinta idade), porém, consideramos a palavra “idoso” mais apropriada para utilizar em nosso trabalho. Sendo assim, essa é a designação definida para a abordagem de todo o estudo.

² O termo terceira idade – criado pelo gerontologista francês Huet e publicado pela primeira vez em 1962, na revista Informations Sociales – é o mais utilizado e aceito ao falar sobre a pessoa idosa e diz respeito à “fase entre a aposentadoria e o envelhecimento e que traz consigo as demandas de cuidado com a saúde de uma forma mais ampla, já pensando em um envelhecimento com mais qualidade de vida” (Portal do envelhecimento, 2014). Quanto à “quarta idade” e a “quinta idade”, ainda não se encontram referências muito concretas das nomenclaturas e seus conceitos, porém, ambos já são mencionados em alguns periódicos e sites encontrados pela internet.

Estatuto do Idoso, que foi aprovado em 1 de outubro de 2003 pelo Congresso e entrou em vigor em 1º de janeiro de 2004 por meio da Lei Federal nº 10.741/2003.

Atividades como, por exemplo, o turismo e o lazer podem ser benéficas na vida de idosos, visto que atuam positivamente no processo de envelhecimento, possibilitando a melhora na sua autoestima oferecendo novas motivações à vida, fazendo com que esses, utilizando o seu tempo livre, conscientizem-se para o fato de que ainda tem muito que viver.

De acordo com Fromer e Vieira (2003, p.49), o turismo

[...] é um segmento com grande potencial para usufruir as viagens e os lazers no geral. Seu perfil psicossocial e de consumo aponta para indivíduos interessados e bem-dispostos (física e mentalmente) para vivenciar novas experiências e adquirir conhecimentos. Valorizam, especialmente o bem-estar e a satisfação pessoal, tendendo a investir cada vez mais em produtos que contemplem tais expectativas.

Surge então, a necessidade de criar projetos de diferentes naturezas para a pessoa idosa e promover novos espaços de convivência para que essa população possa continuar com o seu processo de socialização e interação, além de estimular outras questões que também necessitam de atenção, como o estímulo criativo e intelectual.

Diante desses fatores, o projeto de intervenção desenvolvido neste meio consiste na implantação de um espaço público de lazer e convivência para idosos através do qual eles possam ser socialmente e intelectualmente estimulados, como também possam fazer uso da cidade e criar um laço cada vez mais afetoso e participativo com ela. Através da iniciativa, almeja-se promover, com atividades de lazer, estímulo intelectual e criativo, interação social e, conseqüentemente, melhoria da qualidade de vida dos idosos; em especial ao público a ser atendido: idosos que residem, frequentam e visitam o bairro de Boa viagem, que é um destino turístico reconhecido em todo o país.

O projeto tem potencial para contribuir de forma lúdica e diferenciada para o lazer da população idosa, mediante um espaço onde esse público pode interagir e se divertir, além de encontrar várias pessoas de sua faixa etária e se envolverem mais não apenas com a própria cidade, fazendo uso de seu espaço, mas também de

estabelecer relações mais próximas com diferentes e estimulantes atividades de lazer e entretenimento. Dessa forma, o idoso tem mais chances de evitar a solidão, aproveitar melhor sua vida e, além disso, tem a possibilidade de interagir com outras pessoas e fazer novos amigos.

O estudo está organizado da seguinte forma:

Na primeira seção – Introdução – são apresentadas questões a respeito do que foi desenvolvido ao longo do estudo. Em um primeiro momento, foi falado sobre o papel do turismo e do lazer e a sua importância no panorama do envelhecimento populacional. A seguir, discorremos sobre o crescimento do turismo associado ao desenvolvimento de muitos países e o aumento do número de idosos em todo mundo, ratificado a partir de algumas pesquisas citadas. Discorre-se de forma objetiva acerca das diferentes designações utilizadas para caracterizar faixas etárias de idosos. Em seguida menciona-se algumas medidas criadas, com intuito de assegurar a proteção e o bem-estar desse segmento populacional. Por fim, ao explicar a necessidade de se ter ações e projetos voltados para esse grupo populacional, destacando a necessidade do estímulo a socialização e interação, foi dada uma breve explicação sobre o projeto de intervenção aqui proposto.

Na segunda seção, apresenta-se o objetivo geral e os objetivos específicos do estudo em questão, destacando de forma pontual as pretensões do trabalho e motivações de sua concepção.

Na terceira seção – Justificativa – fundamenta-se a criação, relevância e a viabilidade do projeto. Nessa parte, aborda-se questões referentes ao envelhecimento da população em escala mundial, nacional, estadual e municipal, no qual, aponta-se os números crescentes de idosos dos últimos anos. Nessa sessão, também é tratado sobre o processo de envelhecimento e as suas consequências para o indivíduo. Destaca-se também que, atividades que proporcionem benefícios diretos à saúde mental e social, são de extrema importância para a pessoa idosa, pois podem contribuir para que a mente se mantenha ativa e estimulada. Em seguida, é salientado que apesar do aumento expressivo do número de idosos, ainda há muito pouco incentivo não só por parte da iniciativa pública, como também da privada. Por fim, é citado que esse nicho tem muito potencial e pode impulsionar diversos setores, inclusive o de turismo e lazer, de acordo com as últimas projeções.

Quanto à quarta seção, nela abordamos a fundamentação teórica, que apresenta considerações relevantes para o entendimento do trabalho como, por exemplo, sobre o turismo, sua evolução e algumas definições feitas sobre o fenômeno ao longo dos anos para, ademais, destacar sua relação com o lazer que é primordial na concepção do projeto desenvolvido. Além disso, foram mencionadas algumas ponderações sobre o processo de envelhecimento, a autonomia, independência e qualidade de vida dos idosos, como também versou-se acerca da contribuição e do papel que a atividade turística e o lazer assumem na melhoria da qualidade de vida dessas pessoas.

Já na quinta seção, fazemos considerações sobre a metodologia adotada para tratar as informações empíricas deste trabalho, como também se apresentam os diferentes instrumentos de coleta utilizados para a construção de todo o projeto, da literatura à criação da identidade visual e do espaço proposto.

Na sexta seção, apontamos no diagnóstico os dados mais relevantes e a contribuição para a proposta de intervenção deste trabalho.

Diante de todo exposto anteriormente, a sétima seção apresenta em seu momento o detalhamento do projeto criado e define o que é esse projeto, onde e quando ele será aplicado, como ele vai ser executado, quem são os atores envolvidos e qual o orçamento necessário para sua operação efetiva.

Por fim, na oitava seção, apresenta-se – através das considerações finais do trabalho realizado – os desfechos, reflexões e ponderações não só do projeto em si, mas de todo o estudo realizado.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo Geral

Propor a criação de um espaço público de lazer e convivência para idosos no bairro de Boa Viagem, Recife-PE.

2.2 Objetivos Específicos

- Identificar público-alvo e persona do projeto;
- Selecionar atividades pertinentes ao projeto;
- Desenvolver um ambiente lúdico, amigável e convidativo;
- Criar estratégias e ações de aproximação com público a ser atendido.

3 JUSTIFICATIVA

Nos últimos anos, a população mundial se encontra em processo de mudanças cada vez mais significativas quanto ao número de idosos. Esse grupo social vem apresentando números expressivos em relação ao seu crescimento. De acordo com o relatório *World Population Prospects 2019* – publicado pela Divisão de População do Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas –, a população mundial será formada por 9,7 bilhões de indivíduos em 2050, apresentando um crescimento de mais de 20%. Desses bilhões de indivíduos, estima-se que a população idosa terá participação de 16% em 2050. Sendo representada por 9% no ano de 2019. (Organização das Nações Unidas – ONU, 2019).

Conforme estudos realizados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE (2018), no último ano a população idosa brasileira apresentou números consideravelmente elevados e vem aumentando o seu ritmo de crescimento ao longo dos anos, sinalizando uma tendência consistente de envelhecimento do brasileiro. Ainda de acordo com o Instituto, em 2012, o Brasil contava com 25,4 milhões de pessoas de idade igual ou superior a 60 anos. Esse número cresceu significativamente e, em 2017, alcançou a quantidade de 30,2 milhões de idosos. Destes, 56% corresponde ao número de mulheres e 44% representa a quantidade de homens.

Destaca Maria Lúcia Vieira (2018) – gerente da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNDA) – que essa tendência de envelhecimento da população não é um fenômeno exclusivo da sociedade brasileira, é um fato a nível mundial que, inclusive, demorou um pouco mais para acontecer em nosso país. Vieira ainda afirma que, essa realidade com a qual nos deparamos atualmente, se configura em um reflexo tanto do aumento da expectativa de vida, resultado da melhoria em relação à saúde, quanto pela taxa de fecundidade que mostra queda no número médio de filhos por mulher. Ou seja, a quantidade de idosos vem crescendo inversamente proporcional ao número de crianças nascendo.

O processo de envelhecimento, conseqüentemente, se faz presente na pessoa idosa através do comprometimento, ainda que diminutamente, de algumas funções. Assim como afirmado por Lopes (2009, p.10), esse processo se apresenta através de prejuízos físicos e mentais que englobam “o Sistema Sensorial (visão, tato, olfato,

gustação e audição), o Sistema Motor (força, destreza) e o Sistema nervoso Central (memorização, raciocínio, capacidade de concentração)”. A autora ainda ressalta que durante o envelhecimento existe uma tendência de que as relações sociais sejam reduzidas, o que ameaça a qualidade de vida dos idosos, tendo em conta que “o homem é um ser essencialmente social e como tal vive em comunidade”, tornando suas relações interpessoais “fontes de estímulos, sobretudo de natureza mental e psíquica” (LOPES, 2009, p.10).

Nesse sentido, atividades que proporcionem benefícios diretos à saúde mental e social são extremamente importantes. Poderíamos dizer até imprescindíveis. Os jogos de tabuleiro, o artesanato, a pintura e outras atividades de lazer de natureza intelectual são meios de impulsionar a pessoa idosa nessa direção, contribuindo ainda através da criatividade e dos desafios, que são ótimos aliados para manter a mente ativa e constantemente estimulada. Além disso, na esfera acadêmica, esse projeto incentiva debates e busca de soluções, enriquece o conteúdo sobre o tema que ainda é pouco explorado, como também serve de estímulo e inspiração para outros projetos que venham a contribuir para o público aqui beneficiado.

Apesar do número cada vez mais expressivo de idosos nas mais diversas localidades, esse público ainda recebe pouco incentivo e investimentos não apenas por parte do governo, mas também pela iniciativa privada. Sendo assim, projetos e intervenções de diferentes tipos, que busquem atender essa demanda crescente, representam o atendimento às necessidades encontradas na sociedade atualmente. É um novo nicho de mercado que está se desenvolvendo e encontra-se ainda muito tímido de iniciativas e investimentos que possam alcançar todo o potencial manifestado no cenário atual, como também o potencial indicado nas projeções apontadas para os próximos anos. O principal desafio em relação às mudanças demográficas é, justamente, criar projetos que viabilizem melhor qualidade e mais possibilidades para o público em ascensão, levando em conta suas necessidades e anseios.

Em contexto local, de acordo com projeções do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), Pernambuco segue a mesma tendência do cenário nacional sendo representado em 2018 por 8,6% de idosos (820 mil) e com projeção para em 2060 alcançar a participação de 25% da população (2,5 milhões de pessoas).

Diante dos dados e informações apresentadas, fica claro o surgimento da necessidade de mudanças em relação ao que entendemos como prioridade até o momento. São indispensáveis esforços que atendam às novas demandas da sociedade quanto ao grupo etário que ganha cada vez mais espaço no mundo inteiro: os idosos. No momento no qual nos encontramos e tendo em vista as perspectivas futuras que se apresentam, torna-se imprescindível voltarmos nossos olhares para os idosos e para os seus interesses.

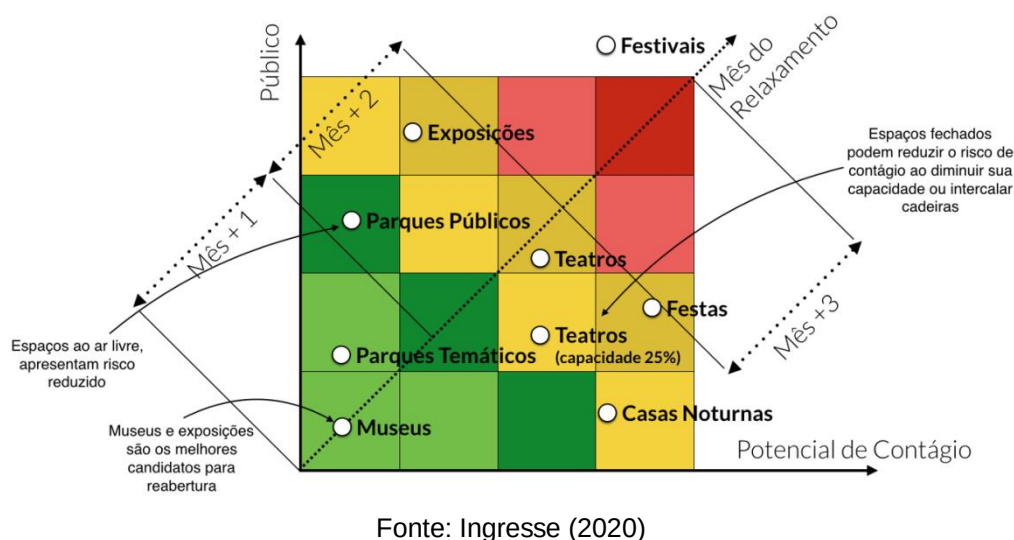
No cenário apresentado surge a utilização do turismo, através do lazer, como meio de proporcionar entretenimento e diversão para esse público. Criar um espaço de lazer e convivência é uma forma de proporcionar lazer com alternativas lúdicas, interativas, desafiadoras e de aprendizado e criatividade. Dessa forma, essas pessoas podem ultrapassar as fronteiras de atividades frequentemente disponibilizadas a elas e que já não são suficientes para atender a demanda existente.

Além disso, sendo o turismo uma atividade que se constitui a partir da utilização do espaço e de determinada localidade, nada mais justo do que o setor contribuir para a melhoria da infraestrutura local e qualidade de vida daqueles que na região residem. Esse tipo de iniciativa acaba refletindo na imagem do destino turístico, podendo atrair mais visitantes e turistas ao local. Preparando o ambiente para os moradores, se prepara também para os turistas e visitantes. E, sendo Boa Viagem um dos principais cartões postais do estado de Pernambuco, iniciativas dessa natureza agregam ainda mais atratividade e valor. Além de chamar atenção de forma mais ampla e proporcionar um alcance maior ao projeto, chegando inclusive a incentivar iniciativas semelhantes em outros municípios, estados e até países.

É importante entender de uma vez por todas que os idosos possuem particularidades a serem atendidas como qualquer outra pessoa de faixa etária diferente. Portanto, esse é o momento de fazer diferente e orientar nosso olhar em prol da qualidade de vida desse grupo, criando condições para que eles possam aproveitar o universo de possibilidades ao qual estão expostos diariamente, mas que ainda não estão totalmente ao seu alcance.

Nesse momento, torna-se fundamental também mencionar o contexto pós-pandemia e o fato de que espaços ao ar livre, como parques públicos, são uma das opções de lazer mais viáveis para usufruir a partir dos novos hábitos esperados por parte da população, como mostra a imagem 1 logo abaixo:

FIGURA 1 – ANÁLISE DE RISCO POR PERFIL DE EVENTO.



Ressaltando esse posicionamento, estudo citado pelo Ministério do Turismo (2020) – realizado pela consultoria Cap Amazon junto ao portal Mercado & Eventos – aponta provável mudança no perfil dos turistas brasileiros e indica que “Destinos e serviços que proporcionem bem-estar e contato com a natureza são citados, pela maior parte dos consultados, como segmentos em alta na retomada do turismo.” (MTUR, 2020).

Fundamentado em informações e explanações apresentadas neste estudo, o projeto aqui esmiuçado apresenta como motivação de sua concepção o atendimento a uma demanda ainda pouco priorizada pela sociedade, demanda essa que consiste em um mercado consumidor carente não só de atenção em geral, mas principalmente em relação às ofertas de lazer direcionadas a eles. Esse novo nicho de mercado, concebido por meio das diversas transformações sofridas pela sociedade, revela grande potencial para estimular o empreendedorismo no setor de turismo, inclusive o empreendedorismo social, e se consagra como o grande desafio atual no modo de fazer turismo e proporcionar lazer. A ideia de que idosos são indivíduos passivos, limitados e inativos está se tornando cada vez mais ultrapassada.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1 Turismo

De acordo com Ignarra (2003, p.2) o fenômeno do turismo teve início quando o homem deixou de ser sedentário e passou a viajar incentivado, em um primeiro momento, pela necessidade de comércio com outros povos.

Já De la Torre (1991, p.12) citado por Barretto (2012, p.44) afirma que o turismo teve início somente no século VIII a.C, na Grécia com o surgimento das Olimpíadas. Porém, voltando às considerações de Ignarra, o autor acredita que os romanos são os pioneiros do turismo, motivados pelo prazer, onde as viagens eram facilitadas e estimuladas pelo extenso sistema de rodovias. Informações obtidas através de artefatos como pinturas em azulejos, vasos e mapas nos mostram que os romanos iam à praia buscando o lazer e aos Spas em busca da cura e do relaxamento. (IGNARRA, 2003, p.3)

Ignarra (2003, p.3), afirma que esses os primeiros registros de turismo de eventos podem ser identificados no período de Alexandre, o Grande, quando registraram-se eventos que atraíam muitos visitantes. Na região do Éfeso, atualmente a Turquia, inúmeras pessoas se deslocavam para o local para assistir a apresentações de mágicos, acrobata e outras atrações.

Na Idade Média, destacam-se a organização de peregrinações para Jerusalém e alguns santuários da Europa, por serem, segundo os peregrinos, milagrosos.

O período compreendido entre os séculos XVI e XVIII é considerado como a origem do turismo moderno. Este período é caracterizado por viagens dos jovens da elite, sob o rótulo de "viagem de estudo", o Grand Tour, assumia o valor de um diploma, conferindo-lhes também status social.

Ignarra (2003, p.5) afirma que, com o desenvolvimento do capitalismo, o hábito de viajar para as chamadas estações de águas expandiu-se. Os Spas deixaram de ser destinados exclusivamente para tratamentos de saúde e passaram a ser procurados para eventos e algumas formas de entretenimento.

O crescimento da malha ferroviária, no século XIX, facilitou as viagens e possibilitou a realização de deslocamentos mais longos. Em 1841 surge o primeiro

agente de viagem profissional Thomas Cook, que ficou conhecido por organizar uma viagem de trem entre as cidades de Lancaster e Loughboroug na Inglaterra, configurando assim a primeira viagem agenciada.

Muitos outros acontecimentos importantes ocorreram, mas o turismo na Europa foi interrompido durante a Primeira Guerra Mundial e retomado apenas em 1919. A nova ascensão ocorreu no fim da década de 30, mas com a Segunda Guerra Mundial, o turismo ficou paralisado novamente no mundo todo. Seus efeitos foram tão profundos e marcantes, que somente em 1949 o turismo voltou a crescer, com características do chamado "turismo de massa".

Hoje em dia, é indiscutível a importância do setor turístico, já que é a principal motivação de entradas em diversos países, sendo a base do crescimento de muitas instituições. Nele ocorrem fenômenos de consumo, originam-se rendas e criam-se mercados. Além disso, geram-se empregos e novas empresas dedicadas ao setor. Assim como afirmado por, Fromer e Vieira (2003, p.61), o turismo, enquanto atividade econômica, é capaz de mobilizar diversos serviços e redes produtivas para as diferentes áreas que se beneficiam dele, além de atrair investimentos e gerar riquezas.

As consequências do fluxo financeiro resultantes do turismo são bastante expressivas e justificam que esta atividade seja incorporada à política econômica de muitos lugares que buscam adaptar seu comportamento visando atender as novas necessidades causadas pelo setor.

De acordo o Ministério do Turismo (2018), citando estudo realizado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) em parceria com a Universidade de Oxford, o turismo injetou US\$ 163 bilhões (7,9% das riquezas nacionais) no Brasil em 2017 e deve registrar até 2028 a sua contribuição para o Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro em 8,2%. Em 2019, o Ministério do Turismo ratificou o crescimento da participação do setor no PIB nacional por meio de publicação que cita distinta pesquisa realizada pelo WTTC, com base na qual afirma o acréscimo do PIB em 3,1% em 2018 comparado ao ano anterior, totalizando US\$ 152,5 bilhões (8,1%). Ou seja, a atividade tem potencial para contribuir fortemente para o desempenho econômico brasileiro, justificando a viabilidade econômica de investimentos no setor. Para isso, é imprescindível que sejam desenvolvidas políticas públicas e diversos projetos com vistas ao atendimento do potencial turístico encontrado no Brasil, abarcando suas diversas localidades.

