

O uso das novas tecnologias da informação e comunicação pela melhor idade de Curitiba (Brasil) em viagens e turismo

The use of new information technologies and communication by the seniors from Curitiba (Brazil) for travel and tourism

Juliana Gonçalves Justus (JUSTUS, J. G.)¹

RESUMO - O presente artigo tem como objetivo descrever o perfil e a forma como dois grupos da melhor idade, excursionistas do SESC-PR e estudantes da Universidade Aberta da Maturidade (UAM), residentes em Curitiba (PR), utilizam as novas tecnologias da informação e comunicação para pesquisar sobre viagens e turismo. A pesquisa descrita possui caráter exploratório, descritivo, bibliográfico e documental, além disso, houve aplicação de questionários com parte do público que participa desses grupos e é visível que estão cada vez mais atualizados em relação a tecnologia e que pretendem aprimorar a forma que utilizam os dispositivos digitais em suas viagens.

Palavras-chave: Turismo; Melhor idade; Novas tecnologias da informação e comunicação; Turismo e viagens.

ABSTRACT - This article aims to describe the profile and how two groups of senior citizens, travelers from SESC PR and students from Universidade Livre da Maturidade (UAM), who live in Curitiba (PR), use the new information and communication technologies to research on travel and tourism. The described research has exploratory, descriptive, bibliographic and documentary, in addition, there were questionnaires with the public who participate of these groups and it is visible that are increasingly up to date with technology and want to improve the way they use the digital devices on your travels.

Key words: Tourism; Senior citizens; New information and communication Technologies; Tourism and travel.

¹ Acadêmica do Curso de Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná - UFPR. E-mail: julianagoncalvesjustus@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

Segundo pesquisas realizadas no Brasil e no mundo, a expectativa de vida só vem aumentando a cada ano que se passa. Com base nos resultados do estudo “Health Statistics 2014”, publicado pela Organização Mundial de Saúde (OMS) (WHO, 2014), a expectativa de vida no mundo teve um aumento de seis anos entre o período de 1990 e 2012, para Margareth Chan, diretora geral da OMS, há duas razões relevantes para os dados obtidos: a diminuição da mortalidade infantil e no consumo do tabaco (EXAME, 2014). Já de acordo com os dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) na Tábua Completa de Mortalidade de 2013, publicada no Diário Oficial da União (DOU) em 1º de Dezembro de 2014, a expectativa de vida da população brasileira, passou de 74,6 anos em 2012, para 74,9 anos, em 2013 (BRASIL, 2014), embora seja um pequeno aumento, ao longo dos anos, esses números tendem a crescer proporcionalmente.

Com o envelhecimento da população e consequentemente, aumento no número de aposentados, a tendência é que a situação financeira desse público se estabilize por conta da independência dos filhos, ou seja, os pais não precisam mais sustentá-los. Além do mais, é necessário envelhecer mantendo seus objetivos, cultivando novos hábitos e se adaptando ao meio em que vivem, compreendendo suas limitações e comunicando-se (MOLETTA, 2000).

Por conta do tempo livre e da estabilidade financeira, gerados pela aposentadoria, muitos integrantes da melhor idade escolhem aproveitar esse tempo mantendo contato com outras pessoas e culturas, realizando atividades relacionadas ao turismo (POSSAMAI, 2009), atualmente, diversas pesquisas apresentam índices que revelam que os indivíduos com mais de 60 anos estão investindo em viagens, pesquisas as quais serão apresentadas no marco teórico do presente artigo.

O artigo conta com entrevistados de dois grupos, os excursionistas do SESC Turismo Social e os estudantes da Universidade Aberta da Maturidade. O SESC é o Serviço Social do Comércio e teve início por meio da iniciativa privada, com o intuito de “[...] promover o bem-estar social e a melhoria da qualidade de vida dos comerciários, funcionários das empresas que atuam na área do comércio de bens, serviços e turismo, e de seus familiares” (SESC-PR, [...]). Entre as distintas áreas trabalhadas pela entidade, encontram-se: educação, saúde, cultura, esporte, lazer e ação social. Dentro do segmento de lazer, encontra-se o Turismo Social, que além de promover diversas ações, é um dos principais nomes quando o assunto é turismo acessível, social e inclusão da melhor idade. (SESC-PR, 2013).

