



**UNIVERSIDADE CATÓLICA DO SALVADOR  
PÓS-GRADUAÇÃO LATO SENSU**

**WAGNER GREENHALGH BRITTO**

**A GERONTOLOGIA COMO PRINCÍPIO BÁSICO NA CONDUÇÃO DA  
PESSOA IDOSA EM VIAGENS TURÍSTICAS**

**SALVADOR**

**2020**

**WAGNER GREENHALGH BRITTO**

**A GERONTOLOGIA COMO PRINCÍPIO BÁSICO NA CONDUÇÃO DA  
PESSOA IDOSA EM VIAGENS TURÍSTICAS**

Projeto de Intervenção em Serviço apresentado  
a Universidade Católica do Salvador como  
requisito parcial para obtenção de título de  
Especialista em Gerontologia

Orientadora: Profa. Dra. Ana Vilela Mendes  
Brandino

**SALVADOR**

**2020**

## **DEDICATÓRIA**

Dedico este TCC / Projeto de Intervenção a minha pessoa pelo meu foco, determinação e entusiasmo em construir e acreditar em tudo que faço e que tem um propósito ligado ao amor ao próximo. Aqui deixo registrado os meus sinceros e verdadeiros agradecimentos amorosos às Pessoas Idosas que enchem meu coração de alegria e felicidade. A todos vocês, obrigado pela valiosa contribuição que deixam em nossas mãos. Por vocês lutarei e darei visibilidade ao legado de sabedoria e experiências que deixam para os seus e enaltecerei a sua importância, enquanto indivíduos, para a sociedade. Levarei o Respeito, Amor, Carinho e Valorização a todos vocês que o desconhecem.

## **AGRADECIMENTO**

Agradeço a Nossa Senhora Aparecida e demais Espíritos de Luz que me acompanham, protegem e me dão força e coragem em busca da minha missão, para superar as dificuldades.

A esta Universidade e todo seu corpo docente e administração pelo apoio. Em especial a minha Orientadora Ana Vilela Mendes Brandino pela condução, correções e incentivos no processo de construção do TCC / Projeto de Intervenção.

Aos meus familiares que sempre estiveram confiantes e na torcida pelas minhas vitórias árduas, meu sincero carinho e amor.

Aos amigos, de verdade, gratidão.

“ Bom mesmo é ir a luta com determinação, abraçar a vida com paixão,  
perder com classe e vencer com ousadia, porque o mundo pertence  
a quem se atreve e a vida é muito para ser insignificante”.

Augusto Branco

## RESUMO

Atualmente os idosos têm se preocupado mais com o preenchimento das rotinas e mudança de hábitos para a ressignificação da vida. Neste cenário, as viagens tornaram-se importantes aliadas para um desenvolvimento do bem-estar físico e psicológico. Este trabalho trata-se de um Projeto de Intervenção cujo objetivo geral é promover, junto aos agentes de viagem, os princípios básicos da gerontologia na condução da pessoa idosa em viagens turísticas. E como objetivos específicos elencam-se: (1) Adequar os roteiros de viagens turísticas para a pessoa idosa; (2) Proporcionar / estimular / desencadear uma relação prudente e humana entre agências de viagens e a pessoa idosa; (3) Promover conhecimento acerca do envelhecimento para os agentes de viagens. Ratifica-se a necessidade do cuidado fisiológico, emocional e social a pessoa idosa, além da evidência da emergência de uma relação humanizada das agências de viagens para a valorização do referido público. Conclui-se evidenciando a importância da formação continuada do agente de viagem, com ênfase no conhecimento a respeito do envelhecimento humano.

**Palavras-chave:** Turismo. Lazer. Terceira Idade. Envelhecimento. Pacotes Turísticos.

## **ABSTRACT**

Currently, the elderly have been more concerned with filling out routines and changing habits to redefine life. In this scenario, travel has become an important ally for the development of physical and psychological well-being. This work is an Intervention Project whose general objective is to promote, along with the travel agents, the basic principles of gerontology in driving the elderly person on tourist trips. Specific objectives include: (1) Adapting tourist travel itineraries for the elderly; (2) Providing / stimulating / triggering a prudent and humane relationship between travel agencies and the elderly; (3) Promote knowledge about aging for travel agents. The need for physiological, emotional and social care for the elderly is ratified, in addition to the evidence of the emergence of a humanized relationship between travel agencies to enhance the said public. It concludes by highlighting the importance of continuing education for travel agents, with an emphasis on knowledge about human aging.