Ressaltando o potencial da atividade turística, o Ministério do Turismo (2019), baseando-se em relatório divulgado pela Organização Mundial do Turismo (OMT), afirma que o turismo mundial apresentará crescimento entre 3% e 4% em 2019. O secretário-geral da OMT, Zurab Pololikashvili, ainda declara que

O crescimento do turismo nos últimos anos confirma que o setor é hoje um dos motores mais poderosos de crescimento e desenvolvimento econômico a nível global. Temos a responsabilidade de geri-lo de maneira sustentável para converter essa expansão em benefícios reais para todos os países, e em particular para todas as comunidades locais, criando oportunidades de emprego e empreendimento. (MTUR, 2019)

Além das vantagens de ordem econômica, mencionadas anteriormente, o turismo supera a limitação do capital e demonstra grande potencial para exercer impactos relevantes na cultura, no espaço da área receptora e na qualidade de vida da população local através do desenvolvimento social. Conforme Gastal e Moesch (2007, p. 12) “o Turismo se constitui em um fenômeno sociocultural de profundo valor simbólico para sujeitos que o praticam”. Ou seja, o turismo transcende o seu valor econômico em prol de sua característica mais nobre e profunda que é o ponto de vista do ser, do social e cultural na busca da essência dos seres e de elementos intrínsecos ao homem.

Algumas definições foram feitas ao longo desses anos, principalmente após os primeiros estudos feitos sobre o fenômeno e são apresentadas a seguir para esclarecimento do que significa o turismo.

A palavra turismo tem sua origem no vocábulo francês “tour” que significa “volta”. De acordo com Barreto (2012, p.9), a primeira definição remonta-se a 1911, e foi dita pelo economista austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen.

Segundo definição do economista apontada por Barreto (2012, p.9),

Turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado.

Conforme De La Torre (1992, p.19), mencionado por Barreto (2012, p.13), o turismo é um fenômeno social onde há um deslocamento de indivíduos ou grupos de

peessoas, que saem do seu local de residência habitual, temporariamente, para outro gerando inúmeras relações de importância social, econômica e cultural. Esse deslocamento, segundo o autor, pode ser realizado fundamentalmente por diversos motivos, como, por exemplo, a busca por recreação, descanso, cultura ou saúde.

Já o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR, 1992), órgão responsável pela divulgação do Brasil no exterior, em seu portal eletrônico defende o seguinte conceito de turismo:

É uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita.

O turismo, multifacetado como é, tendo em vista suas diversas possibilidades de atuação – turismo de lazer, turismo cultural, turismo de eventos, turismo de negócios, entre outros – possibilita diferenciadas opções de projetos que venham a acolher públicos cada vez mais específicos para que suas diversas motivações turísticas sejam atendidas.

Um dos segmentos que compõem o mercado turístico é o setor de lazer e recreação que, aliado à criatividade, ao comprometimento e a um planejamento de qualidade, se traduz em um ótimo caminho para desenvolver a atividade turística não apenas com intuítos econômicos, mas principalmente quanto ao bem estar, à qualidade de vida e ao crescimento pessoal daqueles que o praticam.

Diante disso, o Lazer torna-se um grande aliado da atividade turística, caracterizando-se como uma importante ferramenta para a ocupação do tempo livre. Além disso, oportuniza novas experiências, conhecimentos, socialização. Como também a autorealização. Por meio de um planejamento apropriado, o turismo se insere nos espaços públicos de lazer como um componente que poderá agregar valores e, principalmente, favorecer a criação iniciativas que visem à conservação e a valorização desses espaços, visando promover a inclusão social e outros benefícios provenientes do investimento no turismo e no lazer.

4.2 Interface Turismo e Lazer

A relação entre o turismo e o lazer se apresenta de forma mais complexa do que o senso comum nos permite perceber. Esse elo é constantemente inseparável na realização da atividade turística. A compreensão e a abrangência de cada uma dessas áreas, por si só, já provoca diversas discussões e manifesta óticas distintas quanto às suas definições, conceitos e aplicações. Dessa forma, quando praticadas em conjunto, essas áreas desencadeiam ainda mais reflexões e possibilidades acerca dos significados e aplicações atrelados a essa fusão.

De acordo com Nelson Carvalho Marcellino (1950, p.13), o significado da palavra lazer sofre diferenças significativas, inclusive em conversas informais, onde o termo é compreendido limitadamente como atividades recreativas ou eventos de massa, resultado provável da utilização da palavra por instituições que buscam se dirigir ao grande público. O autor ainda ressalta que:

Essa tendência é reforçada pelos meios de comunicação de massa que, na sua maioria, divulgam as atividades separadamente, sob verbetes consagrados como teatro, cinema, exposições, esportes etc., e, só mais recentemente, lazer, quase sempre ligados a manifestações de massa, ao ar livre e de conteúdo recreativo. (MARCELLINO, 1950, p.13)

O lazer é muito mais do que atividades de recreação e, assim como afirmado por Marcellino (1950, p. 18), os conteúdos dessa área podem ser os mais variados, podendo ser segmentado em seis áreas fundamentais quanto ao interesse daqueles que o procuram: os interesses artísticos, os intelectuais, os físicos, os manuais, os turísticos e os interesses sociais.

Para Marcellino (1950, p. 18), no âmbito dos interesses artísticos, encontra-se todas as manifestações artísticas através de um conteúdo estético na busca da beleza e do encantamento. Já no que diz respeito aos interesses intelectuais, a busca é pelo real, fundamentada na racionalidade e objetividade, enfatizando a experiência que pode ser obtida através de cursos e livros, por exemplo. Quanto aos interesses físicos, ele aponta que consistem em atividades onde o movimento é o fator principal, no qual se enquadram os diversos esportes e passeios. A capacidade de manipulação para transformação de objetos e materiais (artesanato, por exemplo) ou para lidar com a

natureza (vegetal ou animal), afirma o autor, diz respeito aos interesses manuais. Enquanto que a ruptura da rotina em busca de contextos diferentes do habitual (novas paisagens, pessoas e costumes) é o principal desejo nos interesses turísticos. E, por fim, o pesquisador afirma que, quando a busca se dá fundamentalmente pelo relacionamento social e “contatos face-a-face”, identifica-se o interesse social no lazer.

E, ainda no campo das definições, cabe destacar a definição de lazer apresentada pelo sociólogo francês Joffre Dumazedier (2000, p. 34) em suas reflexões. Para o pesquisador, o lazer consiste em:

Um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Quanto à sua função, o autor destaca que o lazer apresenta três funções mais importantes encontradas intimamente unidas umas às outras. São elas:

Descanso: funcionando como um reparador dos ônus (físicos e nervosos) proporcionados pelas obrigações cotidianas;

Divertimento, recreação e entretenimento: através dos quais se busca uma ruptura com o cotidiano e fuga do contexto no qual o indivíduo encontra-se frequentemente inserido; e,

Desenvolvimento: que está relacionada ao desenvolvimento da personalidade daquele que usufrui da prática do lazer. Esse desenvolvimento pode ser estimulado de diferentes maneiras como, por exemplo, através de uma participação social maior.

Quando atrelado ao turismo, o lazer se apresenta de forma ainda mais complexa, tendo em vista que esse relacionamento, como mencionado no início desta seção, gera diversas discussões e contrapontos quanto a modo que interagem entre si e seus significados e acabam criando um universo de reflexões e questionamentos quanto a sua verdadeira acepção.

De acordo com Gomes (2019, p.69), essa gama de entendimentos distintos quanto à interface lazer e turismo é reflexo da carência de pesquisas científicas que

aprofundem as relações entre as áreas. O estudo em questão ainda afirma que no Brasil o lazer, como objeto de estudo, ainda é pouco considerado na área do turismo. A autora defende que, nesse contexto, o lazer ainda fica muito limitado ao “desenvolvimento de atividades recreativas superficiais e descontextualizadas” e que nas graduações e pós-graduações em Turismo, além da interação lazer e turismo ser pouco abordada, quando acontece, esses estudos tendem muitas vezes a encarar essa relação de forma parcial e limitada, frequentemente “ênfatizando uma abordagem utilitarista do lazer”.

Nesse sentido, a aplicação do lazer junto ao setor turístico ainda é bastante acanhada não só na dimensão teórica, mas também no contexto prático da área. Essa insuficiência se torna ainda mais gritante quando se trata do turismo e lazer para a pessoa idosa. Muitas vezes, para esse grupo etário, o lazer no turismo é orientado por um caminho que leva às mesmas atividades recreativas comumente aplicadas e que já não são suficientes para atender às vontades dessas pessoas.

O público idoso, assim como qualquer outro grupo populacional, é heterogêneo em suas necessidades, suas crenças, seus valores e personalidade. Como tal, torna-se imprescindível que seja visto conforme suas individualidades. Ainda que possuam semelhanças (impostas pela idade), eles são seres individuais e precisam que esse fato seja levado em conta quando nos permitimos estabelecer algum tipo de relação com eles. Sendo assim, a seção a seguir é destinada a entender um pouco mais sobre essa categoria etária.

4.3 A Pessoa Idosa

A Organização das Nações Unidas (ONU) – através da Assembleia Mundial sobre o Envelhecimento, realizada em Viena (1982) – apresentou a pessoa idosa como aquela que possui idade igual ou superior a 60 anos e, a partir dessa definição, outras entidades adotaram esse critério para seus devidos fins. Como exemplo disto, temos a Organização Mundial de Saúde (OMS) que também considera como idoso o indivíduo que possui 60 anos ou mais; e o Estatuto do Idoso que, através do art. 1º da Lei nº 10.741, de 1º de outubro de 2003, se expressa da seguinte forma: “instituído o

Estatuto do Idoso, destinado a regular os direitos assegurados às pessoas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos”.

No Brasil, de acordo com cartilha do Ministério Público de Pernambuco – MPPE (2016, p.11), intitulada por Idoso no exercício da cidadania,

Para efeitos da lei, no Brasil, considera-se pessoa idosa aquela com idade igual ou superior a 60 anos. Em alguns países, a definição de pessoa idosa toma como referência a idade de 65 anos. Todavia, na nossa realidade, reconheceu-se que as condições gerais de vida da população interferem no processo de envelhecimento. Daí a conclusão de que a pessoa idosa é aquela que tenha idade igual ou superior a 60 anos.

Além da importante informação sobre o que define uma pessoa como idosa, outro aspecto mencionado deve ser ressaltado: a interferência das condições gerais de vida da população no processo de envelhecimento. Conforme afirmado no texto logo acima, o padrão de vida e contexto nos quais uma população está inserida indubitavelmente influi em seu envelhecimento. Sendo assim, torna-se imprescindível apontar quais são as variáveis que estão envolvidas nesse processo, como: taxa de fertilidade, mortalidade e expectativa de vida. Além disso, é necessário entender quais as causas e consequências dessas variáveis, como elas vem se comportando ao longo dos anos e de que forma elas exercem influência na trajetória da nossa sociedade.

Conforme mencionado anteriormente, o envelhecimento da população é reflexo do comportamento de algumas variáveis que sofrem alterações ao longo do tempo e uma dessas variáveis, a ser abordada nesse estudo, é a expectativa de vida, também conhecida como esperança de vida. Resultado lógico do desenvolvimento da humanidade (novas tecnologias, melhoria da saúde pública e de condições em diversos setores, como também outros fatores), a expectativa de vida da população no mundo todo vem se tornando cada vez maior. Alguns lugares em maior grau e outros com impactos menores, porém, em todos os eles existe algum crescimento desse índice.

Alves (2012) define a expectativa (também mencionado com esperança) de vida como “o número médio de anos que um grupo de pessoas nascidas no mesmo ano pode esperar viver, se mantidas, desde o seu nascimento, as probabilidades de morte existentes no ano em consideração”.

Segundo a Organização das Nações Unidas (2019), em todas as regiões do mundo está acontecendo esse processo de aumento da expectativa de vida desde a década de 50. E, fundamentando o fato mencionado, o Plano de Ação Internacional sobre o Envelhecimento – publicado pela ONU em 2003, ano base 2002 (p.27) – afirma que, entre a década de 50 e os anos 2000, a expectativa média de vida apresentou um crescimento de 20 anos desde 1950, chegando então aos 66 anos. Ou seja, em 1950 a expectativa média de vida da população mundial era de 46 anos, bem abaixo da realidade com a qual nos deparamos atualmente que passa dos 70 anos. Segundo ONU (2019), esse número deve aumentar ainda mais até 2050, quando deverá alcançar (em média) 77,1 anos de idade.

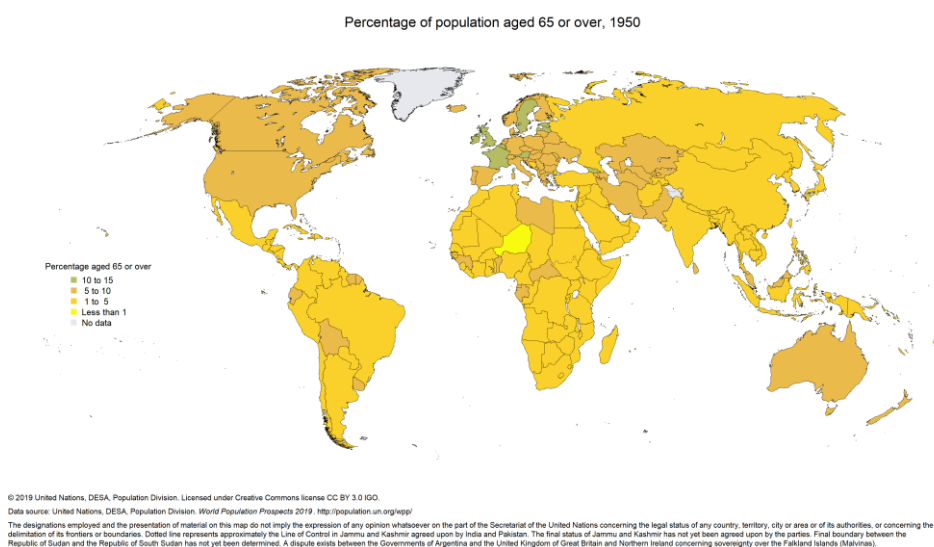
“No nível global, a população com mais de 65 anos cresce mais rapidamente que os demais segmentos da população” (ONU, 2019). As expectativas em relação à composição populacional indicam uma mudança de panorama que caminha para uma porcentagem significativa de idosos no mundo inteiro. O relatório World Population Prospects 2019 – publicado pela Divisão de População do Departamento de Assuntos Econômicos e Sociais das Nações Unidas – confirmou que essa transição demográfica da população mundial é resultado não apenas do aumento da expectativa de vida, mas também da diminuição dos níveis de fertilidade. Essa afirmação é, inclusive, totalmente cabível, tendo em vista que esses dois indicadores – assim como a mortalidade – fazem parte dos principais elementos que influenciam consideravelmente no envelhecimento da população.

O envelhecimento global da população é um fenômeno social crescente e multifacetado que vem ganhando cada vez mais notoriedade, estabelecendo-se como um dos assuntos mais debatidos no momento. A preocupação com a temática é evidente. Além disso, de acordo com a ONU (2019), esse acontecimento “está a ponto de se tornar uma das transformações sociais mais significativas do século XXI, com consequências para quase todos os setores da sociedade”.

Envelhecimento populacional é o aumento da proporção de idosos na população que, em geral, tem uma aceleração quando a base da pirâmide se reduz. Portanto, o envelhecimento demográfico é um fenômeno que tem a ver com a mudança na estrutura etária da população e acontece no longo prazo. (ALVES, 2012, p.1)

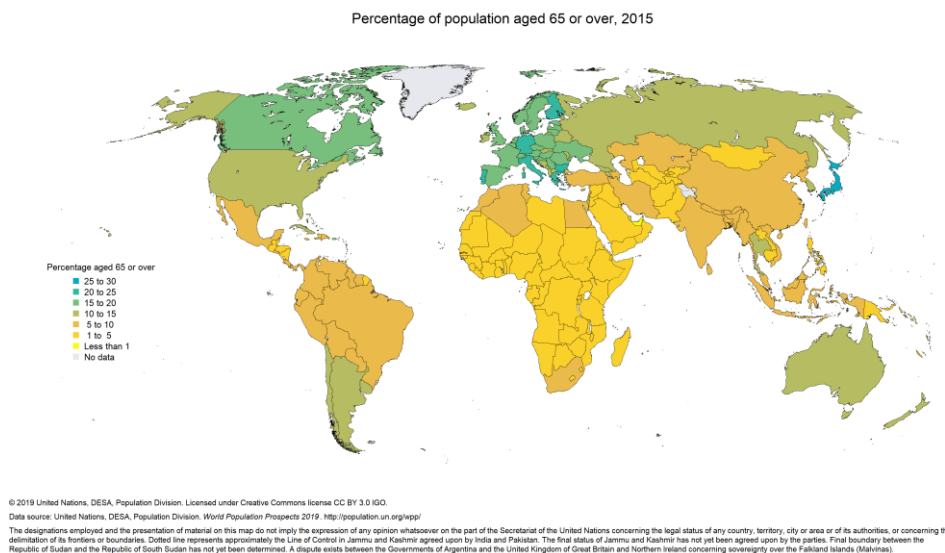
Nos mapas a seguir (figuras 2, 3 e 4) – publicados pela ONU (2019) – apresentam-se as variações e cenários encontrados mundialmente em quatro períodos analisados: 1950, 2015 e as projeções para o ano de 2050.

FIGURA 2 – POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS NO MUNDO EM 1950.



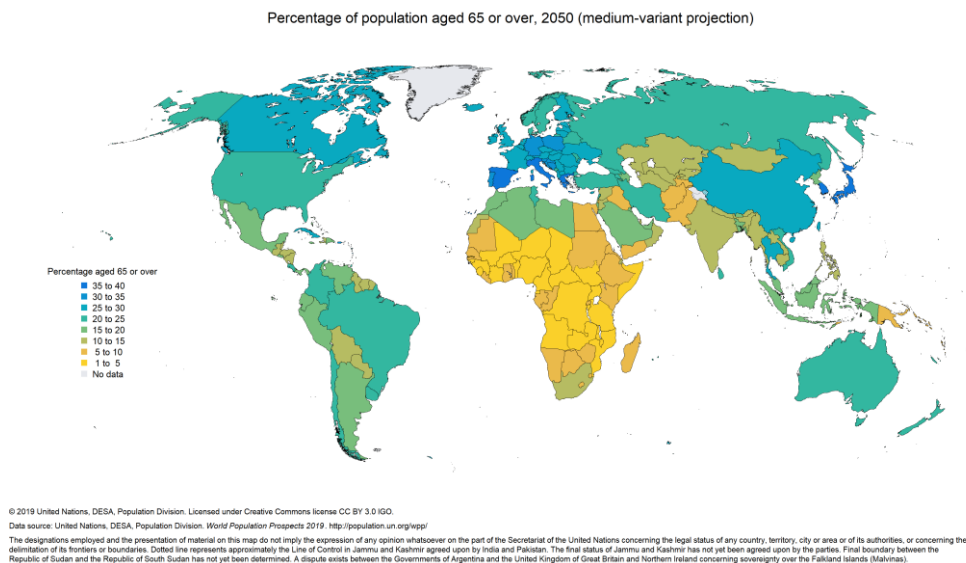
Fonte: United Nations. DESA, Population Divison (2019)

FIGURA 3 – POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS NO MUNDO EM 2015.



Fonte: United Nations. DESA, Population Divison (2019)

FIGURA 4 – PROJEÇÃO DA POPULAÇÃO COM 65 ANOS OU MAIS NO MUNDO EM 2050.



Fonte: United Nations. DESA, Population Division (2019)

Conforme apresentado nos mapas (figuras 2, 3 e 4), o globo terrestre vem passando por mudanças bastante significativas no que diz respeito à composição populacional. Pode-se notar através das imagens que o mundo vem alcançando porcentagens cada vez mais altas de idosos nos cenários apresentados de 1950 até o presente momento e que as projeções para os próximos anos – tendo como referência o ano de 2050 – ratificam essa tendência de envelhecimento populacional.

Até 2050, uma em cada seis pessoas no mundo terá mais de 65 anos (16%) — um aumento na comparação com a taxa de uma em cada 11 (9%) em 2019. As regiões em que a parcela da população com 65 anos ou mais deve dobrar entre 2019 e 2050 incluem o Norte da África e o Oeste da Ásia, o Centro e o Sul da Ásia, o Leste e o Sudeste da Ásia e a América Latina e Caribe. (NAÇÕES UNIDAS BRASIL, 2019)

Em 1950 (figura 2), a população idosa mundial apresentava uma participação singela em relação ao número total de pessoas no globo. Enquanto que em 2015 – 65 anos depois – esse panorama se apresenta no mapa (figura 3) de forma bastante modificada, mostrando alguns países com participações de idosos alcançando mais de 20% nacionalmente. Já no que concerne ao último mapa exposto (figura 4) – representando projeções para o ano de 2050 – a transição demográfica observada em comparação com 35 anos anteriores é indiscutível. Nesse enquadramento, espera-se que a participação de idosos a nível nacional já esteja ultrapassando 35% em alguns países. O continente africano, nesse cenário, ainda demonstra

participações em menores proporções quando comparadas com as demais nações (reflexo das condições de vida encontradas na região), porém, já é possível visualizar mudanças significativas ao longo do tempo em alguns de seus países.

Quanto ao Brasil, nos mapas apresentados (figura 2, 3 e 4), as alterações populacionais são nítidas. Em 1950, o país apresentava participações de idosos entre 1% e 5%, passando para uma representatividade entre 5% a 10% em 2015 e com expectativas para atingir uma parcela entre 25% e 30% da população brasileira em 2050. Isso significa que a sociedade mudou e vem se apresentando cada vez mais envelhecida, que políticas públicas devem ser desenvolvidas para atender da melhor forma possível essas pessoas que são parte cada vez mais relevante não só no Brasil, mas no mundo inteiro. Esses cenários também representam um pedido de atenção para os diversos atores – sejam do primeiro setor, do segundo setor ou do terceiro setor – para que voltem seus olhares para as mudanças que estão surgindo e tomem atitudes em prol da qualidade de vida e bem estar das pessoas idosas, juntando forças para preparar um caminho direcionado ao envelhecimento ativo.

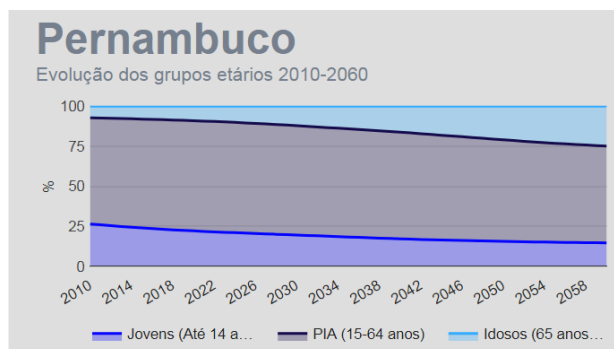
Nos países em desenvolvimento como o Brasil, esse fenômeno tende a chamar cada vez mais atenção por conta da velocidade em que vem acontecendo, como também pelos números significativos apresentados em pesquisas realizadas não só nacionalmente, mas também a nível mundial (como as pesquisas da ONU já apresentadas nesse estudo). A população brasileira, de acordo com projeção do IBGE de 2018, conta com 208.494.900 pessoas, das quais, 9,2% é representada por idosos (19,2 milhões).

O envelhecimento da população é irrefutável. “Segundo dados do Ministério da Saúde, o Brasil, em 2016, tinha a quinta maior população idosa do mundo, e, em 2030, o número de idosos ultrapassará o total de crianças entre zero e 14 anos.” (Jornal da USP, 2018). Dados da pesquisa *Características Gerais dos Domicílios e dos Moradores 2018* – publicada pelo IBGE – confirmam essa nova característica nacional afirmando que o alargamento do topo e o estreitamento da base desta estrutura foram mantidos e que essa constatação evidencia a tendência de envelhecimento populacional. De acordo com a pesquisa mencionada, no ano de 2018, indivíduos com 65 anos ou mais de idade representavam 10,5% da população total.

Em Pernambuco, conforme apresentado no gráfico a seguir (gráfico 1), a população segue a mesma tendência de envelhecimento encontrada no mundo e no

Brasil. A quantidade de idosos vem crescendo inversamente proporcional ao número de crianças e o cenário demográfico se mostra cada vez mais preenchido por pessoas com mais de 60 anos de idade. No ano de 2019, projeções indicavam uma porcentagem de 8,85% de idosos no estado em relação à população total.

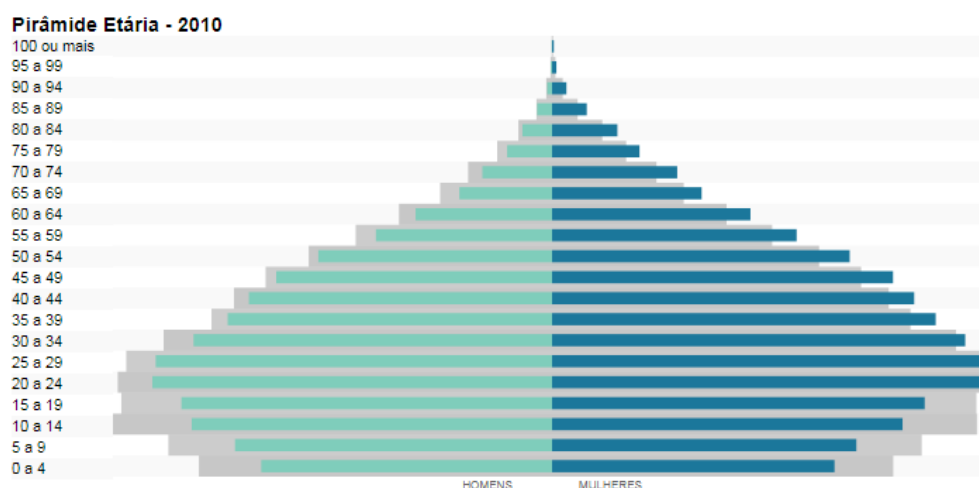
GRÁFICO 1 – EVOLUÇÃO DOS GRUPOS ETÁRIOS 2010-2060.



Fonte: IBGE (2019)

Censo realizado pelo IBGE em 2010 indica que a cidade do Recife – composta por 1.537.704 habitantes na época do levantamento – encontrava-se representada por 181.724 de idosos (Gráfico 2). Ou seja, 11,8% da população recifense. Projeções realizadas pelo Instituto em 2018 ainda apontam que esse número de idosos tende a crescer cada vez mais. Diante da projeção, assim como em planos nacionais e estaduais, devem-se voltar os olhares municipais para as transições demográficas correntes em cada realidade local para que esse grupo etário, cada vez mais representativo, possa ter suas necessidades e desejos atendidos, assim como qualquer outro indivíduo em classificação etária distinta.

GRÁFICO 2 – PIRÂMIDE ETÁRIA DE RECIFE DO CENSO DE 2010 (IBGE).



Fonte: IBGE (2010).

4.3.1 Envelhecimento e qualidade de vida

No Brasil, em 1994 a PNI foi criada em favor da pessoa idosa, buscando garantir e efetivar seus direitos através de 22 artigos estruturados em 6 capítulos que, além de definir o idoso (art. 2º), também define outras condições necessárias para assegurar a autonomia, integração e participação efetiva da pessoa idosa na sociedade e para garantir a implementação da própria lei. No Art. 10º, inciso VII, a lei correspondente – Lei nº 8.842/1994 – destaca competências dos órgãos e entidades públicos quanto à área de cultura, esporte e lazer, que são:

- a) garantir ao idoso a participação no processo de produção, reelaboração e fruição dos bens culturais;
- b) propiciar ao idoso o acesso aos locais e eventos culturais, mediante preços reduzidos, em âmbito nacional;
- c) incentivar os movimentos de idosos a desenvolver atividades culturais;
- d) valorizar o registro da memória e a transmissão de informações e habilidades do idoso aos mais jovens, como meio de garantir a continuidade e a identidade cultural;
- e) incentivar e criar programas de lazer, esporte e atividades físicas que proporcionem a melhoria da qualidade de vida do idoso e estimulem sua participação na comunidade.

Após 10 anos da PNI, entrou em vigor o Estatuto do Idoso (Lei nº 10.741 de 1º de outubro de 2003). Ele possui 118 artigos distribuídos entre sete títulos que expressam medidas em busca dos direitos sociais e proteção dos idosos brasileiros.

Em seu artigo segundo, a Lei nº 10.741/2003 deixa claro que a pessoa idosa “goza de todos os direitos fundamentais inerentes à pessoa humana”, no qual inclui-se “todas as oportunidades e facilidades, para a preservação de sua saúde física e mental e seu aperfeiçoamento moral, intelectual, espiritual e social, em condições de liberdade e dignidade” (Art. 2). E, em seguida, responsabiliza a família, a comunidade, a sociedade e o poder público por assegurar ao idoso “o direito à vida, à saúde, à alimentação, à educação, à cultura, ao esporte, ao lazer, ao trabalho, à cidadania, à liberdade, à dignidade, ao respeito e à convivência familiar e comunitária” (Art. 3).

Além disso, é assegurado através dessa lei que o direito à liberdade do idoso inclui a prática de diversões (Art. 10, inciso IV), como também é possível encontrar um capítulo – capítulo V – no qual se determinam questões que dizem respeito à educação, à cultura, ao esporte e ao lazer. Destaca-se, nesse momento, o Art. 20 que expressa que “o idoso tem direito a educação, cultura, esporte, lazer, diversões, espetáculos, produtos e serviços que respeitem sua peculiar condição de idade”.

Conforme discutido e tendo como base as leis mencionadas anteriormente, são recomendadas ações que colaboram para a autonomia desses indivíduos, visto que, muitas vezes, essa fase pode ser vista como um período de solidão, onde há o medo de se perder a independência e de não conseguir realizar suas atividades cotidianas.

Ratificando essa colocação, Souza, Jacob Filho e Souza (2006, p.16-17) dizem que

o idoso encontra-se, comumente, em estado de solidão e isolamento, o que, provavelmente, dá a sensação de inutilidade. O isolamento a que é submetido leva-o a concentrar-se em coisas passadas, em perdas ocorridas, o que pode causar a depressão.

Por conta desse isolamento, muitos acabam perdendo a motivação e satisfação com a vida. Essa falta de estímulo pode causar comprometimento das capacidades físicas, intelectuais e emocionais dessas pessoas.

De acordo com uma matéria feita no Jornal Correio Braziliense em 2017, alguns estudos realizados nos últimos anos mostram uma ligação entre a solidão e o aparecimento de doenças crônicas em idosos. O texto cita algumas pesquisas

desenvolvidas por universidades, como a Universidade de Chicago, nos Estados Unidos, na qual pesquisadores descobriram que o isolamento pode aumentar o risco de morte nas pessoas mais idosas em até 14%. Em outra pesquisa – desta vez da Universidade de Brigham Young (Estados Unidos), publicada na revista *Perspectives on Psychological Science* – foi realizada uma comparação entre alguns estudos e estatísticas de mortalidade através da qual se verificou que a solidão pode fazer tão mal à saúde quanto o álcool e o cigarro. A matéria ainda menciona uma análise de alguns artigos científicos feita por pesquisadores da Universidade de York, no Canadá, que apontou que o isolamento aumenta os ricos de doenças coronárias do coração em 29% e em 32% o de acidentes vasculares.

Segundo Russel (2004), conforme citado por Fernandes (2007, p. 42), a solidão é uma das reclamações mais frequentes entre os idosos e, ainda de acordo com ele, “Isto resulta da saída dos filhos para o mercado de trabalho, com deslocação para uma cidade diferente, com a chegada da reforma e com a viuvez”. Não obstante, podemos ainda citar como causas o isolamento social provocado pelo afastamento da família de forma geral (inclusive pela falta de interesse), pelo óbito ou distanciamento de amigos e colegas, como também pela saída do mercado de trabalho/aposentadoria. Esta última, sendo reconhecida, muitas vezes, como precursora do ócio e da solidão nessa fase da vida. Isso porque o idoso passa a dispor de um tempo que costumava ser ocupado pelo trabalho e que, a partir da falta dele, muitas vezes, não sabe como preencher esse tempo de forma pessoalmente produtiva e ativamente benéfica para a sua qualidade de vida.

Porém, ainda que o período pós-aposentadoria seja frequentemente associado a uma etapa da vida na qual o indivíduo possui uma rotina estagnada e sem graça, com acúmulo de doenças e comprometimento da autonomia e da independência, essa não é uma realidade absoluta. O processo de envelhecimento é natural, mas os ônus incessantemente atribuídos a ele não são fatores que se apresentam como um combo aposentadoria ou combo velhice. Na verdade, essas condições negativas conferidas à pessoa idosa são, muitas vezes, condições provenientes dos hábitos de vida do indivíduo ao longo de toda a sua trajetória de vida, ou seja, de suas práticas desde seu nascimento até o momento em que se encontra. Assim como afirmado por Souza, Jacob Filho e Souza (2006, p.17),

Os atuais conceitos científicos demonstram que o processo natural de envelhecimento não necessita ser um fator determinante da autonomia e independência do idoso, ou seja, não é um fator impeditivo para a maioria das atividades cotidianas de um adulto em qualquer idade.

Dessa forma, não existem desculpas plausíveis para o impedimento de iniciativas que vislumbrem a melhoria da qualidade de vida da pessoa idosa a partir das mais diversas e ativas formas de entretenimento, assim como as opções frequentemente disponibilizadas aos demais grupos etários existentes em nossa sociedade. A carência de opções de lazer e atividades em geral destinadas aos idosos, muitas vezes justificada por limitações que na realidade são relativas, é na verdade injustificável e inaceitável, tendo em vista que o que é realmente limitante é a mentalidade ainda preconceituosa por parte dos diversos atores que poderiam fazer a diferença nesse sentido.

Com base nessa reflexão, busca-se deixar os falsos impedimentos de lado e começar a trilhar um caminho que leve a sociedade a um envelhecimento gratificante e pautado em atividades ativas, variadas e estimulantes que venham a contribuir fortemente e positivamente para a qualidade de vida do público com mais de 60 anos, sendo a qualidade de vida em sua aplicação prática a base do estar e viver bem, tendo em vista que ela é o conjunto de condições da vida de cada indivíduo.

O conceito de Qualidade de Vida (QV), apesar de subjetivo, engloba fatores imprescindíveis em sua concepção e que são mencionados em diversos estudos sobre a temática, como: saúde, relacionamentos (família, amigos, amor e sociedade em geral), trabalho, ambiente, valores e estilo de vida, autocuidado, etc. Um dos aspectos mais debatidos quando se pensa no bem estar de idosos é justamente em relação aos seus relacionamentos e à solidão, da qual discorremos anteriormente.

O envelhecimento da população incita e propaga diversas reflexões acerca de alternativas que venham não apenas minimizar os impactos proporcionados pelo crescimento do número de idosos que se apresenta em todo o globo, como também se pauta na concepção de ações que assegurem os direitos e oportunidades desse grupo. Além disso, já se discute há anos formas de implementar políticas públicas e projetos voltados ao estímulo de uma trajetória mais saudável àqueles que ainda não fazem parte do grupo populacional idoso. Dessa forma, viabiliza-se um envelhecimento de qualidade e com muitas possibilidades.

Expressão adotada pela OMS, o “Envelhecimento Ativo” tem como premissa a promoção do envelhecimento a partir de uma perspectiva positiva, reconhecendo o período como uma fase de oportunidades, reinvenção, bem estar e qualidade de vida. O termo em questão, de acordo com a organização mencionada, diz constituir-se como “o processo de otimização das oportunidades de saúde, participação e segurança, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida à medida que as pessoas ficam mais velhas”. (OMS, 2005, p.13).

Ainda de acordo com a OMS (2005, p.13), o envelhecimento ativo tem como objetivo “aumentar a expectativa de uma vida saudável e a qualidade de vida para todas as pessoas que estão envelhecendo, inclusive as que são frágeis, fisicamente incapacitadas e que requerem cuidados.”.

Nesse sentido, a área de turismo aliada ao lazer apresenta um universo de infinitas possibilidades de atuação que venham a contribuir de forma eficiente na reprodução prática do termo *Envelhecimento Ativo*. Através da união dessas duas áreas, as possibilidades e benefícios não se restringem aos turistas ou aos moradores locais, ambos acabam obtendo ganhos. Inclusive, a partir dessa união, é possível desenvolver também as relações, o local/espço, a economia e a sociedade como um todo. E, quando falamos da pessoa idosa, os impactos podem se tornar ainda mais significativos, conforme explanação do tópico a seguir.

4.4 Turismo e Lazer para a pessoa Idosa

Os idosos constituem um público potencial que merece atenção do mercado, pois, fazem parte de uma parcela da população que vem crescendo significativamente a cada dia e, com isso, exigirá uma ampliação de equipamentos e profissionais qualificados para atender suas exigências de maneira apropriada.

Sabe-se que com o aumento da expectativa de vida na maioria dos países, mais idosos são capazes de aderir ao lazer e às oportunidades de turismo por um período ainda maior. Esse público demonstra apreciar o bem-estar e tende a investir cada vez mais em produtos que atendam tais expectativas. Inclusive, no período pós-

pandemia, eles podem se tornar grandes aliados na retomada da economia a um patamar favorável e circulante.

De acordo com Souza, Jacob Filho e Souza (2006, p.87), existe um mútuo interesse entre o turismo e os idosos. Onde, no que diz respeito à atividade turística, “características psicossociais da terceira idade, aliadas às constatações e projeções demográficas, tornam o público idoso um segmento turístico de grande potencial, mas ainda pouco explorado”.

Os autores compreendem o setor turístico em duas dimensões distintas: como atividade econômica e como um fenômeno comportamental e sociocultural. Segundo eles (2006, p.87):

A primeira diz respeito às implicações sociais, políticas e econômicas da ação turística, seus desdobramentos diretos e indiretos sobre os pólos emissores e receptores e às estratégias empresariais (públicas e privadas) que orientam as práticas do setor, dentre as quais destaca-se a segmentação da oferta turística. A segunda dimensão situa o turismo como uma das expressões culturais mais marcantes da sociedade pós-industrial não apenas como meio de evasão ou compensação as tensões geradas pelo cotidiano, mas também como instrumento de comunicação, relacionamento e conhecimento.

A atividade turística, no que diz respeito à prática do lazer, apresenta diversas oportunidades de atuação e diversificação, como também possibilidades de interdisciplinaridade e criatividade. De acordo com Souza, Jacob Filho e Souza (2006, p.78), o desenvolvimento do turismo voltado para os idosos oferece a possibilidade de preencher o tempo desses indivíduos com atividades agradáveis, através das quais eles também podem desenvolver suas aptidões, contribuindo para a melhoria de sua saúde física e mental.

Tendo como base os conteúdos do lazer apresentados anteriormente nesse estudo (tópico 4.2),

o ideal seria que cada pessoa praticasse atividades que abrangessem os vários grupos de interesses, procurando, dessa forma, exercitar, no tempo disponível, o corpo, a imaginação, o raciocínio, a habilidade manual, o contato com outros costumes e o relacionamento social, quando, onde, com quem e da maneira que quisesse. No entanto, o que se verifica é que as pessoas geralmente restringem suas atividades de lazer a um campo específico de interesses. E geralmente o fazem não por opção, mas por não terem tomado contato com outros conteúdos. (MARCELLINO, 1950, p.18-19)

A partir dessa compreensão, fica nítida a relevância de projetos e iniciativas dentro do turismo e do lazer das mais diferentes naturezas que venham a compor suas ações tendo como base a integração entre diferentes e variadas tarefas, não se restringindo a apenas um tipo de estímulo ou atividade, como vem acontecendo atualmente ao conceber uma enxurrada de projetos voltados à atividade física e raramente apresentando ideias voltadas ao estímulo cognitivo do idoso e população em geral.

5 METODOLOGIA

Com a intenção de esclarecer e caracterizar o projeto desenvolvido, nesta seção encontram-se indicadas as classificações pertinentes às metodologias utilizadas nas pesquisas, como também é apresentado o processo através do qual o trabalho foi orientado. Sendo assim, classifica-se o estudo na devida ordem: quanto ao tipo, quanto à técnica, quanto à unidade de análise, quanto aos instrumentos de coleta de dados e quanto aos critérios utilizados para realizar a análise dos dados obtidos.

Tendo em vista o propósito de estabelecer uma relação de maior interação com o objeto de estudo, o trabalho em questão se revela quanto ao tipo como pesquisa exploratória. De acordo com Gil (2002, p.41),

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

Quanto à técnica, foram realizadas pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e levantamento. Nesse momento, foram analisados e interpretados dados secundários como relatórios da ONU, da OMS, do IBGE, do MTUR, dentre outros órgãos competentes e coerentes ao projeto. Também foram utilizados livros e diferentes trabalhos acadêmicos.

No que diz respeito à unidade de análise, optou-se por contemplar o nível do indivíduo que, segundo Bertucci (2008, p.59) é uma abordagem que prioriza a ótica do indivíduo, buscando identificar sua percepção, pensamentos e sentimento. No nível do indivíduo, diz o autor, “a pesquisa busca identificar, descrever e analisar as questões pesquisadas na perspectiva dos indivíduos que vivenciam determinadas situações ou experiências”.

Para tal, durante a obtenção dos dados, foi realizada uma observação direta no Shopping Center Recife com o intuito de pesquisar, identificar e analisar o comportamento e opções de lazer dos idosos que no ambiente circulam, tendo em vista que em uma perspectiva empírica construída através do nosso cotidiano, havíamos reconhecido a presença marcante de idosos principalmente no shopping no

qual realizamos o estudo. Essa metodologia foi aplicada no dia 09 de Agosto de 2019. Na ocasião, permanecemos no shopping durante 8 horas – das 10h30 às 18h30 – e, além de explorarmos o comportamento do público a ser estudado através de observação, também conversamos informalmente com alguns desses idosos.

De acordo com Lakatos e Marconi (2002, p. 190),

A observação é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar. (LAKATOS E MARCONI, 2002, p. 191)

Em seguida, segmentamos o nosso público alvo e direcionamos nossa pesquisa, dando início ao estudo exatamente onde foi definido o local da intervenção: Av. Boa Viagem, Recife, PE. Nesse momento, atuamos e exploramos na área geográfica escolhida, buscando identificar as percepções, os hábitos e as preferências de lazer dos idosos que fazem uso e/ou frequentam os espaços da praia de Boa Viagem e suas imediações. Ou seja, procurou-se entender como é a relação desses idosos com o lazer tanto no sentido do que eles consideram lazer, quanto no aspecto relacionado aos conteúdos praticados e/ou consumidos. Dessa forma, torna-se possível desenvolver um projeto que atenda, de fato, as necessidades e anseios do público a ser beneficiado.

Para isso, além de aplicarmos os questionários, conversamos informalmente com os idosos. E, na ocasião, analisamos o fluxo desse público na área e como eles atuam nos espaços nos quais estavam inseridos. Detectando assim, as características e interesses que identificam o grupo de idosos em estudo.