**Keywords:** Tourism. Recreation. Third Age. Aging. Tourist packages.

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> .....	8
<b>2</b>	<b>CARACTERÍSTICAS DA INSTITUIÇÃO</b> .....	10
<b>3</b>	<b>JUSTIFICATIVA</b> .....	11
<b>4</b>	<b>FORMULAÇÃO DO PROBLEMA</b> .....	12
4.1	PROBLEMA.....	12
4.2	CAUSA.....	12
4.3	CONSEQUÊNCIA.....	12
<b>5</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	13
5.1	O ENVELHECIMENTO NO BRASIL.....	13
5.2	A VELHICE E A ESTEREOTIPAÇÃO.....	14
5.3	A IMPORTÂNCIA DO AGENTE DE VIAGEM NA CONDUÇÃO DO PASSAGEIRO IDOSO.....	15
<b>6</b>	<b>PÚBLICO ALVO</b> .....	18
<b>7</b>	<b>OBJETIVOS</b> .....	19
7.1	OBJETIVO GERAL.....	19
7.2	OBJETIVO ESPECÍFICO.....	19
<b>8</b>	<b>ESCOPO</b> .....	20
<b>9</b>	<b>CRONOGRAMA</b> .....	21
<b>10</b>	<b>ORÇAMENTO – ESTIMATIVAS DOS CUSTOS</b> .....	22
<b>11</b>	<b>RESULTADOS ESPERADOS</b> .....	23
	<b>REFERÊNCIAS</b> .....	24



## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente os idosos têm se preocupado mais com o preenchimento das rotinas e mudança de hábitos para a ressignificação da vida. Neste cenário, as viagens tornaram-se importantes aliadas para um desenvolvimento do bem-estar físico e psicológico. Os idosos, aposentados e pensionistas viajam mais, pois já criaram os filhos, já estão aposentados, ou seja, com a vida financeira estável, restando mais tempo para suas atividades de lazer (MOTA; BABINKISKI, 2005). Para esse público, que possui flexibilidade na administração de seu tempo livre, a autonomia e independência estão plenamente conservadas.

Sabe-se que a população brasileira está envelhecendo, com uma maior expectativa de vida, sendo que em cerca de 30 anos, o país será uma nação de velhos (IBGE, 2019). Essa nova realidade vem acompanhada do protagonismo do velho, em nossa sociedade. O idoso de hoje é mais consciente sobre qualidade de vida, cuidados com a saúde, além de ser mais informado e interessado em diversão e cultura. Assim, não basta criar a viagem, é preciso pensar também nos mecanismos que façam o idoso tirar proveito do passeio (ASTORINO, 2008).

O crescimento desse grupo significa que milhões de consumidores estão à disposição do mercado, potencializando e gerando empregos. Importante ser dito que diante desse crescente número, percebemos uma ganância em oferecer serviços em todos os seguimentos e, neste caso, uma preocupação grande em saber que a maioria dos fornecedores não estão preocupados em oferecer o que é próprio e específico para o público, o que demanda de capacitação específica e conhecimento no atendimento e elaboração dos serviços oferecidos.

Vale salientar que, assim como apontado por Bacal (2004), o olhar capitalista dos prestadores de serviços voltados a uma população emergente, poderá trazer prejuízos morais e físicos à pessoa idosa, diante do despreparo desse mercado e profissionais que trabalham de forma direta ou indireta. Neste sentido, faz-se mister capacitar os profissionais e empresas que atuam no ramo do turismo para a pessoa velha.

A importância de adequar os roteiros de viagens a realidade de cada pessoa idosa e/ou grupos são de suma importância, pois percebemos nitidamente o que é oferecido no mercado são pacotes sem a devida observância nas questões básicas.

Podemos citar alguns como: destinos, o que estão e não aptos para os idosos; acessibilidade, fomentar resultados sociais positivos e contribuir para o desenvolvimento de inclusão; Mobilidade, apresentar condições básicas para melhor deslocamento e movimento da pessoa idosa em equipamentos públicos e privados; Gastronomia, disponibilizar cardápios voltados para o público que tem restrições alimentares; Serviços Públicos, fazer valer a questão das prioridades do atendimento; Profissionais do Turismo, capacitar a cadeia de profissionais para que tenha esclarecimento básico fundamental ao lidar com o velho (SANTINI, 1993).

Nessa linha de atuação, a humanização nos serviços de turismo carece de um maior preparo e conhecimento do profissional acerca da gerontologia, para que compreenda e aprenda a manejar, com segurança, atrações com a pessoa idosa. Dessa forma, cabe ao agente de viagem, falar pausadamente, não gritar, fazer o contato olho no olho, certificar que a pessoa idosa tem compreendido o que foi dito, dar tempo ao idoso para questionamentos. A humanização também exige por parte do profissional o gostar da pessoa velha, associar as técnicas a uma percepção mais subjetiva. Além disso, questões sobre saúde física, consciência alimentar, cultivo das relações sociais e proteção de leis e políticas públicas, são fatores determinantes para o envelhecimento, que também devem ser de conhecimento do profissional de turismo.

## **2 CARACTERÍSTICAS DA INSTITUIÇÃO**

O Atabaque Turismo Personalizado é uma empresa, voltada para o turismo da maturidade. Essa empresa busca realizar roteiros de viagens personalizados às necessidades de cada cliente. A maioria do público que contrata os serviços da Atabaque Turismo Personalizado é de idosos.

A proposta deste Projeto é ajudar a conscientizar os agentes de viagem, através de palestras, para que possam ter um cuidado humanizado voltado aos clientes na maturidade.

### 3 JUSTIFICATIVA

Há mais de treze anos a Atabaque Turismo Personalizado, uma agência voltada para o público idoso, desenvolve roteiros turísticos personalizados, atentando para as particularidades e necessidades desse nicho de mercado.

Justifica-se a necessidade de desenvolvimento deste projeto de intervenção pela notória escassez de profissionais do trade turístico que tenham conhecimento gerontológico no trato com o idoso, assim como a pouca experiência dos equipamentos, digo: hotéis, companhias aéreas, transportes rodoviários, atrativos, atrações e no modo geral os prestadores de serviços que trabalham de forma direta ou indireta no que tange o trabalho com idosos, que desenvolvem um trabalho de forma não empática ou que não levam em consideração as necessidades do cliente idoso.

Compreende-se que o agente de viagem é aquele que deverá estar preparado para atender às necessidades do seu público, levando em consideração suas especificidades. Entretanto, mesmo com o avanço do percentual de envelhecimento do brasileiro, nota-se que ainda há um disparate no que se refere aos anseios do público da maturidade e o que realmente está sob capacidade dos prestadores de serviço, como os agentes de viagem. Sob esse prisma, confia-se a esse projeto um grau de importância, uma vez que perpassa pela reflexão até as novas adoções de posturas.

## 4 FORMULAÇÃO DO PROBLEMA

### 4.1 PROBLEMA:

O desconhecimento do agente de viagem no que tange o cuidado à condução da pessoa idosa em roteiros de viagens turísticas.

### 4.2 CAUSA:

- Inadequação dos roteiros de viagens para a pessoa idosa.
- Olhar capitalista da maioria das agências de viagens sem a devida prudência em relação ao idoso.
- Desconhecimento dos agentes de viagens quanto ao processo do envelhecimento.

### 4.3 CONSEQUÊNCIAS:

- Exposição do idoso aos desafios desnecessários de percurso.
- Coisificar o idoso a somente lucros, vendendo serviços desnecessários e não aptos à maturidade.
- Um atendimento e guia sem conhecimentos científicos prévios para a condução de alguns problemas de percurso, resultando na ineficiência do serviço prestado.

## 5 REFERENCIAL TEÓRICO

Envelhecer é um processo natural do ciclo de vida humana. No entanto, percebe-se em diversas abordagens que prevalece a visão do envelhecimento no seu aspecto biológico e suas consequências negativas no nível individual. Esta visão acaba resvalando também no turismo, o que não deveria ocorrer, e limitando a experiência da pessoa idosa que deseja viajar e se divertir, com segurança. Por isso, aborda-se neste tópico, o envelhecimento no Brasil, a velhice e a estereotipação e, por fim, a importância do agente de viagem na condução do passageiro idoso.