O questionário – instrumento de investigação e de coleta de dados, formado por um grupo de questões previamente desenvolvidas para serem aplicadas a uma determinada quantidade de pessoas – possui, com base na percepção de Gil (2008, p. 121), a finalidade de “obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado etc.”.

Ao todo, em nossa pesquisa, foram aplicados quarenta e oito (48) questionários, no período de 21 de outubro de 2019 a 01 de novembro de 2019 – com exceção dos dias 24 e 27 de outubro – nos horários da manhã, da tarde e da noite,

de forma alternada. O questionário aplicado (Apêndice A), conta com oito (8) questões – três (3) questões abertas e cinco (5) questões fechadas – respondidas pessoalmente, em material impresso, e registrado posteriormente no *Google Forms*. Na ferramenta de pesquisa em questão, levando em conta o compromisso de preservar a identidade dos colaboradores, os 48 idosos que se prontificaram a responder a pesquisa foram denominados através de numerações a partir do número 1, em ordem cronológica.

Além do *Google Forms*, também utilizamos o *Excel*, software que compõe o Pacote Office da Microsoft. Por meio deste, foi elaborada não apenas a tabulação dos questionários, mas elaboramos os gráficos e as tabelas presentes no estudo apresentado para proporcionar uma melhor visualização dos resultados. As perguntas do questionário abordam informações de perfil do entrevistado, seus hábitos e preferências de lazer, como também as dificuldades encontradas para a sua prática.

No que concerne às entrevistas realizadas (Apêndices B e C), estas se configuram como entrevistas semiestruturadas e foram analisadas conforme Bardin (2016). Elas foram aplicadas com dois profissionais imersos nas áreas abordadas pelo estudo em questão e que apresentam importantes considerações, cada um dentro de sua esfera de atuação e bagagem profissional.

De acordo com GIL (2008, p. 109),

Muitos autores consideram a entrevista como a técnica por excelência na investigação social, atribuindo-lhe valor semelhante ao tubo de ensaio na Química e ao microscópio na Microbiologia. Por sua flexibilidade é adotada como técnica fundamental de investigação nos mais diversos campos e pode-se afirmar que parte importante do desenvolvimento das ciências sociais nas últimas décadas foi obtida graças à sua aplicação.

A primeira entrevista (Apêndice B), composta por 9 perguntas, foi realizada com o professor do IFPE, *Campus Recife*, Rodrigo José de Albuquerque Marinho Ataíde dos Santos, no dia 18 de outubro de 2019. Rodrigo, que já atua na área do lazer há anos, além de ser especialista em Lazer, Recreação e Atividade Física para Qualidade de vida, também é mestrando em Políticas Públicas e, por isso, possibilitou uma proximidade maior do projeto aqui desenvolvido com o objeto de estudo. Dessa forma, o trabalho ganhou ainda mais embasamento para sua concepção.

Quanto à segunda entrevista (Apêndice C), também composta por 9 perguntas, foi realizada com Tatiane Freire, terapeuta da UCIS Professor Guilherme Abath, no

dia 11 de dezembro de 2019. Além de fazer parte do Núcleo de Práticas Integrativas da Secretaria de Saúde do Recife e ter experiência com o público idoso, a entrevistada fez parte da equipe do projeto da Academia da Cidade durante sete (7) anos, é graduada em Educação Física pela UFPE e possui especialização na linha de Exercício Físico e Qualidade de Vida para Idosos pela UGF-RJ. Enriquecendo a pesquisa, assim como o entrevistado mencionado anteriormente, e complementando as informações e fundamentações necessárias à construção do projeto desenvolvido.

Além de usar os softwares mencionados anteriormente, também relacionamos as informações obtidas com a literatura utilizada, conferindo maior fundamentação e consistência às interpretações e análises reproduzidas e apresentadas no estudo.

Quanto às ferramentas utilizadas para a criação do projeto em si, o logotipo do Espaço Lazer em Ação do Recife foi criado utilizando uma plataforma online de design gráfico, o Canva. Enquanto que, para a elaboração do layout do espaço, utilizou-se o Sweet Home 3D, que é um software para criação de modelos em 3D e orçamento foi elaborado com base em pesquisas de preço na internet e consultas diretamente com fornecedores.

6 RESULTADOS E ANÁLISE

Dá-se início, neste momento, à análise das informações obtidas através da metodologia utilizada ao longo de toda a pesquisa. Para viabilizar a clareza e melhor compreensão dos resultados alcançados, este capítulo encontra-se dividido em três principais momentos de reflexão e apreciação: 1- considerações quanto à observação direta realizada em um Shopping Center localizado no bairro de Boa Viagem; 2- diagnóstico do período de aplicação dos questionários e estudo das informações obtidas a partir desse instrumento metodológico; e 3- o retrato e análise das entrevistas realizadas.

6.1 Observação Direta

Na observação direta realizada no dia 09 de agosto de 2019, através de conversas informais e análise do comportamento do público, constatou-se que alguns idosos frequentemente passam bastante tempo no shopping. Apesar de encontrá-los por todo o shopping, estar é possível identificar que estão, em grande número, concentrados em um espaço do ambiente dedicado a eles, designado Praça Boa Idade.

Na Praça Boa Idade – na qual permanecemos durante 6 horas – tornou-se possível reconhecer divisões dentro do próprio espaço, são elas: os casais, grupos mesclados (homem e mulher), grupo dos homens e o grupo das mulheres. Além disso, o local também é frequentado por idosos que permanecem sozinhos, de ambos os sexos. Em relação ao fluxo de pessoas, o intervalo de 13h até 17h teve o maior pico de número de idosos do dia. Alguns dos idosos que ali estavam chegaram durante a manhã e permaneceram no mesmo local até o final da tarde, fazendo inclusive suas refeições na praça.

Por meio de conversa com 4 idosos – 3 mulheres e 1 homem – identificou-se que eles gostam de frequentar o shopping, que costumam fazer suas refeições no local, encontram amigos e que aproveitam para fazer compras. Uma das senhoras disse que não gosta muito de ir ao shopping, só vai para fazer coisas que precisa

como almoçar, comprar coisas necessárias, etc.; as outras duas mulheres disseram que gostam mais de conversar entre amigas e não gostam muito de ficar perto dos homens. Já o único homem com o qual conversamos disse que gosta de ir ao shopping encontrar amigos para conversar e afirmou interesse em espaços de jogos.

Por meio dessa observação, pudemos perceber que a vida desses idosos que passam muito tempo no shopping é bastante estática, sedentária, monótona. Com exceção das atividades de socialização praticadas por alguns, suas atividades se resumem a ficarem sentados e se alimentarem. Não existe nenhuma atuação mais ativa na vida deles e muitos possuem esses hábitos como uma rotina diária. Sendo assim, identificamos uma necessidade por uma vida mais ativa e desafiadora, que possa gerar bons frutos de hábitos saudáveis e construtivos.

6.2 Questionários

Com o objetivo de identificar os hábitos e preferências de lazer do público-alvo do projeto, assim como verificar suas dificuldades para praticar lazer e a viabilidade da intervenção, o questionário em questão foi aplicado conforme o perfil previamente selecionado do grupo a ser diretamente beneficiado pela iniciativa: idosos que fazem uso e/ou frequentam os espaços da praia de Boa Viagem e suas imediações.

Conforme apontado no gráfico a seguir (Gráfico 3), dos 48 idosos que responderam o questionário, aproximadamente, 54% (26 pessoas) são mulheres e 46% (22 pessoas) são homens. Esse resultado reflete o cenário encontrado durante o período em que a pesquisa foi realizada, tendo em vista que pudemos perceber um maior engajamento das mulheres idosas nas práticas de lazer do local em estudo.

GRÁFICO 3 – PERFIL DOS PARTICIPANTES DE ACORDO COM O GÊNERO.

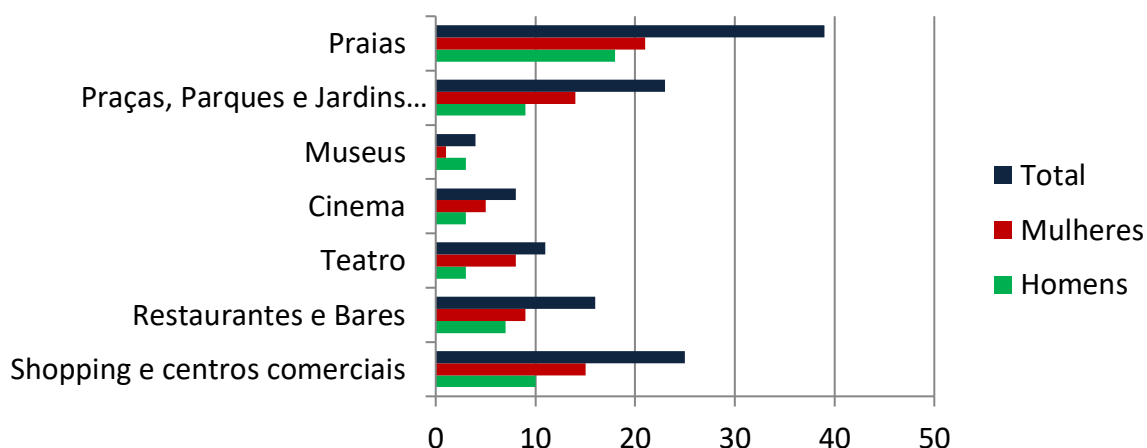


Fonte: Elaboração própria, 2019.

No que tange a pergunta sobre a percepção de lazer dos idosos, as respostas (Apêndice D) foram diversificadas, mas, ao mesmo tempo, relacionadas direta ou indiretamente aos seguintes atos: se divertir, relaxar/descansar e ter prazer. Essa pergunta é extremamente relevante para o nosso trabalho para identificarmos o que o nosso público considera como lazer da forma mais espontânea possível. Perguntando aos idosos sobre o que é lazer para eles da forma que foi feita, em uma pergunta aberta e sem qualquer tipo de influência, viabilizamos a possibilidade dos respondentes mencionarem as primeiras palavras que vem à mente quando se fala sobre lazer e assim, compreender melhor o que é mais importante para o nosso público no âmbito do setor no qual o projeto encontra-se fincado.

Assim como demonstrado no gráfico a seguir (Gráfico 4), a partir da aplicação dos questionários pudemos identificar que as Praias, os Shoppings e Centros Comerciais e Praças, Parques e Jardins Botânicos são, respectivamente, os três espaços de lazer mais visitados pelos idosos que participaram da pesquisa. Separando os idosos pelo gênero, os três espaços de lazer mais visitados por cada grupo ainda se mantêm os mesmos da classificação geral: Praias, os Shoppings e Centros Comerciais e Praças, Parques e Jardins Botânicos, na devida ordem.

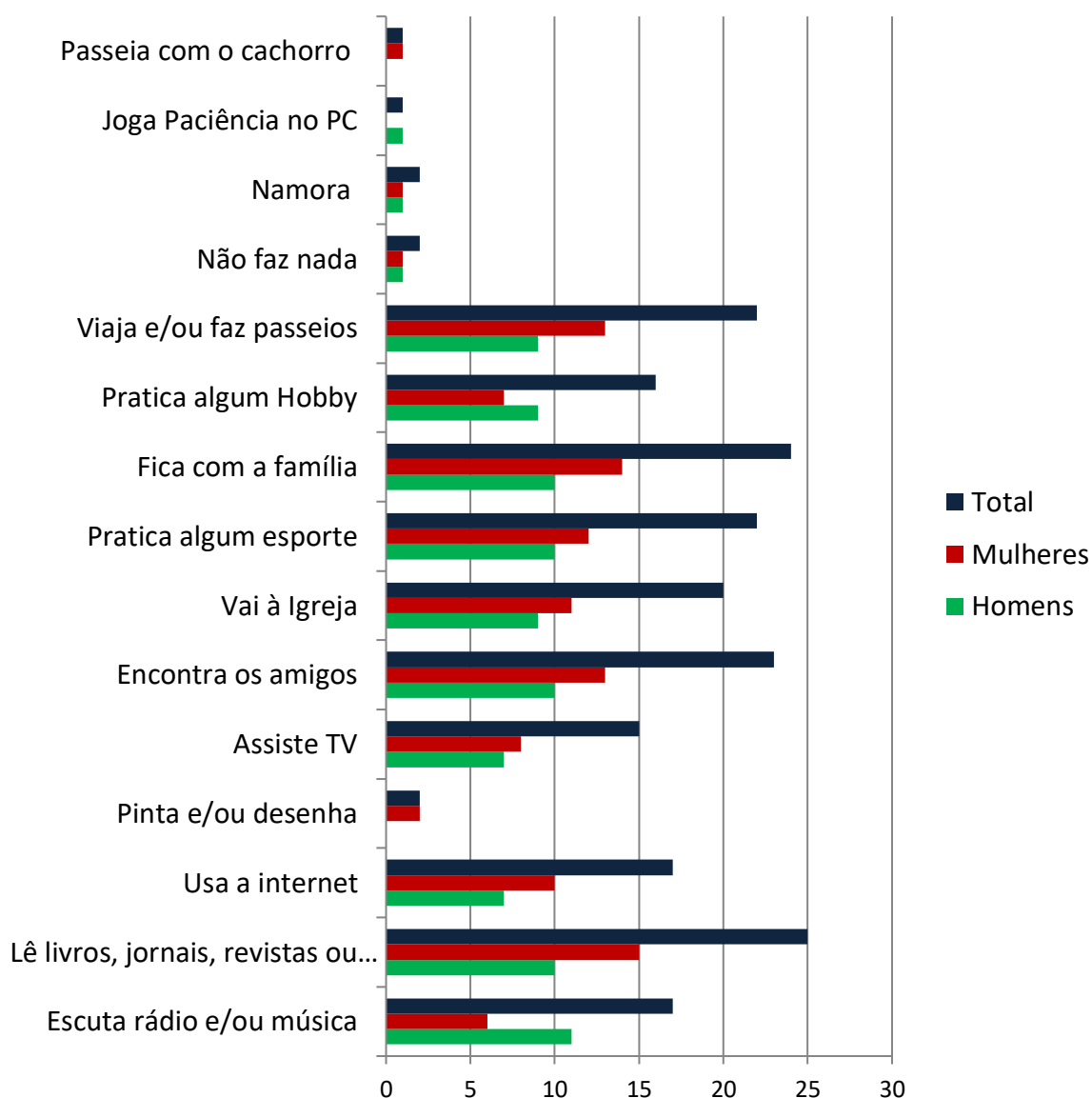
GRÁFICO 4 – ESPAÇOS DE LAZER MAIS FREQUENTADOS PELOS IDOSOS.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Quanto às atividades mais realizadas pelos idosos em seu tempo livre, destacam-se na pesquisa: a leitura de livros, jornais, revistas ou outros; tempo com a família; encontro com amigos; viagens/ passeios; e prática de esportes, na ordem da mais praticada pelos respondentes até a quinta mais praticada. Nos dois últimos casos, o número de vezes escolhida foi a mesma. Dentre as mulheres, as preferências foram: lê livros, jornais, revistas ou outros; fica com a família; viaja e/ou faz passeios; e prática de esportes. Quanto às preferências do sexo masculino, as cinco principais escolhas foram as seguintes: escuta rádio e/ou música; lê livros, jornais, revistas ou outros; encontra os amigos; pratica algum esporte; e fica com a família, nesta ordem.

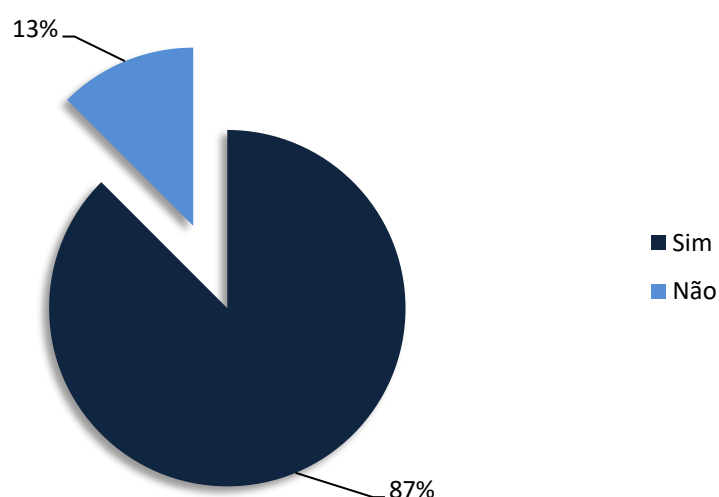
GRÁFICO 5 – ATIVIDADES MAIS REALIZADAS PELOS IDOSOS NO TEMPO LIVRE.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

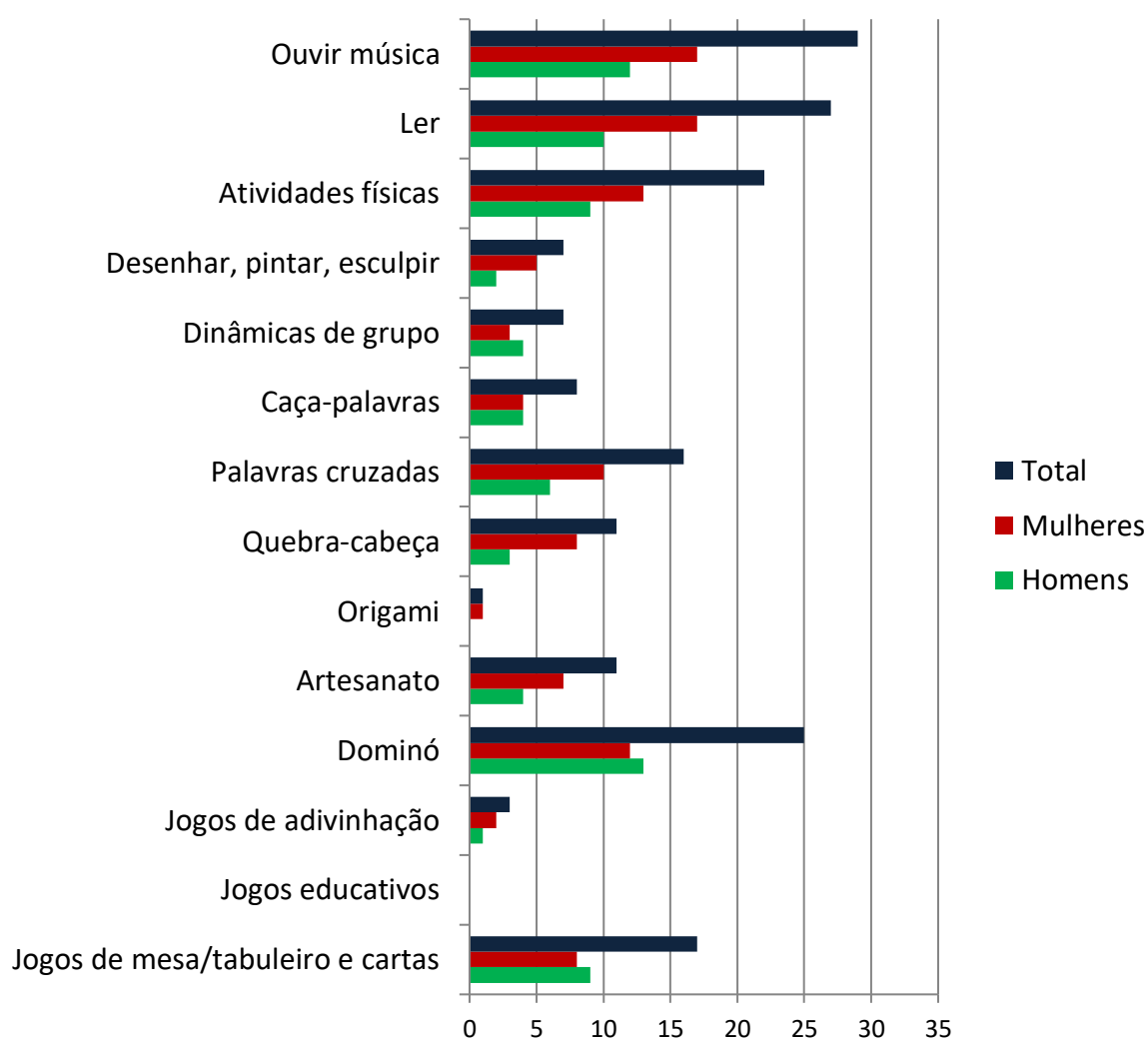
No que concerne à pergunta sobre hobbies, o gráfico a seguir (Gráfico 6) apresenta a distribuição de idosos que possuem e não possuem hobbies. Dentre os que possui algum hobby, destacam-se as atividades criativas e os exercícios físicos.

GRÁFICO 6 – QUANTIDADE DE IDOSOS RESPONDENTES QUE POSSUEM ALGUM HOBBY.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Quando perguntamos sobre suas preferências dentro das opções que disponibilizamos, as atividades que se destacaram foram: ouvir música, ler, jogo de dominó, atividades físicas e jogos de mesa/tabuleiro e cartas. Na pergunta em questão, assim como na quarta pergunta, constatou-se uma pequena discrepância entre as preferências dos homens e das mulheres. Para as mulheres, ouvir música, ler, atividades físicas, jogo de dominó e palavras cruzadas foram as cinco principais atividades, em ordem de favoritismo. Já para os homens, as cinco práticas preferidas em ordem de preferência foram: o jogo de dominó, ouvir música, ler, jogos de mesa/tabuleiro e cartas, e atividades físicas.