### 5.1 O ENVELHECIMENTO NO BRASIL

O fenômeno do envelhecimento vem assumindo uma participação significativa na sociedade e uma mudança em nossa pirâmide etária. O Brasil está passando da condição de um país jovens para um país de velhos, que cresce de forma acelerada graças ao avanço da medicina, ciência, tecnologia e mudança de hábitos deste grupo. Este fator de crescimento deve-se também à diminuição do índice de natalidade e mortalidade dos jovens, principalmente no contexto do tráfico de drogas.

É notório entender que hoje os idosos a partir de 60 anos vivem melhor dos que os de antigamente, diante das novas tecnologias, que permitem entender e conhecer melhor a respeito da saúde, educação, políticas públicas, lazer e outros, criando assim uma expectativa de vida saudável e longa.

A população do mundo tem a sua longevidade aumentada, e isso requer novas prioridades e novas exigências para esse público (FROMER; VIEIRA, 2003). Entretanto, atualmente, muitos idosos estão preocupados no preenchimento das rotinas, além da mudança de hábitos para a ressignificação da vida. E, para isso, as viagens tornaram-se importantes aliadas para um desenvolvimento do bem-estar físico e psicológico.

Na perspectiva social, observa-se no contexto atual, no Brasil, o envelhecimento se tornar um novo mercado de consumo. E nesta nova configuração, por assim dizer, não há lugar para a velhice que tende a ser vista como consequência de descuido pessoal, da falta de envolvimento em atividades motivadoras, da adoção

de formas de consumo e estilos de vida inadequados. Um envelhecimento saudável é uma preocupação de toda a sociedade e a busca pela qualidade de vida, torna-se uma necessidade.

Como evidenciado por Tavares et al.:

A compreensão do envelhecimento saudável, segundo a definição da OMS, é abrangente e relevante para todas as pessoas idosas, mesmo para aquelas que convivem com a experiência de doenças crônicas; também não está centrada na ausência de agravos e nem tampouco restrita à funcionalidade do idoso, mas em um processo que possibilitará a construção de habilidades que lhe permitirão vivenciar o envelhecimento da melhor forma possível.

Neste sentido, o envelhecimento saudável é essencial para liberar esse medo da morte que assombra a maioria das pessoas na terceira idade. E manter-se saudável na terceira idade, nada mais é do que prevenir-se de doenças, e aprender a desfrutar do que a vida oferece de melhor, como viagens. Nesse sentido, os profissionais da área do turismo devem estar preparados para lidar com esse público e as demandas necessárias.

## 5.2 A VELHICE E A ESTEREOTIPAÇÃO

Outro fator de extrema importância a ser discutido é a estereotipação da velhice, a ponto que isso ganha outras proporções aliadas ao desconhecimento, atingindo, inclusive, as agências de viagens. Araújo (2010) afirma que os idosos ou integrantes da terceira idade são também, estereotipados conforme as representações sociais da sociedade e da cultura a que pertencem.

O estereótipo de velhice como decadência, no contexto humano, vem aos poucos sofrendo modificações e cedendo lugar para um envelhecer saudável. Cada vez mais os idosos estão modificando hábitos antigos por novas formas de viver e se relacionar.

De acordo com estudos de Silva (37), o surgimento da categoria 'terceira idade' é considerado, pela literatura especializada, uma das maiores transformações por que passou a história da velhice, antes entendida como decadência física e invalidez, momento de descanso e quietude no qual imperavam a solidão e o isolamento afetivo, passa a significar o momento do lazer, propício à realização pessoal que ficou incompleta na juventude, à criação de novos hábitos, hobbies e habilidades e ao cultivo de laços afetivos e amorosos alternativos à família, sendo uma contribuição

decisiva dessa nova denominação para criação e difusão de uma nova e positiva imagem da velhice.

Dessa perspectiva, Silva (2008, p. 156) acredita que o surgimento da velhice e da terceira idade, “pode ser entendido como resultante de um processo complexo, que envolve a convergência de discursos políticos, práticas sociais, interesses econômicos e disciplinas especializadas.”.

Torres e Bousfield (2016) consideram que a construção de estereótipos de idosos é irremediável, haja vista as pessoas utilizam estereótipos para facilitar a compreensão do mundo. Os autores abordam que sabendo-se que os estereótipos etários positivos são muito consistentes no pensamento social, seria possível fomentar ações, seja através da mídia, de políticas públicas ou nos discursos da vida diária, que estimulem a imagem do idoso sábio e experiente. Para os idosos, perceber o próprio grupo de forma tão homogênea pode ser um meio de investir na coesão do grupo e manter uma identidade social positiva com base nas características inquestionáveis: sabedoria e experiência.

Viajar por hobby ou diversão também passa a ser a prioridade de pessoas na terceira idade, e o setor turístico deveria se preocupar em olhar para esse público de uma forma diferenciada levando em consideração essas características positivas dos mesmos e oferecendo condições favoráveis, atendimento acolhedor e diversificando as condições de atendimento.

### 5.3 A IMPORTÂNCIA DO AGENTE DE VIAGEM NA CONDUÇÃO DO PASSAGEIRO IDOSO

Faz-se importante a atuação do agente de viagem. Para isso a preparação e a prática são fundamentais para a desconstrução dos preconceitos, assim como a adoção de boas práticas e conduções na viagem. É interessante, antes de tudo, que se faça uma triagem, ou seja, entenda os motivos e limitações que cercam ou cerceiam o idoso.

Conforme Bacal (2004),

Os guias que acompanham esses passageiros devem estar preparados para tratar com pessoas da terceira idade, conhecer as inseguranças que



apresentam aqueles passageiros que saem pela primeira vez sem a família. Convênios médicos com instituições de saúde nos locais de destino é uma preocupação que os organizadores devem ter. Tal preocupação deve ser do conhecimento dos passageiros, uma vez que proporciona uma maior segurança. (BACAL, 2004, p.80)

Deve haver uma importância maior para a adequação dos roteiros de viagens para idosos nas agências. Existem locais que seriam impróprios? Qual o destino e modal? E as questões climáticas? A dieta que adequada ao idoso, em particular? E a mobilidade? Quais os obstáculos de mobilidade que envolvem o passeio do destino? Os equipamentos hoteleiros estão adequados à segurança que visará a integridade e bem-estar do passageiro? Qual o melhor profissional para a condução? Quais as questões religiosas que envolvem os passageiros? Quais as restrições documentais? São questionamentos importantes a serem levantados.

Sousa, Baquit e Ferreira (2019) ressaltam a importância de compreender a viagem/turismo como um deslocamento que gera inter-relações entre os envolvidos no processo, sendo visto como um fenômeno social que deve ser investigado nas mais diversas vertentes (social, cultural, ambiental e econômica). Destacam que o lazer e ócio vivenciado e experienciado nas viagens pelos idosos, possam fomentar comportamentos e atitudes mais ativos, um olhar voltado para si e novas possibilidades de bem-estar.

As viagens não deverão ser apenas encaradas, pelas agências, como uma forma de obtenção de lucro, nem deverá haver uma receita para isso. Ademais, salienta-se que a coisificação do idoso, a crer que esse perdeu a sua autonomia, quando não é verdade, faz com que o trabalho voltado a eles seja superficial e vago, muitas vezes acentuando problemas que não deveriam existir ou que até mesmo deveriam ser amenizados pelo exercício do lazer. (MOTA & BABINSKI, 2005).

Faz-se interessante também, discutir sobre o lazer. O que seria o lazer? O que seria o lazer para a maturidade? Para Dumazedier (1973, p. 54) lazer é:

[...] 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.

Logo, o agente de viagem não deve perceber o roteiro somente como uma função a ser exercida, mas como lazer. Para o cliente idoso, o lazer é muito mais significativo do que questões operacionais e que envolvem o cumprimento de regras e cifrões. Portanto, faz-se mister perceber que o lazer é responsável pela ativação da vida, memória do idoso e perpassa por questões afetivas, uma vez que esse público é extremamente exigente e está pautado em critérios subjetivos de confiabilidade.