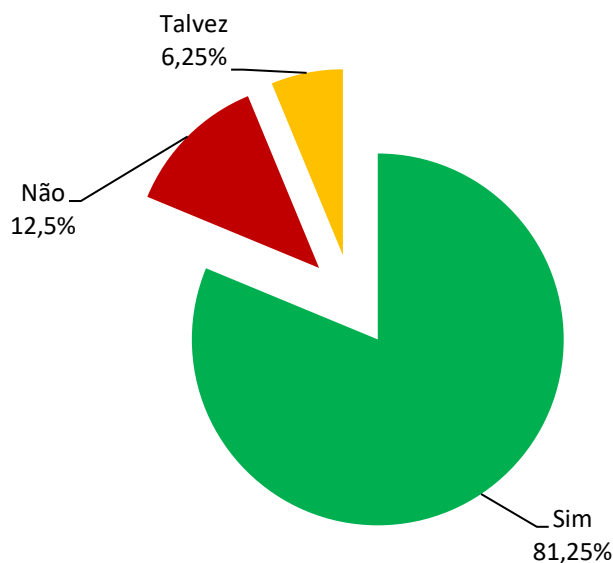
Fonte: Elaboração própria, 2019.

Quanto às dificuldades de lazer comumente encontradas pelos idosos que responderam o questionário, a falta de segurança foi apontada com a maior frequência de menções, aparecendo em 25 das 48 respostas. O segundo empecilho mais citado foi em relação à falta de espaços de lazer e ações do governo com esse direcionamento, sendo apontado por 7 idosos. Dentre os 48 idosos que responderam o questionário, 7 afirmaram não possuir nenhuma dificuldade em suas práticas de lazer.

Por fim, na última pergunta do questionário - Você frequentaria um espaço de lazer e convivência com programações que incluem jogos de tabuleiro, atividades artísticas e outras atividades recreativas? – assim como apresentado a seguir no Gráfico 8, 81,25% (39 idosos) dos respondentes foram receptivos ao espaço de lazer e convivência proposto no trabalho desenvolvido, respondendo à pergunta afirmando

que frequentariam esse ambiente. Dentre os que responderam que não frequentariam o local (12,5%, 6 idosos), 3 foram mulheres e outros 3 foram homens. Já em relação às pessoas que responderam que talvez frequentassem o espaço, essas constituem 6,25% (3 idosos) do total de respostas e as três respostas são advindas de mulheres.

GRÁFICO 8 – INTERESSE DOS IDOSOS NO ESPAÇO PROPOSTO PELO PROJETO.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Ao longo da aplicação do questionário, na maioria das vezes, desenvolveram-se conversas entre nós (pesquisadoras) e os idosos que participaram da pesquisa em execução. Nesse momento, algumas das falas por parte dos idosos foram bastante tocantes e relevantes ao estudo desenvolvido.

Alguns dos pontos mais enfatizados durante o processo foram relacionados à solidão a qual os idosos estão submetidos; à vontade desse grupo de se manterem ativos não apenas fisicamente, mas também intelectualmente e socialmente; e ao sentimento de marginalização social sentida pela pessoa idosa que, de acordo com sua percepção, é reflexo de uma sociedade que ainda deixa muito a desejar quanto ao respeito e atenção dedicada a eles como um grupo que merece atenção como qualquer outro. Como exemplo disso, destaca-se a afirmação de uma das participantes que, em sua fala, disse que “o idoso é muito desprezado”, o que confere com a perceptível e triste realidade de muitos idosos.

6.3 Entrevistas

Com a finalidade de nos debruçarmos sobre a luz teórica e prática da relação *Turismo, Lazer e Pessoa Idosa* através de profissionais qualificados e experientes, apresentam-se neste momento os resultados, reflexões e considerações provenientes das entrevistas realizadas durante a pesquisa do projeto aqui esmiuçado, conforme metodologia de análise de conteúdo desenvolvida por Bardin (2011).

6.3.1 Análise de conteúdo das entrevistas

Ao falar sobre lazer, o entrevistado A compreende a prática como um “tempo e espaço de liberdade” que promove oportunidade de experimentar diferentes atividades, além das comumente realizadas, sem uma pressão social muito forte. Enquanto que, na compreensão da entrevistada B, o lazer está interligado ao ócio criativo, ao resgate, à memória, ao prazer, ao momento e ao ato de brincar. “O lazer é muito o brincar por brincar e sentir o prazer de brincar e estar sentindo o prazer naquele momento”.

Acerca da relação entre as áreas de Turismo e do Lazer, o entrevistado A declara que, do seu ponto de vista, o turismo é uma atividade cursiva dentro da prática do lazer e alega que existe um equívoco quanto à percepção de algumas pessoas em relação a isso porque muitas delas resumem o lazer à atividade recreativa, porém, o lazer é muito mais amplo. “Recreação é uma das práticas que se pode ter no momento de lazer”, afirma. Em concordância, a entrevistada B aponta sua perspectiva de forma semelhante, afirmando que o turismo está totalmente inserido na prática do lazer. Ou seja, ambos entrevistados compreendem o turismo como uma área que encontra-se inserida na prática do lazer, não o contrário.

Para as questões relacionadas ao envelhecimento, o entrevistado A acredita no desenvolvimento da cidade como “um todo dentro da lógica do cotidiano”. “Pensar na qualidade de vida e no lazer como um todo para o idoso”. Ele ressalta ainda a importância de pensar em outras esferas como o cotidiano dos jovens para que as

ações vigentes se reproduzam futuramente em um envelhecimento com qualidade de vida. De acordo com o entrevistado, ainda possuímos poucas políticas públicas intituladas à pessoa idosa, tendo em vista que, talvez, a quantidade de iniciativas não seja coerente ao envelhecimento da população. Para ele, essas políticas públicas devem ser criadas e desenvolvidas de forma integrada. Ou seja, pensadas de diversas óticas, “desde a questão da orientação nutricional à questão do exercício físico”. “A cidade tem envelhecido naturalmente, então, talvez precise de mais. Não quer dizer que não tenha, mas que precisa repensar essa lógica”, afirma. Em congruência ao pensamento anterior, a entrevistada B acredita na estruturação e desenvolvimento do lazer de forma sistemática para atingir os objetivos que, por enquanto, ainda não estão sendo alcançados.

Dentro de sua perspectiva, a entrevistada B também direciona seu olhar acerca do envelhecimento para questões relacionadas ao próprio indivíduo e suas atitudes em relação a sua própria vida, em toda sua trajetória até o momento em que se torna uma pessoa idosa. Ela declara que ao longo da vida, as pessoas vão se distanciando do lazer e das coisas mais simples como parar para ver um filme, exemplifica, e destaca a importância dos momentos de lazer como prevenção a doenças. Além disso, ela acredita no reencontro e/ou descobertas de potencialidades individuais quando se chega à fase idosa.

Quando questionados acerca do turismo e lazer para idosos, o entrevistado A apresenta uma visão voltada à infraestrutura e espaços de lazer, afirmando que talvez os espaços de lazer existentes para uso da população em geral não sejam estruturalmente concebidos para facilitar o uso do público idoso e que existe uma necessidade de “pensar em estruturas mais adequadas para que eles se sintam convidados em estar lá”. Enquanto que a entrevistada B direciona seu olhar para as práticas de lazer e de turismo em si, citando agências voltadas ao público idoso, passeios, viagens e, inclusive, espaços de saúde. Nesse momento, declara que enxerga o lazer para o idoso como algo além do ato de passear e que identifica o lazer em diversos momentos e espaços como os mencionados anteriormente. Para ela, os idosos estão cada vez mais tomando essa consciência da dimensão e possibilidades que o lazer e o turismo oferecem. Complementando, ela afirma que as pessoas também estão começando a tomar consciência de que o idoso não é um coitado em declínio. Então, acredita no lazer e no turismo como uma forma desses idosos se

permitirem. Permitir fazer o que gostam, participar de atividades e até mesmo de cobrar pelos seus direitos.

Quando questionados sobre os Shoppings Centers como opção de lazer, o entrevistado A afirma que é um lugar fantástico, trabalhado para ser a perfeição e formatado para ser uma ilha da fantasia. Entretanto, o entrevistado A também declara que possui muitas críticas ao shopping na perspectiva de que o ambiente direciona as pessoas para um mundo que não é real e as tira de outras possibilidades de ação. “A vida não é só shopping, tem outras coisas que você pode criar”, complementa. Em uma ótica equivalente a do entrevistado A quanto ao lado negativo do shopping, a entrevistada B declara que o ambiente é muito superficial e questiona se as práticas de lazer dos idosos nessa estrutura realmente tem serventia para eles.

Quanto à relevância e viabilidade do projeto proposto no trabalho aqui apresentado, o entrevistado A ratifica o valor dessa intervenção quando afirma que “pensar a qualidade de vida e o lazer como um todo para o idoso é a gente começar a preparar a cidade para esse envelhecimento de uma forma geral, e a gente preparar os espaços públicos, feito o que vocês estão propondo no TCC de vocês”. Ainda atestando a importância da implementação do espaço público de lazer em questão, a entrevistada B afirma que os espaços de lazer são uma questão preocupante e que a criação desse espaço é uma ideia bastante válida porque “quando a gente fala de lazer, vem a questão física, vem a questão social, mental, mas não tem uma estruturação disso”.

7 DETALHAMENTO DO PROJETO

7.1 Dados Gerais do Projeto

Inauguração: evento para idosos, família e amigos com palestras sobre o

Nome do projeto:	Espaço Lazer em Ação do Recife
Área de atuação:	Turismo e Lazer
Município contemplado:	Recife
Local da intervenção:	Av. Boa Viagem – 2º Jardim de Boa Viagem
Data de Inauguração:	03 de Outubro de 2021 (em comemoração ao Dia do Idoso)
Proponentes:	Ananda Caroline Fidelis e Silva e Esther Vitória da Silva Góis Casado

Envelhecimento Ativo, sobre a importância de espaços de lazer como este e sobre o engajamento de idosos em projetos de turismo e lazer; como também uma amostra das atividades que serão executadas no espaço ao longo de sua aplicação.

7.2 Resumo do Projeto

O Espaço Lazer em Ação do Recife – com localização no 2º Jardim da Av. Boa Viagem – é um espaço público de lazer e convivência para idosos com proposta para ser implementado pela Prefeitura do Recife em parceria com a Secretaria de Turismo, Esportes e Lazer (SETUREL-PE) como uma opção gratuita de lazer estruturado e sistematizado tanto para seus residentes, como também para visitantes e turistas que apresentem interesse em usufruir do espaço e de suas atividades.

Tendo em vista a transição demográfica na qual estamos vivendo e as projeções de envelhecimento da população esperadas para os próximos 30 anos, com o intuito de melhorar a qualidade de vida da população idosa do Recife, de ocupar espaços públicos da cidade estimulando o relacionamento entre ela e as pessoas e proporcionar a visitantes e turistas opções de lazer e interação com a cidade, o espaço proporciona o acesso gratuito a um ambiente idealizado para a diversão através de

jogos e outras atividades intelectualmente estimulantes principalmente para os idosos. O local se configura como um ponto de encontro, entretenimento e interação voltado para atividades de lazer com jogos de temáticas variadas e outras atividades lúdicas para os idosos. Através de um ambiente convidativo, estimulante e aconchegante, espera-se proporcionar uma alternativa que vá além das opções de jogos e atividades frequentemente disponibilizadas, mas que ao mesmo tempo venha a servir de complemento para essas mesmas atividades, agregando ainda mais valor e qualidade de vida a cada uma das pessoas que vem a usufruir das atividades.

Funcionando ao ar livre, entretanto, com cobertura (pergolado) para o melhor desempenho das atividades a serem realizadas, o Espaço Lazer em Ação do Recife possui uma área de, aproximadamente, 288m² contando com 10 mesas e 40 cadeiras de pallet, 2 bebedouros, 2 banheiros (masculino e feminino), 1 espaço de convivência para proporcionar maior conforto e diversão àqueles que o frequentarem, além de disponibilizar programações diversificadas e aplicadas por profissionais capacitados para trabalhar com o público maior de 60 anos.

As programações se distribuem entre seis (5) dias da semana: de terça-feira à sexta-feira das 07h às 10h (manhã) e 15h às 19h (tarde/noite); e com programações especiais aos domingos que acontecem em dois períodos: manhã, das 9h às 11h e à tarde das 16h às 20h. Sua inauguração está prevista para o dia 03 de Outubro de 2021 em comemoração ao, instituído pela ONU e adotado pelo Brasil, dia do idoso que é no dia 1º de Outubro.

Estabelecendo a unidade do Segundo Jardim da Av. Boa Viagem como projeto piloto, o projeto pretende se expandir por diversos pontos da cidade do Recife e melhorar as possibilidades de lazer dos recifenses abrangendo os mais diversos públicos existentes no município³. Inclusive, não apenas daqueles que hoje possuem mais de 60 anos, mas também oferecendo possibilidades para gerações que futuramente farão parte desse grupo etário.

³ Com o projeto Espaço Lazer em Ação do Recife funcionando como piloto em Boa Viagem – um dos principais cartões postais da cidade do Recife – pretende-se chamar atenção de forma abrangente pra a iniciativa e atrair maiores possibilidades de investimento e interesse que façam essa intervenção alcançar os mais diversos públicos de idosos em diferentes bairros e com diferentes faixas de renda e demais características.

7.3 Objetivos e Metas

7.3.1 Objetivos

O grande objetivo do projeto é estruturar e promover espaços públicos para socialização e prática de atividades intelectualmente estimulantes à pessoa idosa, encorajando o convívio entre os idosos que frequentam o local e entre pessoas na localidade em geral, desenvolvendo assim uma vida social mais ativa e possibilitando a melhoria da qualidade de vida daqueles que fizerem uso do espaço. Além disso, pretende-se impulsionar a criação de políticas públicas de turismo e de lazer na cidade do Recife, buscando a participação e inclusão social, melhoria da saúde e da qualidade de vida dos idosos, o combate à violência através da ocupação de espaços públicos e incentivo ao sentimento de pertencimento em relação à localidade, como também o fomento às práticas turísticas e de lazer, sejam elas de iniciativa pública ou não.

Quanto aos objetivos específicos, eles consistem em:

- Fortalecer o conjunto de opções de atividades turísticas e de lazer para Idosos em Boa Viagem, um dos principais destinos turísticos do estado de Pernambuco;
- Promover o turismo e o lazer de forma estruturada, com atividades sistematizadas;
- Proporcionar à população um espaço público seguro, gratuito e de qualidade, com atividades intelectualmente estimulantes para Idosos;
- Encorajar a relação de idosos com seu grupo etário, com outras pessoas e com a localidade;
- Provocar reflexões, curiosidades e o compartilhamento de informações quanto ao envelhecimento e direitos da pessoa idosa;
- Impulsionar a pessoa idosa a uma vida mais ativa, prazerosa e de qualidade, melhorando sua saúde e qualidade de vida;

- Promover maior inclusão social através da disponibilidade do próprio espaço, que é público, e de encontros programados entre gerações aos domingos;
- Promover a formação de redes de cooperação entre atores da esfera pública, da esfera privada e da própria sociedade em prol das atividades turísticas e de lazer da cidade do Recife.

7.3.2 Metas

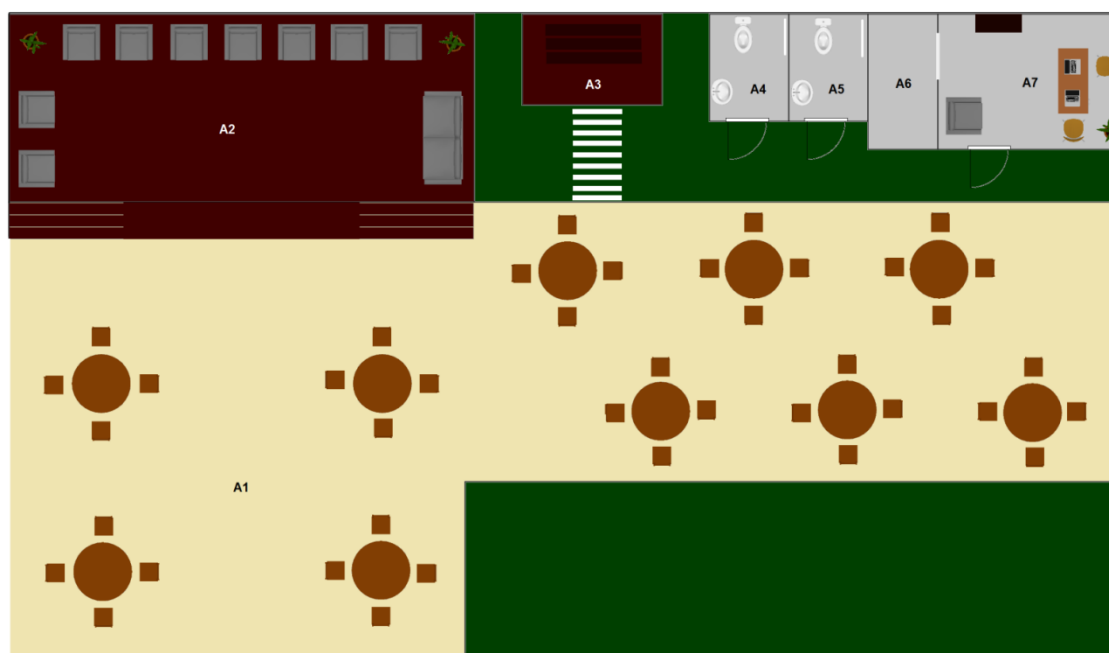
Para alcançar os objetivos estipulados, apresentam-se as seguintes metas:

- Contratar 8 profissionais capacitados e qualificá-los ao projeto com cursos e palestras orientados por profissionais voluntários;
- Alcançar, ao menos, 500 inscritos no primeiro ano de funcionamento;
- Realizar 6 palestras com temas relacionados ao envelhecimento no primeiro ano de funcionamento;
- Realizar 3 eventos no primeiro ano de funcionamento;
- Realizar, ao menos, 01 evento anual para os idosos com a colaboração da comunidade acadêmica de cursos relacionados às áreas de turismo, lazer, educação física, medicina, psicologia, ciência sociais e direito;
- Promover a formação de redes de cooperação com, ao menos 02 parceiros da esfera particular que possuam ações, projetos e/ou atividades que dialoguem diretamente com o principal objetivo proposto pelo espaço;
- Em 5 anos, ter pelo menos 10 pontos de funcionamento na cidade do Recife e mais de 5.000 inscritos.

7.4 Plano Operacional

7.4.1 Layout

FIGURA 5 – LAYOUT DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.



Fonte: Elaboração própria, 2020.

Legenda:

- A1:** Área de atividades (182,71m², capacidade 40 pessoas)
- A2:** Área de convivência (40,31m², capacidade 11 pessoas)
- A3:** Namoradeira (5,85m², capacidade 2 pessoas)
- A4:** Banheiro Feminino (3,91m²)
- A5:** Banheiro Masculino (3,91m²)
- A6:** Espaço para materiais – jogos, equipamentos, etc. – (4,35m²)
- A7:** Escritório (11,74m²)

7h às 7h45		Mente Sã, Corpo Sã	Mente Sã, Corpo Sã	Mente Sã, Corpo Sã	Mente Sã, Corpo Sã		
7h45 às 8h		Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo		
8h às 8h45		Oficina de Artes	Jogos	Oficina de Artes	Jogos		
8h45 às 9h		Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo		
9h às 9h45		Jogos	Resgate do Eu	Jogos	Roda de Leitura		
9h45 às 10h		Bate-papo	Bate-papo	Bate-papo	Bate-papo		
TARDE/NOITE							
15h às 15h45		Mente Sã, Corpo Sã	Mente Sã, Corpo Sã	Mente Sã, Corpo Sã	Mente Sã, Corpo Sã		Eu, Você e Nós
15h45 às 16h		Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo		Intervalo
16h às 16h45		Jogos	Música e Nós	Jogos	Música e Nós		Jogos
16h45 às 17h		Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo		Intervalo
17h às 17h45		Resgate do Eu	Jogos	Resgate do Eu	Jogos		Oficina de Artes
17h45 às 18h		Intervalo	Intervalo	Intervalo	Intervalo		Intervalo
18h às 18h45		Roda de leitura	Oficina de Artes	Jogos	Oficina de Artes		Mente Sã, Corpo Sã
18h45 às 19h		Bate-papo	Bate-papo	Bate-papo	Bate-papo		Bate-papo

Fonte: Elaboração própria, 2020.

Oficina de Artes: artesanato, pintura, desenho, bordado, escultura, etc.;

Jogos: Jogos de tabuleiro, jogos de carta, jogos educacionais, jogos de memória, quebra-cabeça, etc;

Roda da Leitura: bate-papo sobre livro, jornal, revista ou algum material impresso lido durante a semana; (sempre por último no turno por causa da organização das cadeiras e tudo mais)

Resgate do Eu: momento de nostalgia e memórias onde os participantes escolhem alguma atividade que marcaram seu passado para vivenciar com os colegas do grupo (pode ser alguma brincadeira, dança ou até mesmo histórias populares;

Mente Sã, Corpo São: meditação, alongamento, loga e outras atividades de relaxamento;

Música e Nós: momento para escutar, tocar e interpretar músicas e até mesmo suas letras;

Eu, Você e Nós: momento de troca entre as diferentes gerações presentes através de estímulos e provocados por atividades como contação de histórias; curiosidades e pontos de vista de cada geração sobre um mesmo objeto de debate; dinâmicas de trabalho em equipe mesclando as diferentes gerações e colocando para trabalhar juntas em prol de um objetivo em comum; atividades em que as pessoas ensinem algo umas às outras; etc.