O agente de viagem deverá ter um olhar gerontológico, pois o foco deverá estar voltado para o público. O fato de ter um olhar gerontológico não demanda por pessoas que tenham uma formação específica sobre o assunto. Mas que através de uma educação continuada, possam estar mais conscientes e habilitados para lidarem com o público idoso, oferecendo uma condução mais competente e satisfatória, que perpassa pela humanização do serviço prestado ao colocar em planos secundários o capital.

Sem ter a pretensão de encerrar discussão do tema, conclui-se este ensaio enfatizando que as atividades de lazer são importantes para a terceira idade, dentre elas as viagens, por suas inúmeras vantagens, e contribuindo para melhoria da qualidade de vida dos idosos.

## **6 PÚBLICO ALVO**

O público alvo para aplicação do projeto de intervenção são os agentes de viagens.

## **7 OBJETIVOS**

### **7.1 OBJETIVO GERAL**

Promover junto aos agentes de viagem os princípios básicos da gerontologia na condução da pessoa idosa em viagens turísticas.

### **7.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Adequar os roteiros de viagens turísticas para a pessoa idosa.
- Proporcionar / estimular / desencadear uma relação prudente e humana entre agências de viagens e a pessoa idosa.
- Promover conhecimento acerca do envelhecimento para os agentes de viagens.

## 8 ESCOPO

O Atabaque Turismo Personalizado possui uma sala na Graça, Igreja da Graça. A sala é ampla e climatizada, possui internet, computadores e um espaço que possa agregar umas 20 pessoas voltadas ao treinamento.

Iremos reunir os agentes de viagem e realizar palestras com o objetivo de promover junto aos mesmos os princípios básicos da gerontologia na condução da pessoa idosa em viagens turísticas. As palestras serão conduzidas por um profissional que compreende o processo de envelhecimento e possam estar agregando um maior conhecimento à necessidade e formação dos agentes de viagem, formais e não formais.

As abordagens serão teóricas, buscando o estabelecimento do diálogo mais direto e prático com a atuação do agente de viagem. Entende-se que o Agente de Viagem deverá ter conhecimento na contratação dos serviços terceirizados, sabendo que a visita técnica ao prestador de serviços, dentro da cadeia de turismo, é de grande relevância e para a contratação do mesmo.

Buscar no mercado referências sobre o prestador de serviços, também é um comportamento, de certa forma, obrigatório em suas atribuições. Estas ações serão favoráveis a execução da logística no momento da execução da viagem, assim, obtendo sucesso no processo final.

No quadro 1, apresenta-se o roteiro das palestras.

Quadro 1 - Roteiro de palestras

<b>Aula 1</b> Envelhecimento Biológico	<b>Didática</b> Aula expositiva, discursiva, ministrada pelo Gerontologo Wagner Greenhalgh.	<b>Cronograma</b> 8h -10h 28/09/2020
<b>Aula 2</b> Acessibilidade	<b>Didática</b> Aula expositiva, discursiva, ministrada pelo Gerontologo Wagner Greenhalgh.	<b>Cronograma</b> 10h -12h 28/09/2020
<b>Aula 3</b> Prática: Prevenção e nutrição.	<b>Didática</b> Aula expositiva, discursiva, ministrada pelo Gerontologo Wagner Greenhalgh.	<b>Cronograma</b> 14h -16h 28/09/2020
<b>Aula 4</b> Políticas Públicas.	<b>Didática</b> Aula expositiva, discursiva, ministrada pelo Gerontologo Wagner Greenhalgh.	<b>Cronograma</b> 16 -18h 28/09/2020
<b>Aula 5</b> Adversidade	<b>Didática</b> Aula expositiva, discursiva, ministrada pelo Gerontologo Wagner Greenhalgh.	<b>Cronograma</b> 10h -12h 29/09/2020

Fonte: elaboração própria (2020)

## 9 CRONOGRAMA

No quadro 1, a seguir, apresenta-se o cronograma, no qual estão listadas as atividades propostas e os períodos necessários para a conclusão do projeto.

Quadro 2 – Cronograma de atividades

Atividades	Meses							
	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro
Levantamento da Literatura relevante	x	x	x	x				
Observação diagnóstica da instituição			x	x				
Levantamento de necessidade da realidade Institucional			x	x				
Elaboração do projeto de intervenção			x	x	x			
Contato com a instituição – Apresentação da proposta			x					
Preparação de materiais para a intervenção					x			
Execução das Oficinas						x		
Interpretação dos Resultados Obtidos							x	

Fonte: elaboração própria (2020)

## 10 ORÇAMENTO – ESTIMATIVAS DOS CUSTOS

A tabela 1 apresenta os materiais que serão utilizados no projeto de intervenção e os valores estimados para desenvolvimento do projeto. Não haverá custos estimados para os recursos humanos, haja vista ser desenvolvido pelo próprio autor do projeto ou outros profissionais, de forma voluntária.

Tabela 1 – Materiais de consumo

<b>Especificações</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário (R\$)</b>	<b>Valor Total (R\$)</b>
<b>Papel Ofício A4</b>	500	18,50	18,50
<b>Xerox</b>	80	0,15	12,00
<b>Cartucho de tinta para Impressora</b>	2	29,00	58,00
<b>TOTAL</b>			88,50

Fonte: elaboração própria (2020)

## **11 RESULTADOS ESPERADOS**

Espera-se, com esse projeto, que os agentes de viagem tenham mais conhecimento prático e técnico sobre o envelhecimento. Isso perpassa pela desconstrução de que viajar com pessoas da maturidade é um problema ou dificuldade. Ratifica-se que as oficinas e aulas expositivas farão com que os agentes de viagem compreendam que o bem-estar do cliente idoso depende do seu empenho e conhecimento para driblar as adversidades.

Ademais, espera-se que os agentes não vejam o idoso apenas como uma fonte de extração de renda através do roteiro de viagem, mas que o veja como um humano que possui emoções, expectativas e exigências. No que tange o conhecimento e trato com o idoso, potencializará agentes com o empenho de uma formação teórica e prática continuada, visando o melhor desempenho das suas funções e satisfação do cliente.



## REFERÊNCIAS

- ARAUJO, E.N.P. Intervenções psicogerontológicas na promoção do envelhecimento bem-sucedido. In: MALAGUTTI, W.; BERGO, A.M.A. *Abordagem interdisciplinar do idoso*. Rio de Janeiro: Rubio, 2010. 57-66p.
- ASTORINO, C. Mercados emergentes para o agenciamento. In: BRAGA, D.C.. *Agências de viagem e turismo*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- BACAL, Sarah. *Lazer e o universo dos possíveis*. São Paulo: Aleph, 2004. 144 p.
- DUMAZEDIER, J. *Lazer e Cultura Popular*. São Paulo: Editora Perspectiva, 1973.
- FROMER, B.; VIEIRA, D. D. *Turismo e terceira idade*. São Paulo: Aleph, 2003 (Coleção ABC do Turismo)
- IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em <http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/default.shtm>. Acesso em: 10 ago 2020.
- MOTA, K. M.; BABINSKI, L.. *Lazer na Terceira Idade: o Turismo como opção*. In: III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul, 2005.
- SANTINI, R. de C. G. *Dimensões do lazer e da recreação: questões espaciais, sociais e psicológicas*. São Paulo: Angelotti, 1993.
- SILVA, L. R. F. Da velhice à terceira idade: o percurso histórico das identidades atreladas ao processo de envelhecimento. *Hist. cienc. saúde-Manguinhos* [Internet]. 2008: p. 155-168.
- SOUSA, Cairo César Braga de; BAQUIT, José Airton Nascimento Diógenes; FERREIRA, Karla Patrícia Martins. A viagem a lazer como experiência (trans)formadora para idosos. *Rev. Subj.*, Fortaleza, v. 19, n. 2, p. 1-12, ago. 2019. Disponível em: <[http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2359-07692019000200009&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2359-07692019000200009&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 15 set. 2020.
- TAVARES, R.E., JESUS, M.C.P., MACHADO, D.R., BRAGA, V.A.S., TOCANTINS, F.R., MERIGHI, M.A.B.. *Envelhecimento saudável na perspectiva de idosos: uma revisão*. 2017; 20(6): p. 889-900.
- TORRES, T. L.; BOUSFIELD, B.V. Estereótipos sociais do idoso para diferentes grupos etários. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, Jan-Mar 2016, Vol. 32 n. 1, pp. 209-218, 2016. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-37722016000100209&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-37722016000100209&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 14 set. 2020.