Atividades previstas: Jogos de Tabuleiro; Jogos e brincadeiras populares; festas de aniversariantes do mês e de datas comemorativas como o Natal, etc.; Agendamento turístico; Danças populares brasileiras; feira de troca de livros; meditação; Artesanato; Interpretação de músicas; Lual; práticas artísticas e culturais, práticas integrativas e complementares, educação em saúde, Planejamento e gestão, promoção do cuidado e comportamentos saudáveis, mobilização e engajamento da comunidade.

O Espaço Lazer em Ação do Recife conta com 288m², divididos entre: área de convivência, ambiente de atividades, escritório (com espaço para armazenagem de materiais) e dois banheiros. Cada atividade de lazer com duração de 45 minutos – com 15 minutos de intervalo entre cada uma delas – e capacidade de 30 pessoas.

Os horários de funcionamento são: de terça-feira à sexta-feira funcionando em dois turnos: das 07h às 10h (manhã) e 15h às 19h (tarde/noite); e aos domingos – em momentos voltados à família e ao público em geral – das 15h às 19h (tarde/noite).

7.4.4 Cadastro e Agendamento

Cadastro: Para participar das atividades, o usuário deve acessar o endereço eletrônico do Espaço Lazer em Ação do Recife e fazer o cadastro conforme orientações disponibilizadas no ambiente virtual ou ir ao local para fazer a inscrição pessoalmente. Para isso, importante ter em mãos o CPF e RG. A idade mínima exigida é 60 anos. Entretanto, aos domingos, a proposta do projeto volta-se ao estímulo dos relacionamentos entre gerações distintas. Sendo assim, as atividades do dia são proporcionadas ao público em geral e o local receberá a quantidade de pessoas limitada à capacidade máxima do espaço.

Agendamento: Quanto ao agendamento de turistas e visitantes em grupo, no site do projeto (apêndice G) – divulgado no site da prefeitura do Recife, da Seturel-PE e do Visit Recife através de links que direcionam ao site – será disponibilizada uma seção específica para esse fim e todas as pessoas acima de 60 anos podem fazer seu cadastro e inscrição para as atividades antecipadamente. O cadastro e inscrições para as atividades também poderão ser realizadas presencialmente. Podendo apenas fazer as agendamento tanto individual quanto de grupos apenas para os dias de funcionamento habitual, com exceção dos Domingos.

7.5 Plano de Comunicação

7.5.1 Logotipo

FIGURA 6 – LOGOTIPO DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.



Fonte: Elaboração própria, 2020.

O logotipo criado para representar o espaço foi desenvolvido pensando em cores, tipografias, formas e símbolos que pudessem transmitir a essência do projeto, além de ser visivelmente agradável e chamativo. Para isso, utilizamos cores “vivas” e frequentemente usadas em contextos nos quais se pretende associar ao lúdico quando em conjunto, como também quatro principais elementos que resumem muito bem o que o projeto propõe: o cérebro (desenvolvimento intelectual e estímulo cognitivo); o dado (diversão e jogos), a paleta de pintura (a criatividade e arte); e o balão de fala (socialização, comunicação e troca de ideias). Além disso, na tipografia, optou-se por utilizá-la em tamanho coerente ao público-alvo do projeto, colocando em destaque o nome do espaço: “Lazer em Ação”.

7.5.2 Usuários

Perfil do Consumidor

De acordo com o IBGE, na conjuntura atual, o brasileiro possui uma expectativa de vida de 75,8 anos. Os idosos estão cada vez mais preocupados em cuidar da saúde, como também estão mais participativos, independentes e conscientes dos seus direitos e das diversas possibilidades existentes para aproveitar a vida da melhor forma e melhorar sua qualidade de vida. Inclusive, buscam e consomem ideias sobre o envelhecimento, são informados, atualizados, exigentes, conectados e ativos. Estão cada vez mais atentos a sua segurança física e saúde em geral.

A visão pessimista sobre a pessoa idosa e a velhice está cada vez mais distante da realidade e se tornando ultrapassada. Hoje em dia, o idoso está se tornando um

protagonista social e possui cada vez mais relevância não só nesse aspecto, mas também no contexto mercadológico, de consumo. Existe, inclusive, um termo chamado “Economia prateada” que Alexandre Correa, em seu blog intitulado Revolução Prateada (2020), define como:

Conjunto de atividades específicas destinadas a atender às necessidades e motivações dos idosos, às necessidades de suas famílias em decorrência do cuidado dos idosos e à transformação da oferta de empresas, com uma oferta segmentada, se adaptem às mudanças demográficas (CORREA, 2020).

O perfil do consumidor com mais de 60 anos atualmente se constitui como uma pessoa que está inserida nos meios digitais – inclusive para namorar e jogar – e são muito participativos na internet. Fazem até compras online. Porém, ainda possuem certa dificuldade com a velocidade das informações. Eles viajam sem depender da família, buscam aprender coisas novas, cuidam do seu próprio dinheiro e tem pra si as rédeas da própria vida.

O turismo se configura como um dos principais setores da economia buscados pelos idosos, que gostam de viajar em companhia. Eles veem o ato de viajar como uma oportunidade de vivenciarem novas emoções, conhecer pessoas, apreciar paisagens e aprender. É um grupo diverso que busca frequentemente compensar o passado ousando fazer o que não fizeram no passado. Além disso, querem sentir prazer não só nesse aspecto, mas em atividades do seu dia a dia. Eles têm mais tempo e poder aquisitivo, possuem renda maior e uma relação favorável entre renda e gastos. Ou seja, têm um poder de compra considerável. Gostam de interagir e participar de atividades diversas; valorizam o bom atendimento, a franqueza e qualidade de produtos e serviços; são exigentes e tem interesse em conhecer bem os produtos e serviços que consomem e não se importam em pagar um valor mais alto para obter um produto de qualidade; costumam realizar compras de forma planejada, realizando pesquisas de preço, e sabem o que querem, procurando até encontrarem o que desejam; querem ter suas expectativas atendidas; se preocupam com beleza e estilo de vida; e costumam ser leais às marcas, serviços e produtos que consomem.

É um grupo de pessoas com financeiramente saudável, com um lar bem equipado e em busca de experiências. Eles se preocupam e valorizam um envelhecimento ativo, estão nas universidades, nas academias e até no Tinder.

Infelizmente, não se sentem representados em comerciais, se sentem invisíveis nas propagandas. Entretanto, é algo que vem sendo trabalhado pelo mercado.

Atores do Comportamento do Consumidor

- “Compradores” (em relação ao espaço, quem faz a inscrição/cadastro do usuário): Pessoa idosa ou família.
- Usuário (quem usufrui do espaço): Pessoa Idosa.
- Influenciadores (quem influencia a decisão do idoso de ir ao espaço e participar das atividades): Família e amigos.

Público-alvo

A definição do público-alvo foi construída a partir das informações obtidas durante as pesquisas realizadas e através das quais se tornou possível identificar as características do público em potencial, resultando nas seguintes características:

Idosos do sexo feminino e do sexo masculino com idade entre 65 e 75 anos, residentes do bairro de Boa Viagem, casados, formação superior, aposentados, faixa de renda A e B, engajados em atividades de lazer, interessados em aprender coisas novas e que gostam de lugares descontraídos através dos quais podem conversar, fazer novas amizades e participar de atividades lúdicas.

Buyer Persona

Persona 1: **Maria** tem 65 anos, com formação superior, aposentada, casada, possui 2 filhos e 3 netos e pertence ao grupo populacional de alta renda. Durante toda sua vida nunca teve o hábito de praticar exercícios físicos, porém nos últimos anos faz parte do grupo de pessoas que frequentam a academia da cidade do Segundo Jardim – bairro de Boa Viagem, onde Maria reside – e também vai à hidroginástica perto do apartamento onde mora. Quanto às atividades intelectuais, sempre gostou de ler bastante, de jogar dominó com as amigas e com a família e de jogar palavras cruzadas. Maria costuma ir à igreja todo domingo e às vezes se reúne nesse dia da

semana para almoçar com seus filhos e netos. Em seu tempo livre, costuma ler, aprender coisas novas, ficar com a família, encontrar as amigas, fazer exercícios físicos, passear e viajar. Em seu dia a dia, sentia falta de interagir com outras pessoas, de conversar e de ser ouvida, entretanto, desde que começou a participar da Academia da Cidade, ela se sente melhor e mais feliz, estando aberta a aprender e se permitir experimentar coisas novas cada vez mais. Ela sente um pouco de falta de momentos com a família, mas entende a correria da vida de cada um. Então, para ajudar com a saudade, costuma usar o Whatsapp, Facebook e Instagram como meios de ter sua família um pouco mais perto ao longo da semana. Tem interesse em aprender mais sobre artesanato e de usar o conhecimento para fazer mimos para as pessoas que ama, inclusive, assiste alguns vídeos no Youtube para aprender coisas novas e estimular a criatividade. Ela é o tipo de pessoa que gosta de aproveitar a vida, de experimentar e de crescer como pessoa. Acredita que a juventude está na sua atitude, não na sua idade.

Persona 2: **João** tem 68 anos, com formação superior, aposentado, casado, possui 3 filhos e 5 netos e pertence ao grupo populacional de alta renda. Durante sua trajetória de vida não dedicou tempo à prática de exercícios físicos e alimentação saudável. Também não costumava ir ao médico quando mais jovem. Hoje em dia, faz caminhada na praia e costuma jogar dominó com os amigos todos os dias na orla de Boa Viagem, bairro onde mora. Além disso, em seu tempo livre, também costuma ir ao shopping com uma frequência considerável, gosta de ler, escutar rádio, encontrar com os amigos e ficar com a família. Junto aos amigos, leva mesa e bancos para se divertir em partidas de dominó na orla da praia de Boa Viagem, mas sente dificuldades em relação à escassez de lugares dedicados ao lazer com cobertura e onde não precisem ficar levando equipamentos para se divertirem. João gosta de interagir com seus amigos e combinar seus encontros para jogar através do *Whatsapp*, porém ainda possui algumas dificuldades em relação à tecnologia. Seu contato com as redes sociais é para se comunicar com familiares e amigos, utiliza mais o Whatsapp e o Facebook. Ele costuma ler jornal impresso e notícias na internet, como também jogar através do smartphone. Seus hobbies preferidos depois da aposentadoria são viagens, partidas de dominó e prática de exercícios físicos. Pretende cuidar cada vez mais da sua saúde física e mental, como também aprender mais coisas novas, se manter ativo, criar mais laços afetivos e interagir com diferentes pessoas.

7.5.3 Objetivos de Marketing

Criar diferenciação e vantagem competitiva;

Divulgar o espaço e atrair público;

Reter, engajar e criar um relacionamento duradouro com os idosos que visitam e/ou frequentam o local;

Conscientizar a sociedade quanto ao envelhecimento e seus reflexos.

7.5.4 Estratégias e Ações

Em conformidade com os objetivos de marketing anteriormente citados, apresenta-se as estratégias e ações a seguir:

Criar diferenciação e vantagem competitiva:

Criar um espaço desenvolvido – inclusive na sua identidade visual – especialmente para receber pessoas com mais de 60 anos;

Proporcionar atividades diferentes das comumente realizadas no segundo jardim, indo além dos exercícios físicos e estabelecendo uma estreita relação com o desenvolvimento cognitivo e a criatividade;

Focar em conteúdos e atividades de qualidade para a pessoa idosa em toda sua programação.

Divulgar o espaço e atrair público:

Usar mídias sociais, televisão e rádio, além do site do projeto;

Criar um site próprio;

Divulgar o espaço de lazer nos módulos de musculação da orla de Boa Viagem;

Inserir uma seção dedicada ao projeto no site da prefeitura do Recife, da Seturel-PE e do Visit Recife com acesso ao site do projeto.

Reter, engajar e criar um relacionamento duradouro com os idosos que visitam e/ou frequentam o local:

Focar na qualidade e no atendimento dos usuários, assim como no bem estar e conforto deles;

Inbound Marketing (conteúdo sobre idosos, jogos e atividades de lazer relacionados às programações oferecidas pelo espaço);

Marketing de Relacionamento através das mídias sociais (Facebook, Instagram e Whatsapp);

Eventos em datas comemorativas (divulgação + promoção) com sorteios e brindes;

Vídeos pílula de situações cotidianas;

Torneios.

Conscientizar a sociedade quanto ao envelhecimento e seus reflexos:

Semana do Idoso (evento para os idosos e suas famílias);

Semana da Promoção da Qualidade de Vida (público geral);

Cartilhas (impressas e digitais) e e-books sobre questões relativas ao envelhecimento;

Criar e divulgar animações para explicar o envelhecimento ativo e sua importância.

7.5.5 Canais de Comunicação

Televisão

Rádio

Site

Mídias Sociais (Whatsapp, Facebook e Instagram)

7.6 Cronograma Físico

QUADRO 2 – CRONOGRAMA FÍSICO DO PROJETO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE.

PROJETO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE: CRONOGRAMA FÍSICO					
Metas e Etapas	2019	2020		2021	
	2ª Semestre JUL/19 - DEZ/19	1ª Semestre JAN/20 - JUN/20	2ª Semestre JUL/20 - DEZ/20	1ª Semestre JAN/21 - JUN/21	2ª Semestre JUL/21 - OUT/21
Meta 01 - Desenvolvimento do projeto de intervenção					
Etapa 01.01 - Pesquisa de mercado	X				
Etapa 01.02 - levantamento bibliográfico e documental	X				
Etapa 01.03 - Pesquisa com público-alvo e profissionais da área	X				
Etapa 01.04 - Planejamento e elaboração do projeto		X			
Etapa 01.05 - Captação de parceiros/apoio e voluntários		X	X	X	X
Meta 02 - Planejamento de Obra e construção do espaço de lazer					
Etapa 02.01 - Planejamento e orçamento da obra			X		
Etapa 02.02 - Reforma estrutural				X	
Etapa 02.03 - Construção dos novos ambientes				X	
Etapa 02.04 - Montagem do Deck e do Pergolado				X	
Etapa 02.05 - Organização do ambiente				X	
Meta 03 - Pré-inauguração					
Etapa 03.01 - Programação da inauguração e da semana corrente					X
Etapa 03.02 - Treinamento da equipe					X
Etapa 03.03 - Montagem e preparação					X
Etapa 03.04 - Divulgação					X

Etapa 03.05 - Assessoria de Imprensa					X
Meta 04 - Inauguração do espaço de lazer					
Etapa 04.01 - Abertura					X
Etapa 04.02 - Palestra					X
Etapa 04.03 - Atividades de lazer					X
Etapa 04.04 -Ações de adesão					X
Etapa 04.05 - Encerramento do evento					X

Fonte: Elaboração própria, 2020.

7.7 Recursos Necessários

7.7.1 Profissionais

Turismólogo/Instrutor (1): Planejar, desenvolver e executar as estratégias de melhoria, controle e avaliação do projeto, como também a programação semanal e demais aspectos para o bom funcionamento do local. Além disso, deve atuar como instrutor das atividades propostas.

Técnico Administrativo (1): realizar as atividades administrativas pertinentes ao espaço.

Monitores (2): Planejar, desenvolver e colocar em prática, junto ao turismólogo e aos os voluntários, a execução das atividades realizadas e a programação semanal do espaço.

Estagiários (2): dar o suporte necessário tanto ao turismólogo, aos voluntários e aos monitores, quanto ao técnico administrativo nas tarefas condizentes com a sua função.

Auxiliar de Limpeza (2): fazer a organização, limpeza e higiene do espaço, garantindo que esteja sempre bem cuidado.

Capacitação: treinamento, cursos e palestras.

7.7.2 Recursos Materiais

Equipamentos, Materiais e Utensílios

Espaço de atividades e área de convivência:

- Artigos de decoração
- Banco Ripado Dupallet
- Cadeira
- Dispenser de Álcool em Gel
- Mesa Redonda Dupallet
- Painel pallet (1)
- Sofá pallet (1)

Banheiros:

- Dispenser de Papel Higiênico (2)
- Dispenser de Sabonete Líquido (2)
- Dispenser Toalheiro (2)
- Lixeira para banheiro (2)

Escritório e espaço de materiais:

- Aparelho Telefônico (1)

- Ar Condicionado 12000 BTUs (1)
- Armário para material de limpeza (1)
- Bebedouro (2)
- Cadeira de Escritório (3)
- Computador (2)
- Estante para escritório (1)
- Impressora Multifuncional (1)
- Lixeira para escritório (1)
- Material de escritório
- Mesa de Escritório (1)

Jogos:

- Carcassonne (2ª Edição) (2)
- Concept Galápagos Jogos Diversos (1)
- Coup - Mandala Jogos 4 (1)
- Damas (3)
- Dixit Odyssey - Galápagos Jogos (1)
- Dominó (4)
- Encantados - Ace Studios - Diversas Cores (1)
- Jogo Brainbox Mundo - Estrela (1)
- Jogo da Vida com aplicativo - Estrela (1)
- Jogo de Mímica - Estrela (1)
- Jogo Detetive com Aplicativo - Estrela (1)

- Jogo Mega Senha 2.1 - Estrela (1)
- Jogo Puerto Rico Grow (1)
- Jogo Q.I. - Estrela (1)
- Jogo Quem Conta Um Conto - Estrela (1)
- Ludo (3)
- Mapa Do Brasil - Quebra-cabeça 3d - Elka 38x38 Cm (2)
- Quebra Cabeça Vida Selvagem Puzzle 150 peças Grow (1)
- Quebra-cabeça Mundi 500 Peças Puzzle Mundo Pais & Filhos (1)
- Ticket To Ride Galápagos Jogos (1)
- Xadrez (2)

Outras atividades:

- Aparelho de Som (1)
- Material de limpeza
- Material de papelaria e artesanato

7.8 Orçamento⁴

A seguir seguem os valores referentes ao investimento inicial necessário para aplicação e execução do projeto (detalhes relacionados aos valores apresentados abaixo podem se encontrados nos apêndices E e F):

Investimento Inicial Total (estimado) = R\$ 358.378,24

⁴ Os números apresentados foram estimados com base em pesquisas de valores reais – conforme o mercado – consultados via internet, diretamente com profissionais da área de construção civil e fornecedores dos serviços e/ou produtos necessários. Os valores detalhados encontram-se nos apêndices E (orçamento de obra) e no F (orçamento total).

Orçamento de Obra = R\$ 226.334,14

Orçamento de Equipamentos, Materiais e Utensílios = R\$ 22.682,90

Orçamento de Pessoal = R\$ 9.361,20

Orçamento de Marketing = R\$ 100.000,00

7.9 Parcerias

O presente projeto busca oferecer uma alternativa de lazer estruturada e dar visibilidade ao contexto demográfico no qual vivemos atualmente através de uma rede de parcerias com organizações públicas e privadas, além da participação de voluntários, que irão potencializar e dar fluidez às ações e atividades propostas pelo projeto no intuito de atingir o seu objetivo principal. Os parceiros relacionados serão beneficiados não só com a divulgação do logotipo nos materiais e meios de divulgação, mas, principalmente, terão afirmado um comprometimento com a sociedade demonstrando responsabilidade social.

Para financiar o projeto e/ou colaborar com as ações planejadas, serão considerados não apenas a Prefeitura da Cidade do Recife e a SETUREL- PE, que são as organizações precursoras, mas também os parceiros listados abaixo:

EMPETUR: Empresa de Turismo de Pernambuco.

Estrela: empresa brasileira do ramo de brinquedos que inclui jogos de tabuleiro, quebra-cabeças, entre outros.

Ferreira Costa: rede brasileira de lojas de materiais de construção, acabamento, decoração, jardinagem e bricolagem. A empresa, recentemente, contribuiu para a mais recente obra de requalificação do Segundo Jardim de Boa Viagem.

Galápagos: editora brasileira do mercado de jogos de tabuleiro modernos e RPGs.

IFPE: Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco. A instituição possui cursos que podem contribuir com voluntários e até mesmo criação de projetos de extensão universitária em parceria com o espaço de lazer.

Instituto do Movimento: academia que trabalha o treinamento físico e a promoção da saúde e bem estar através de uma metodologia diferenciada.

Itaú: banco parceiro de alguns projetos de turismo e lazer da cidade do Recife. Inclusive, assim como a Ferreira Costa, contribuiu para a mais recente obra de requalificação do Segundo Jardim de Boa Viagem.

SENAC: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial. É uma instituição brasileira de educação profissional voltada para o Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Brasil.

SESC: Serviço Social do Comércio. É uma entidade mantida pelos empresários do comércio de bens, serviços e turismo que possui programas voltados à Educação, Saúde, Lazer, Cultura e Assistência para a população.

Supera: empresa brasileira dedicada ao desenvolvimento das capacidades do cérebro e à saúde mental.

UFPE: Universidade Federal de Pernambuco. A instituição possui cursos que podem contribuir com voluntários e até mesmo criação de projetos de extensão universitária em parceria com o espaço de lazer.

UFRPE: Universidade Federal Rural de Pernambuco. A instituição possui cursos que podem contribuir com voluntários e até mesmo criação de projetos de extensão universitária em parceria com o espaço de lazer.

UPE: Universidade de Pernambuco. A instituição possui cursos que podem contribuir com voluntários e até mesmo criação de projetos de extensão universitária em parceria com o espaço de lazer.

7.10 Resultados Esperados

Com o projeto em questão, espera-se contribuir com a melhoria da qualidade de vida da população idosa da cidade do Recife, através de benefícios cognitivos, criativos e sociais, além tornar o Espaço Lazer em Ação do Recife referência nacional e internacional em políticas públicas de Turismo e Lazer voltadas ao idoso e ao envelhecimento ativo.

Controle e Avaliação: O projeto será monitorado através de vistorias por coordenadores fixos; avaliação de satisfação realizada semestralmente com os usuários e profissionais envolvidos; canal de atendimento; indicadores como número de inscritos e quantidade de alunos por aula; indicadores do meio digital como: engajamento de usuários nas mídias sociais, alcance dos posts, visitas no site, média de tempo nas páginas; etc.. E, além de tudo, diariamente e após cada atividade, serão realizadas conversas informais com os usuários na pretensão de manter um Feedback contínuo quanto à satisfação daqueles que participam dos momentos de lazer no espaço.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O cenário demográfico contemporâneo no mundo inteiro vem atravessando significativas e inquestionáveis transformações quanto ao envelhecimento da população. O grupo de pessoas com mais de 60 anos ganha cada vez mais evidência e protagonismo na conjuntura populacional e esse destaque tende a se tornar uma pauta social prioritária para os anos subsequentes.

Assim como apontado no decorrer do trabalho aqui exposto, de acordo com a Organização das Nações Unidas (2019), a expectativa média da população mundial deverá alcançar 77,1 anos de idade até o ano de 2050. Sendo assim, torna-se óbvia a necessidade de voltar os olhares aos idosos e às questões que envolvem o envelhecimento populacional. E, nesse sentido, o turismo integrado ao lazer surge como aliado na promoção de iniciativas que viabilizem entretenimento, prazer e desenvolvimento para o público idoso, além de contribuir positivamente para o envelhecimento ativo e para a qualidade de vida do grupo em questão e da sociedade como um todo.

Ainda por meio da literatura estudada e pesquisas realizadas, outro ponto reflexivo que merece destaque é em quanto ao uso de espaços comerciais, como o Shopping Center, pelas pessoas idosas. Esse é um tópico pertinente para incitar uma reflexão mais aprofundada, pois, assim como revelado não só por meio da base teórica recorrida, mas também pela observação direta e entrevistas realizadas, nota-se um apego imenso dos idosos a esse tipo de estrutura mercadológica do lazer que os limita a um mundo de superficialidade e restrições do viver e aproveitar a vida de fato. Sendo assim, vale refletir ainda acerca dos benefícios e malefícios dessa relação entre idosos e shopping, como também cabe estimular uma perspectiva mais crítica quanto ao que o shopping tira dos idosos quando os “prende” dentro desse ambiente ilusório, porém frequentemente atrativo e viciante.

Constata-se então, a partir de todas as reflexões apresentadas, que o acentuado envelhecimento populacional configura-se como uma realidade que transcende o fato demográfico a ser considerado pelos atores da esfera pública e abrange os mais diversos atores e setores em toda a sociedade, inclusive a própria população. Sendo assim, torna-se necessário unir forças, recursos e motivações que

apontem na direção da qualidade de vida e bem estar coletivo. Isso significa cuidar dos idosos, cuidar dos espaços e cuidar da população como um todo.

A criação da ideia de um espaço de lazer dedicado aos idosos e o desenvolvimento desse projeto pensado a partir de um formato gratuito com rede de parceiros e voluntários – permitindo o engajamento de outros atores da sociedade – reflete, justamente, a necessidade de todo o contexto demográfico e social apresentado anteriormente. Além disso, a intervenção também se apresenta como um projeto totalmente coerente com o trabalho que vem sendo realizado pela prefeitura do Recife que se pauta no tema “Recife: a capital da criatividade” e tem grande capacidade de potencializar esse conceito que a prefeitura está querendo transmitir nos últimos anos como um destino turístico de diferentes possibilidades.

Para o sucesso de iniciativas como essas, torna-se imprescindível a compreensão de que a esfera pública não é a única que deve voltar seu olhar às necessidades da população. É fundamental que os mais diversos atores sociais juntem suas forças em prol de um objetivo maior que venha a beneficiar a sociedade como um todo, o coletivo. E, no panorama vigente, a intervenção foi pensada com essa proposta, dentro das condições apresentadas atualmente e especuladas para os próximos anos.

O trabalho aqui desenvolvido surge com o objetivo de propor a criação de um espaço público de lazer e convivência para idosos no bairro de Boa Viagem para que, através desse espaço, as pessoas com mais de 60 anos principalmente possam usufruir melhor do tempo livre, das relações e da própria cidade. Além disso, também se espera que O Espaço Lazer em Ação do Recife sirva como estímulo para a criação de mais intervenções em prol da população idosa. Que as pessoas percebam a viabilidade e relevância de um projeto dessa natureza e com esse propósito para que ele seja replicado não só em circunstâncias e formatos semelhantes, mas também em outras áreas, com outros públicos e em formatos cada vez mais completos e acolhedores.

Acredita-se que a pessoa idosa não apenas precisa, mas quer e merece ter esse tipo de atenção por parte da sociedade. Políticas públicas, empreendimentos privados e todo tipo de intervenção e incentivo deve ser pensado para atender esse grupo populacional que é cada vez mais protagonista no mundo todo. O idoso de hoje em dia não é o idoso de décadas atrás. Ele quer usufruir de seus direitos, quer

respeito, autonomia e também quer usufruir das possibilidades que a vida oferece como qualquer pessoa de grupo etário distinto.

REFERÊNCIAS

- ABRASCE. **Definições e Convenções**. Disponível em: <<https://abrasce.com.br/numeros/definicoes-e-convencoes/>>. Acesso em: 25 jul. 2019.
- AGÊNCIA MOBIDICK. **Consumo da terceira idade em meios digitais**. Disponível em: <<https://agenciamobidick.com.br/consumo-da-terceira-idade-em-meios-digitais/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.
- ALVES, J. E. D. **Aumento da longevidade e estancamento da esperança de vida**. UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA (UFJF), 2012. Disponível em: <<https://www.ufjf.br/ladem/2012/02/28/aumento-da-longevidade-e-estancamento-da-esperanca-de-vida-artigo-de-jose-eustaquio-diniz-alves/>>. Acesso em: 16 jul. 2019.
- ASHTON, Sandra Guerra Mary; CABRAL, Sueli; SANTOS, Geraldine Alves dos; KROETZ, Juliana. **A relação do turismo e da Qualidade de Vida no Processo de Envelhecimento**. Revista Hospitalidade. São Paulo, v. XII, n. 2, p. 547 – 566, dez. 2015.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução: Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 20 ed. Campinas, São Paulo: Ed. Papirus, 2012.
- BBC. **O homem que construiu a Paris que conhecemos hoje**. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/02/160203_vert_cul_criador_paris_ab> Acesso em: 01 ago. 2019.
- BERTUCCI, Janete Lara de Oliveira. **Metodologia básica para elaboração de trabalhos de conclusão de cursos (TCC): ênfase na elaboração de TCC de pós-graduação Lato Sensu**. São Paulo: Atlas, 2008.
- BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília: Senado Federal, Coordenação de Edições Técnicas, 2016. Disponível em: <https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/518231/CF88_Livro_EC91_2016.pdf>.
- BRASIL. **Lei nº 10.741, de 1 de outubro de 2003**. Dispõe sobre o Estatuto do Idoso e dá outras providências. Brasília: DF, Outubro de 2003.
- BRASIL. **Lei nº 8.842, de 4 de janeiro de 1994**. Dispões sobre a política nacional do idoso, cria o Conselho Nacional do Idoso e dá outras providências. Brasília: MPAS, 1994.
- CÍCERO, M. T. **Saber envelhecer- Seguido de A amizade**. Tradução de Paulo Neves. Porto Alegre: L & PM, 1997

COMÉRCIO EM AÇÃO. **Saiba como fazer marketing para a terceira idade.**

Disponível em: <<https://comercioemacao.cdlbh.com.br/2019/04/02/marketing-para-a-terceira-idade/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

COUTO, Sara Ferreira Sá. **O impacto do turismo na qualidade de vida e bem-estar do turista.** 2012. 66 f. Dissertação - Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa, 2012.

DADOS E FATOS. **Glossário do Turismo.** Disponível em:

<<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/glossario-do-turismo/67-outros/glossario-do-turismo/901-t.html>> Acesso em: 25 jul. 2019.

DE LA TORRE PADILHA, Oscar. **El turismo: fenomeno social.** Mexico, D.F: Fondo de Cultura Economica, 1994.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular.** 3 ed. São Paulo, Perspectiva, 2000.

DUMAZEDIER, Joffre. **Sociologia empírica do lazer.** 3. ed. São Paulo: Perspectiva: SESC, 2008.

EXAME. **Brasil é o segundo país com mais shoppings da América Latina.**

Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/brasil-e-o-segundo-pais-com-mais-shoppings-da-america-latina/>> Acesso em: 25 ago. 2019.

FERNANDES, Helder Jaime. **Solidão em idosos do meio rural do concelho de Bragança [Dissertação].** Porto: Universidade do Porto, Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação; 2007.

FOLHA PE. **Pernambuco terá população com 25% de idosos até 2060.**

Disponível em:

<<https://www.folhape.com.br/economia/economia/economia/2018/07/26/NWS,76026,10,550,ECONOMIA,2373-PERNAMBUCO-TERA-POPULACAO-COM-IDOSOS-ATE-2060.aspx>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

FRANCO, Diogo. **Turismo Da Terceira Idade É Oportunidade De Lucro Para Seu Hotel. Veja Como!.** Disponível em: <<https://blog.websocorro.com.br/turismo-da-terceira-idade/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

FROMER, Betty; VIEIRA, Débora Dutra. **Turismo e Terceira Idade.** 2º ed. São Paulo, SP: Aleph, 2003. Coleção ABC do Turismo.

GASTAL, Susana; MOESCH, Marutschka. **Turismo, políticas públicas e cidadania.** São Paulo: Aleph, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, Christianne Luce. Interface lazer e turismo: o ponto de vista de professores espanhóis. *Revista Brasileira de Estudos do Lazer*, 5 (2), 68-85, 2018.

GUTIERREZ, Gustavo Luis. **Lazer e prazer: questões metodológicas e alternativas políticas**. Campinas, SP: Autores Associados, chancela editorial CBCE, 2001.

IBGE CIDADES. **Pernambuco**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/panorama>>. Acesso em: 16 jul. 2019.

IBGE CIDADES. **Recife**. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pe/recife/panorama>>. Acesso em: 16 jul. 2019.

IBGE. **Estimativas da População**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/populacao/9103-estimativas-de-populacao.html?=&t=downloads>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

IBGE. **Expectativa de vida do brasileiro sobe para 75,8 anos**. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/18469-expectativa-de-vida-do-brasileiro-sobe-para-75-8-anos>>. Acesso em: 16 jul. 2019.

IBGE. **População**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>>. Acesso em: 01. jul. 2019.

IBGE. **Projeção da população do Brasil e das Unidades da Federação**. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/apps/populacao/projecao/>>. Acesso em: 29 abr. 2019.

ICSC. **Shopping Center Definitions**. Disponível em: <<https://www.icsc.com/news-and-views/research/shopping-center-definitions>> Acesso em: 25 jul. 2019.

IGNARRA, Luiz R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

INGRESSE. **Plano de retomada para o mercado de entretenimento**. Disponível em: <https://drive.google.com/file/d/1wCYgfs9nEQQLhmf_w4fMOi-ekheSI-Tk/view>. Acesso em: 18 mai. 2020.

INOVA SOCIAL. **Economia prateada: Como o Novo Idoso Está Consumindo?**. Disponível em: <<https://inovasocial.com.br/solucoes-de-impacto/economia-prateada/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. 3. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LIMA, Lunie Imamura de. **Lazer e entretenimento em shoppings centers**. Disponível em: <<http://www.opet.com.br/faculdade/revista-cc-adm/pdf/n1/LAZER-E-ENTRETENIMENTO-EM-SHOPPING-CENTERS.pdf>>. Acesso em: 01 ago. 2019.

LOPES, L. M. B. F. **Jogos de mesa para Idosos: análises e considerações sobre o dominó**. 2009. 160f. Dissertação (Mestrado – Área de concentração: Projeto, Espaço e Cultura) – FAUUSP, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://livros01.livrosgratis.com.br/cp090386.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2019.

MAGIC WEB DESIGN. **Terceira idade: o público que mais cresce no Brasil**. Disponível em: <<https://www.magicwebdesign.com.br/blog/marketing-digital/terceira-idade-cresce-no-brasil/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

MARCELINO, Nelson C. **Estudos do lazer: uma introdução**. 5ªed. Ver. Campinas, SP: Autores Associados, 2012. Coleção educação física e esportes.

MARTINS, Helaine. **Dia do Idoso: Como conquistar a faixa de consumidores que mais cresce no Brasil**. Disponível em: <projetodraft.com/dia-do-idoso-prepare-se-para-conquistar-a-faixa-de-consumidores-que-mais-cresce-no-brasil/> Acesso em: 10 Jan. 2020.

MENDONÇA, Camila. **O novo perfil do consumidor sênior**. Disponível em: <<https://www.consumidormoderno.com.br/2017/09/14/o-novo-perfil-do-consumidor-senior/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

MENOIA, Thelma Regina Marialva. **Lazer: história, conceitos e definições**. 2000. 22 f. Monografia – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2000.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Cresce a participação do Turismo no PIB nacional**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12461-cresce-a-participa%C3%A7%C3%A3o-do-turismo-no-pib-nacional.html>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Crescimento do turismo mundial pode chegar a 4% em 2019**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12306-crescimento-do-turismo-mundial-pode-chegar-a-4-em-2019.html>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo doméstico será o primeiro a se recuperar, aponta pesquisa**. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/13504-turismo-dom%C3%A9stico-ser%C3%A1-o-primeiro-a-se-recuperar-ap%C3%B3s-pandemia,-aponta-pesquisa.html>>. Acesso em: 18 mai. 2020.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo injetou US\$ 163 bilhões no Brasil em 2017**. Disponível em: <[http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us\\$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html](http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/11037-turismo-injetou-us$-163-bilh%C3%B5es-no-brasil-em-2017.html)>. Acesso em: 01 jul. 2019.

MOESCH, Marutschka Martini. **A produção do saber turístico**. 2ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MORETTI, Julio. **Terceira idade:** quem são os consumidores com mais de 60 anos?. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/consumidores-com-mais-de-60-anos/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

NAÇÕES UNIDAS BRASIL. **População mundial deve chegar a 9,7 bilhões de pessoas em 2050, diz relatório da ONU.** Disponível em: <População mundial deve chegar a 9,7 bilhões de pessoas em 2050, diz relatório da ONU>. Acesso em: 16 jul. 2019.

NASCIMENTO, Anamaria. **Os anseios dos idosos de alta renda do Recife.** Disponível em: <<https://www.diariodepernambuco.com.br/noticia/vidaurbana/2018/08/os-anseios-dos-idosos-de-alta-renda.html>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

OLIVEIRA, I. R., ALVES, V.P. **A pessoa idosa no contexto da bioética: sua autonomia e capacidade de decidir sobre si mesma.** Revista Kairós Gerontologia, v.13, n.2, p. 91-8, 2010.

OLIVETO, Paloma. **Solidão maltrata o corpo e a mente dos idosos.** Disponível em: <<http://especiais.correiobraziliense.com.br/solidao-maltrata-o-corpo-e-a-mente-dos-idosos>>. Acesso em: 04 out. 2019.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Plano de ação internacional contra o envelhecimento, 2002/Organização das Nações Unidas; tradução de Arlene Santos. — Brasília: Secretaria Especial dos Direitos Humanos, 2003. — 49 p.: 21 cm. — (Série Institucional em Direitos Humanos; v. 1).

PAINS, Clarissa. **Órfãos na velhice:** isolamento aumenta em 14% risco de morte. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/orfaos-na-velhice-isolamento-aumenta-em-14-risco-de-morte-22452977>>. Acesso em: 04 out. 2019.

PANDE. Mercado **sênior:** como a terceira idade está participando do cenário de consumo?. Disponível em: <<https://pande.com.br/inovacao/mercado-senior-como-a-terceira-idade-esta-participando-do-cenario-de-consumo/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

PLANALTO. **Lei Geral do Turismo.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2008/Lei/L11771.htm> Acesso em: 25 jul. 2019.

Política Nacional do Idoso: Lei 8.842 de 04/01/1994- Brasília: MPAS, SAS,

PORTAL DO ENVELHECIMENTO. **Envelhecimento:** idoso, velhice ou terceira idade?. Disponível em: <<https://www.portaldoenvelhecimento.com.br/envelhecimento-idoso-velhice-ou-terceira-idade/>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

REVOLUÇÃO PRATEADA. **A economia prateada, um mundo de oportunidades.** Disponível em: <<https://www.revolucaoprateada.com.br/a-economia-prateada-um-mundo-de-oportunidades/>> Acesso em: 22 fev. 2020.

SBVC. **Hábitos de compra do consumidor 60+**. Disponível em: <http://sbvc.com.br/wp-content/uploads/2019/09/Estudo-Habitos-de-compra-60_2019.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2020.

SEBRAE. **Terceira idade como oportunidade de mercado**. Disponível em: <<https://blog.sebrae-sc.com.br/terceira-idade-como-oportunidade-de-mercado/>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

SILVA, Kely Cristina Mendes. **A importância do turismo para o desenvolvimento econômico do estado do espírito santo**. 2004. 65 f. Monografia - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2004.

SOCIALIZAR ajuda na prevenção de doenças na Terceira Idade. **A tribuna**. Disponível em: <<https://www.atribuna.com.br/noticias/cienciaesaude/socializar-ajuda-na-preven%C3%A7%C3%A3o-de-doen%C3%A7as-na-terceira-idade-1.58686>>. Acesso em: 10 jan. 2020.

SOUZA, H. M. R; JACOB FILHO, W; SOUZA, R. R. de. **Turismo e qualidade de vida na terceira idade**. Barueri, SP: Manole, 2006.

SOUZA, Tatiana Roberta de. **Lazer e Turismo**: Reflexões Sobre Suas Interfaces. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 2010, Caxias do Sul.

TERRA, Thiago. **Consumo na terceira idade com tudo em cima**. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/comportamento-do-consumidor/3768/consumo-na-terceira-idade-com-tudo-em-cima.html>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

TERRA, Thiago. **Marketing está diante de oportunidades para consumidores da 60+**. Disponível em: <<https://www.mundodomarketing.com.br/ultimas-noticias/38284/marketing-esta-diante-de-oportunidades-para-consumidores-da-60+.htm>> Acesso em: 10 Jan. 2020.

TERRA. **A Paris de Haussmann, o artista da destruição**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/noticias/educacao/historia/a-paris-de-haussmann-o-artista-da-destruicao,21083ba2262ea310VgnCLD200000bbcceb0aRCRD.html>> Acesso em: 01 ago. 2019.

UNITED NATIONS (2019). **World Population Prospects 2019**. Disponível em: <<https://population.un.org/wpp/>>. Acesso em: 16 jul. 2019.

UNITED NATIONS. **Ageing**. Disponível em: <https://www.un.org/en/sections/issues-depth/ageing/index.html>. Acesso em: 16 jul. 2019.

UNITED NATIONS. **World Population Prospects 2019: Highlights**. Disponível em: https://population.un.org/wpp/Publications/Files/WPP2019_Highlights.pdf. Acesso em: 16 jul. 2019.

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO. **Em 2030, Brasil terá a quinta população mais idosa do mundo.** Disponível em: <<https://jornal.usp.br/atualidades/em-2030-brasil-tera-a-quinta-populacao-mais-idosa-do-mundo/>>. Acesso em 01 ago. 2019.

VASQUES, Mônica Heloisa Braga; DONAIRE, Denis. **Um estudo sobre lazer e entretenimento nos shopping centers regionais do município de São Paulo.**

Disponível em:

<<https://revistas.pucsp.br/pensamentorealidade/article/view/8466/6278>> Acesso em: 01 ago. 2019.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Envelhecimento ativo:** uma política de saúde. Tradução Suzana Gontijo. Brasília: Organização Pan-Americana da Saúde, 2005.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO – *Campus Recife*
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE FORMAÇÃO GERAL - DAFG
CURSO SUPERIOR TECNÓLOGO EM GESTÃO DE TURISMO

QUESTIONÁRIO

Espaço de lazer e convivência para idosos: uma proposta de intervenção

Este questionário refere-se a uma pesquisa de campo do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) das estudantes **Ananda Caroline Fidelis e Silva** e **Esther Vitória da Silva Góis Casado** – alunas do **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco (IFPE)**, campus Recife, sob orientação da Prof Dr^a **Luciana Pereira da Silva**, no âmbito do bairro de Boa Viagem, Recife-PE. O questionário é anônimo e os resultados obtidos serão utilizados apenas para fins acadêmicos. Agradecemos pela sua colaboração!

Data: ____/____/____

Perfil do entrevistado

1. Sexo

() Feminino () Masculino

Hábitos de Lazer

2. O que é lazer para você?

3. Quais os espaços de lazer que mais costuma frequentar? **(marcar, no máximo, 3)**

() Shoppings e centros comerciais

- ☐ Restaurantes e Bares
- ☐ Teatro
- ☐ Cinema
- ☐ Museus
- ☐ Praças, Parques e Jardins Botânicos
- ☐ Praias
- ☐ Outros (especificar):

4. O que mais faz no tempo livre? **(marcar, no máximo, 5)**

- ☐ Escuta rádio e/ou música
- ☐ Lê livros, jornais, revistas ou outros
- ☐ Usa a internet
- ☐ Pinta e/ou desenha
- ☐ Assiste TV
- ☐ Encontra os amigos
- ☐ Vai à Igreja
- ☐ Pratica algum esporte
- ☐ Fica com a família
- ☐ Pratica algum hobby
- ☐ Viaja/faz passeios
- ☐ Não faz nada
- ☐ Outros (especificar):

5. Você tem algum hobby? Qual?

6. Dentre as atividades abaixo, qual você prefere? **(marcar, no máximo, 5)**

- ☐ Jogos de mesa/tabuleiro e cartas
- ☐ Jogos de educativos
- ☐ Jogos de adivinhação
- ☐ Dominó
- ☐ Artesanato
- ☐ Origami

- ☐ Quebra-cabeça
- ☐ Palavras cruzadas
- ☐ Caça-palavras
- ☐ Dinâmicas de grupo
- ☐ Desenhar, pintar, esculpir
- ☐ Atividades físicas
- ☐ Ler
- ☐ Ouvir música

7. Na sua opinião, quais são os principais motivos que dificultam a prática do lazer na cidade do Recife?
8. Você frequentaria um espaço de lazer e convivência com programações que incluem jogos de tabuleiro, atividades artísticas e outras atividades recreativas?

☐ SIM ☐ NÃO ☐ TALVEZ

APÊNDICE B – ROTEIRO DA ENTREVISTA 1

Entrevistado: Rodrigo Ataíde

1. Primeiramente, gostaríamos de saber o que é lazer para você. Qual é a sua definição de lazer?
2. A partir da sua experiência prática e teórica, como funciona a relação turismo e lazer? São áreas independentes, complementares, uma está dentro da outra ou um poço de tudo?
3. Seguindo essa linha de raciocínio, quais os benefícios da interação entre o turismo e o lazer?
4. Levando em conta o distanciamento dos profissionais do turismo em relação ao estudo do lazer, quais seriam os benefícios dessa relação entre o turismo e o lazer nessa perspectiva?
5. Qual o valor do lazer quando falamos de qualidade de vida?
6. A população idosa está crescendo cada vez mais a nível global e Pernambuco segue essa tendência. Sendo assim, como você acha que o lazer pode contribuir para atender a nova demanda que surge a partir dessa transição demográfica?
7. Qual a sua opinião sobre as opções de lazer para a pessoa idosa na cidade do Recife?
8. O que você acha das opções de lazer encontradas nos shoppings centers?
9. Em sua opinião, como as políticas públicas no turismo podem atuar para atender às necessidades da população idosa?

APÊNDICE C – ROTEIRO DA ENTREVISTA 2

Entrevistada: Tatiane Freire

1. A partir da tua experiência, tanto teórica quanto prática como você define lazer, tem alguma linha específica que você segue? Você pode falar o seu pensamento mesmo, como você vê o lazer?
2. Como você enxerga a questão do lazer na qualidade de vida dos idosos?
3. Você pode detalhar mais como é trabalhar com esse público e como eles são beneficiados?
4. Atualmente você atua no Núcleo de Práticas Integrativas da Secretaria de Saúde do Recife. Como funciona o seu trabalho e quais são os projetos atuais que existem para os idosos?
5. Como é o engajamento dos idosos em relação às atividades de lazer realizadas com eles?
6. De acordo com a sua experiência, qual é o perfil do idoso nos dias atuais?
7. A população idosa está crescendo cada vez mais a nível global e Pernambuco segue essa tendência. Sendo assim, como você acha que o lazer e o turismo podem contribuir para atender a nova demanda que surge a partir dessa transição demográfica?
8. Na condição de profissional e com base em suas experiências na área de lazer com o público idoso, o que você acha da proposição desse espaço de lazer voltado para a questão da atividade intelectual, complementando as atividades físicas?
9. Como você enxerga a questão dos idosos dentro de shoppings centers?

APÊNDICE D – RESPOSTAS DA PERGUNTA 2 DO QUESTIONÁRIO

P2 - O que é lazer para você?	
Identificação	
Questionário 1	Horas que as pessoas tem sem trabalhar para descansar e se divertir
Questionário 2	Uma atividade de vida primordial, principalmente para os que trabalham . Auxilia no sistema nervoso, no psicológico e no físico
Questionário 3	Diversão
Questionário 4	Fazer nada, se divertir . É uma alegria de viver, o contrário da tristeza
Questionário 5	Curtir o domingo com a família , descansar , sair para a praia e relaxar
Questionário 6	Esporte, cultura, brincadeira... Tudo!
Questionário 7	Ter onde fazer exercício físico , curtir e encontrar pessoas
Questionário 8	Curtir, aproveitar e fazer exercícios
Questionário 9	Bem estar
Questionário 10	Não sei
Questionário 11	Apreciar a paisagem e curtir
Questionário 12	Diversão
Questionário 13	Caminhar e se divertir
Questionário 14	Cantar
Questionário 15	Lazer é lazer
Questionário 16	Tudo o que você se sente bem fazendo
Questionário 17	Viver e curtir a vida
Questionário 18	Não trabalhar
Questionário 19	Ir à praia e conversar com as amigas
Questionário 20	Namorar e viajar
Questionário 21	Se sentir bem e aproveitar os espaços (praia, mar, orla...)
Questionário 22	Descontrair e sair da rotina
Questionário 23	Satisfação e descontração
Questionário 24	Diversão e fazer o que gosta
Questionário 25	O que deveríamos fazer todos os dias, mas quem trabalha não faz. Tudo o que todo ser humano deveria ter. É ter um bem estar com o qual você se identifica. É distração e estar com quem você gosta
Questionário 26	O que a gente mais tem condição de fazer financeiramente . A praia e a minha casa
Questionário 27	Frequentar o Segundo Jardim (Boa Viagem)
Questionário 28	As coisas boas
Questionário 29	Ir à praia , ao cinema, caminhar , almoçar fora nos finais de semana, jantar fora e viajar
Questionário 30	Bem estar
Questionário 31	Terapia de espírito e ajuda
Questionário 32	Fazer tudo o que se sente bem , que faz a gente relaxar
Questionário 33	Diversão
Questionário 34	Diversão, comemoração, viagem, passeios, momentos agradáveis... Tudo de bom!
Questionário 35	Tudo o que a gente gosta de fazer (caminhar, ir ao shopping, passear...)
Questionário 36	Estar bem, sair, ver o mar e tomar sol
Questionário 37	Sair. Ter um lugar para curtir e relaxar
Questionário 38	Relaxar e ter contato com a natureza
Questionário 39	Sorrir, formar grupos e ter paisagens lindas
Questionário 40	Relaxar, se sentir bem
Questionário 41	Saúde
Questionário 42	Assistir filmes, ir ao teatro e fazer academia
Questionário 43	Prazer. Coisas que fazemos para relaxar
Questionário 44	Desfrutar da praia , fazer caminhada e cuidar da saúde
Questionário 45	Constitui 50% da minha vida . O que faço hoje e o que me dá prazer
Questionário 46	Relaxar e ser saudável
Questionário 47	Tudo o que podemos fazer com alegria e prazer
Questionário 48	Uma ocasião de infinitas possibilidades

Legenda	
	Mulher
	Homem

APÊNDICE E – ORÇAMENTO DE OBRA

ORÇAMENTO DE OBRA DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE					
	Und	Quantidade	Preço Unitário	Preço Total	%
				R\$ 226.334,14	100,00%
Descrição					
1 Serviços preliminares				R\$ 890,40	0,39%
Limpeza do terreno	m²	336,00	R\$ 2,65	R\$ 890,40	0,39%
2 Pavimentação				R\$ 7.326,67	3,24%
Pavimentação em blocos de concreto sextavado, 6 cm, FCK 35 MPA, assentados sobre colchão de areia	m²	182,71	R\$ 40,10	R\$ 7.326,67	3,24%
3 Piso				R\$ 14.676,72	6,48%
Passeio em bloco de cimento intertravado tipo paver ou sim. FCK mínimo 30 MPA com pigmento natural, 0,20mx0,10mx0,6m, assentado sobre colchão de areia com 6cm de espessura e rejuntado com areia fina com uso de placa vibratória	m²	182,71	R\$ 70,17	R\$ 12.820,76	5,66%
Piso Cerâmico Interno Cor Única Esmaltado Borda Arredondada Forma Branco 45x45cm Eliane	m²	64,22	R\$ 28,90	R\$ 1.855,96	0,82%
4 Alvenaria				R\$ 14.358,64	6,34%
Alvenaria de vedação com bloco cerâmico de 9x14x19	m²	69,38	R\$ 83,33	R\$ 5.781,44	2,55%
Chapisco traço 1:3 preparo manual	m²	153,13	R\$ 3,32	R\$ 508,39	0,22%
Emboço traço 1:2:8 preparo manual 2,5 cm	m²	133,94	R\$ 43,69	R\$ 5.851,84	2,59%
Aplicação manual de pintura com tinta látex PVA em paredes, duas demãos	m²	153,13	R\$ 9,51	R\$ 1.456,27	0,64%
Impermeabilização de paredes com argamassa e areia, com aditivo	m²	23,15	R\$ 32,86	R\$ 760,71	0,34%
5 Esquadrias				R\$ 2.500,49	1,10%
Kit Porta de Giro Lisa Madeira Ambos os Lados 2,10x0,90m Camilotti	un.	3,00	R\$ 183,59	R\$ 550,77	0,24%
Kit para Porta de Correr de Madeira 1,86m Aço Inox	un.	1,00	R\$ 179,90	R\$ 179,90	0,08%
Janela Veneziana de Correr Cedro Natural 1,10x1,40m Galon	un.	1	R\$ 1.130,90	R\$ 1.130,90	0,50%
Janela De Madeira Vitro Basculante De Itaúba - 0.80 (l) X 0.60 (a)	un.	2	R\$ 319,46	R\$ 638,92	0,28%
6 Cobertura				R\$ 131.992,00	58,32%
Pergolado em madeira (GreenWood Parques)	m²	188,56	R\$ 700,00	R\$ 131.992,00	58,32%
7 Instalações hidráulicas				R\$ 2.846,52	1,26%
Kit Bacia Sanitária e Caixa Acoplada 3/6 Litros Quadra com Acessórios Branca KP.210.17 - Deca	un.	2,00	R\$ 699,00	R\$ 1.398,00	0,62%
Gabinete para Banheiro Fosco 32,5x56,5cm Branco 16687 - Policlass	un.	2,00	R\$ 199,00	R\$ 398,00	0,18%
Caixa d'água de 2000 L	un.	1,00	R\$ 953,87	R\$ 953,87	0,42%
Caixa de inspeção circular de polietileno; diâmetro de saída = 100 mm	un.	1,00	R\$ 25,99	R\$ 25,99	0,01%
Ralo seco de PVC, DN 100 x 40 mm	un.	2,00	R\$ 11,10	R\$ 22,20	0,01%
Caixa sinfinada, PVC, DN 100 x 100 x 50 mm	un.	2,00	R\$ 24,23	R\$ 48,46	0,02%
8 Instalações elétricas				R\$ 6.455,14	2,85%
Tomada baixa de embutir, 2 módulos, 10A, incluindo suporte e placa	un.	10,00	R\$ 36,65	R\$ 366,50	0,16%
Tomada média de embutir, 2 módulos, 10A, incluindo suporte e placa	un.	4,00	R\$ 41,80	R\$ 167,20	0,07%
Tomada alta de embutir, 1 módulo, 10A, incluindo suporte e placa	un.	2,00	R\$ 32,03	R\$ 64,06	0,03%
Quadro de distribuição em chapa metálica, para 3 disjuntores magnéticos	un.	2,00	R\$ 61,20	R\$ 122,40	0,05%
Luminária arandela tipo meia lua, com 1 lâmpada de 15 W sem reator	un.	32,00	R\$ 62,86	R\$ 2.011,52	0,89%
Luminária tipo plafon redondo com vidro fosco, com 1 lâmpada fluorescente 15 W	un.	10,00	R\$ 53,90	R\$ 539,00	0,24%
Kit 15 Pendente Externo Retro Pergolado Preto Rustico E27 Alz14 (15 unidades)	un.	4,00	R\$ 606,63	R\$ 2.426,52	1,07%
Interruptor de 1 módulo 10A/250V, incluindo suporte e placa	un.	2,00	R\$ 21,53	R\$ 43,06	0,02%
Interruptor de 2 módulos 10A/250V, incluindo suporte e placa	un.	10,00	R\$ 34,12	R\$ 341,20	0,15%
Interruptor de 3 módulos 10A/250V, incluindo suporte e placa	un.	8,00	R\$ 46,71	R\$ 373,68	0,17%
9 Plantas				R\$ 946,56	0,42%
Jardim vertical	un.	4,00	R\$ 199,89	R\$ 799,56	0,35%
Muda da palmeira Fenix 60 cm	un.	3,00	R\$ 49,00	R\$ 147,00	0,06%
10 Área de convivência				R\$ 44.341,00	19,59%
10.1 Deck					
Deck de madeira cumaru (GreenWood Parques)	m²	40,31	R\$ 400,00	R\$ 16.124,00	7,12%
10.2 Pergolado					
Pergolado em madeira (GreenWood Parques)	m²	40,31	R\$ 700,00	R\$ 28.217,00	12,47%

APÊNDICE F – ORÇAMENTO TOTAL

ORÇAMENTO TOTAL DO ESPAÇO LAZER EM AÇÃO DO RECIFE						
	Und	Quantidade	Preço Unitário	Preço Total		%
				R\$	358.378,24	100,000%
Descrição						
1 Obra				R\$	226.334,14	63,155%
1.1 Serviços preliminares	m²			R\$	890,40	0,248%
1.2 Pavimentação	m²			R\$	7.326,67	2,044%
1.3 Piso	m²			R\$	14.676,72	4,095%
1.4 Alvenaria	m²			R\$	14.358,64	4,007%
1.5 Esquadrias	un.			R\$	2.500,49	0,698%
1.6 Cobertura	m²			R\$	131.992,00	36,830%
1.7 Instalações hidráulicas	un.			R\$	2.846,52	0,794%
1.8 Instalações elétricas	un.			R\$	6.455,14	1,801%
1.9 Plantas	un.			R\$	946,56	0,264%
1.10 Área de convivência	m²			R\$	38.842,72	10,838%
2 Equipamentos, Materiais e Utensílios				R\$	22.682,90	6,329%
2.1 Espaço de Atividades e Área de Convivência				R\$	7.071,80	1,973%
Dispenser Para Sabão Líquido/ Alcool Gel Translúcido Cristal S442 (C/ Res)	un.	2,00	R\$	42,00 R\$	84,00	0,023%
Mesa Redonda Dupallet	un.	11,00	R\$	419,90 R\$	4.618,90	1,289%
Poltrona Confort Dupallet	un.	9,00	R\$	109,90 R\$	989,10	0,276%
Banco Namoradeira c/estofado	un.	1,00	R\$	569,90 R\$	569,90	0,159%
Banco Sofá Dupallet	un.	1,00	R\$	309,90 R\$	309,90	0,086%
Artigos de decoração (valor destinado)	R\$	1,00	R\$	500,00 R\$	500,00	0,140%
2.2 Escritório e Espaço de Materiais				R\$	11.147,55	3,111%
Ar Condicionado (12000 BTUs)	un.	1,00	R\$	1.499,00 R\$	1.499,00	0,418%
Mesa de Escritório	un.	1,00	R\$	406,40 R\$	406,40	0,113%
Cadeira Fixa Secretária Polo - Preto	un.	2,00	R\$	85,68 R\$	171,36	0,048%
Poltrona	un.	1,00	R\$	109,90 R\$	109,90	0,031%
Notebook Lenovo Ideapad S145-15IWL Intel Core i5 - 8GB 1TB 15,6" Windows 10	un.	2,00	R\$	2.754,05 R\$	5.508,10	1,537%
Multifuncional Jato de Tinta Térmica OfficeJet Wireless Pro 9020 AiO HP	un.	1,00	R\$	1.199,00 R\$	1.199,00	0,335%
Bebedouro de Coluna EGC35B Branco - Esmaltec 220V	un.	2,00	R\$	499,00 R\$	998,00	0,278%
Estante para Escritório 2 Portas Luxo 162cm Plata Móveis Branco	un.	1,00	R\$	439,90 R\$	439,90	0,123%
Armário Para Lavanderia 1 Porta Alto Multiuso Amplo - Branco	un.	1,00	R\$	195,00 R\$	195,00	0,054%
Telefone Com Fio Intelbras Pleno - Preto	un.	1,00	R\$	64,90 R\$	64,90	0,018%
Lixeira Inox 5 Litros Banheiro Cozinha Escritório C/ Pedal	un.	1,00	R\$	55,99 R\$	55,99	0,016%
Material de escritório (valor destinado)	R\$	1,00	R\$	500,00 R\$	500,00	0,140%
2.3 Banheiros				R\$	259,98	0,073%
Dispenser Toalheiro Papel Toalha Premisse Velox C19533 Branco	un.	2,00	R\$	28,90 R\$	57,80	0,016%
Dispenser Para Sabão Líquido/ Alcool Gel Translúcido Cristal S442 (C/ Res)	un.	2,00	R\$	42,00 R\$	84,00	0,023%
Dispenser de papel higiênico rolo branco C19650 Premisse CX 1 UN	un.	2,00	R\$	31,10 R\$	62,20	0,017%
Lixeira Com Pedal 30 Litros Branca LX01 São Bernardo	un.	2,00	R\$	27,99 R\$	55,98	0,016%
2.4 Jogos				R\$	2.703,67	0,754%
Mapa Do Brasil - Quebra-cabeça 3d - Elka 38x38 Cm	un.	2,00	R\$	65,90 R\$	131,80	0,037%
Quebra Cabeça Vida Selvagem Puzzle 150 peças Grow	un.	1,00	R\$	49,99 R\$	49,99	0,014%
Quebra-cabeça Mundi 500 Peças Puzzle Mundo Pais & Filhos	un.	1,00	R\$	44,70 R\$	44,70	0,012%
Carcassonne (2ª Edição)	un.	2,00	R\$	162,00 R\$	324,00	0,090%
Jogo da Vida com aplicativo - Estrela	un.	1,00	R\$	129,99 R\$	129,99	0,036%
Jogo de Mimica - Estrela	un.	1,00	R\$	99,99 R\$	99,99	0,028%
Jogo Q.I. - Estrela	un.	1,00	R\$	99,99 R\$	99,99	0,028%
Jogo Mega Senha 2.1 - Estrela	un.	1,00	R\$	119,99 R\$	119,99	0,033%
Jogo Detetive com Aplicativo - Estrela	un.	1,00	R\$	109,99 R\$	109,99	0,031%
Jogo Quem Conta Um Conto - Estrela	un.	1,00	R\$	59,99 R\$	59,99	0,017%
Jogo Brainbox Mundo - Estrela	un.	1,00	R\$	69,99 R\$	69,99	0,020%
Concept Galápagos Jogos Diversos	un.	1,00	R\$	179,90 R\$	179,90	0,050%
Dixit Odyssey - Galápagos Jogos	un.	1,00	R\$	189,90 R\$	189,90	0,053%
Ticket To Ride Galápagos Jogos	un.	1,00	R\$	264,89 R\$	264,89	0,074%
Coup - Mandala Jogos 4	un.	1,00	R\$	76,26 R\$	76,26	0,021%
Encantados - Ace Studios - Diversas Cores	un.	1,00	R\$	26,90 R\$	26,90	0,008%
Jogo Puerto Rico Grow	un.	1,00	R\$	259,90 R\$	259,90	0,073%
Jogo de Dominó Profissional Duplo Colorido - Thata esportes	un.	4,00	R\$	23,90 R\$	95,60	0,027%
Jogo De Xadrez 3 X 1 Em Madeira 40x40 Mega Oferta - Diversos	un.	2,00	R\$	130,00 R\$	260,00	0,073%
Jogo De Dama e Ludo Caixa Madeira Xalingo	un.	2,00	R\$	54,95 R\$	109,90	0,031%
2.5 Outras atividades				R\$	1.499,90	0,419%
Rádio Portátil BX-19 Mondial Boombox Up Dynamic Entrada USB 6W Rms FM MP3	un.	1,00	R\$	199,90 R\$	199,90	0,056%
Material de Papelaria e Artesanato (valor destinado)	R\$	1,00	R\$	1.000,00 R\$	1.000,00	0,279%
Material de Limpeza (valor destinado)	R\$	1,00	R\$	300,00 R\$	300,00	0,084%
3 Profissionais				R\$	9.361,20	2,612%
Turismólogo/Intrutor - 40h por semana	h	1,00	R\$	1.975,00 R\$	1.975,00	0,551%
Técnico Administrativo - 40h por semana	h	1,00	R\$	1.700,00 R\$	1.700,00	0,474%
Monitor - 40h por semana	h	2,00	R\$	1.300,00 R\$	2.600,00	0,725%
Estagiário (Bolsa + Transporte) - 20h por semana	h	2,00	R\$	427,00 R\$	854,00	0,238%
Auxiliar de Limpeza - 40h por semana	h	2,00	R\$	1.116,10 R\$	2.232,20	0,623%
4 Marketing				R\$	100.000,00	27,903%
Investimento em Marketing e comunicação (valor destinado)				R\$	100.000,00	27,903%

APÊNDICE G – SITE (PROTÓTIPO)