Já a Universidade Aberta da Maturidade (UAM), é um projeto de extensão da Universidade Federal do Paraná (UFPR), tendo como objetivos valorizar socialmente o idoso, promover a qualidade de vida, desenvolvimento cultural e social dos participantes, que possuem 55 anos ou mais (UAM, 2015).

Portanto, o presente trabalho tem como objetivo descrever o perfil e a forma como dois grupos da melhor idade, excursionistas do SESC-PR e estudantes da Universidade Aberta da Maturidade (UAM), residentes em Curitiba (PR) utilizavam as novas tecnologias da informação e comunicação para pesquisar sobre viagens e turismo. A pesquisa possui caráter exploratório, descritivo, bibliográfico, documental e conta com a aplicação de questionários com o público descrito. Durante esse processo, a pesquisadora foi até os locais e em um deles, entrevistou os excursionistas do SESC PR, já na UAM, os questionários foram preenchidos pelos estudantes, que possuíam 60 anos ou mais e que costumavam viajar. Os questionamentos aplicados nos meses de Agosto, Setembro e Outubro de 2015 auxiliaram a pesquisadora a traçar o perfil de ambos os grupos e identificar como se relacionavam com as novas tecnologias da informação e comunicação.

2 NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A MELHOR IDADE

As novas tecnologias da informação e comunicação vêm implantando diversas mudanças no mundo, entre elas, segundo Gehrke (2002) estão a facilidade de comunicação, a interação entre pessoas e com organizações, independentemente da localização, da cultura ou de qualquer fator limitante, ainda de acordo com Gehrke (2002) essa mudança tem várias terminologias, como tecnocultura comunicacional, sociedade tecnológica, sociedade do conhecimento, sociedade, era da informação, civilização ou era virtual são algumas delas. Além disso, Gehrke (2002) ainda afirma que todos os termos designam um alto nível de tecnologização, maximização e reafirmação da importância das novas tecnologias e comunicação.

Já Schiavoni (2007) dá uma outra visão e alega que a utilização de novas tecnologias e da internet vem permitindo que os indivíduos se organizem, transformem e processem as informações de forma veloz e com preços reduzidos, além disso, os meios são benéficos tanto para quem produz informação e para quem recebe, é um avanço significativo na redução da distância entre a sociedade e os conhecimentos que são produzidos. Para Rosseti e Morales

(2007), a evolução tecnológica está presente em praticamente todas as atividades e é benéfica a divulgação de informações por diversos meios, entre eles, a internet, além disso, tem sido utilizada ativamente para os mais diversos fins, por várias pessoas ou empresas.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura - UNESCO (2008) afirma que muitas pessoas estão conectadas trocando informações, produzindo conhecimento e interagindo. A inclusão digital, ou seja, a possibilidade de acesso a rede mundial de computadores e o envolvimento de muitas pessoas com as tecnologias da informação e comunicação (TICs) promove o desenvolvimento das mesmas e do local em que vivem. A sociedade digital, que é a própria população gerando e pesquisando dados para serem utilizados para o conhecimento de todos tende a incentivar a geração de empregos e renda, promover melhorias e qualidade de vida nas famílias, favorecer a liberdade social e incentivar a construção de uma sociedade ativa, culta e empreendedora. Além disso, a UNESCO criou o Programa Informação para Todos, que busca a cooperação internacional para elaborar estratégias, métodos e ferramentas para construir uma sociedade que possua informação livre e reduzir os índices de exclusão digital, independentemente de classe social e econômica.

Já Lopes (2011, p. 10) afirma que as pessoas vêm se adaptando ao uso das novas tecnologias e as informações contidas nelas e menciona que:

Para sobreviver nos tempos modernos da “Era da Informação”, é necessário estar mais do que bem informado, é preciso estar aberto e aceitar as mudanças; visualizar as tendências e sair na frente. Todo este processo nos coloca em xeque, tanto como profissionais quanto como indivíduos. O domínio de informações sempre conferiu poder e “status” às pessoas. O acesso às informações, que antes era privilégio de poucos, está cada vez mais democrático. Dados e informações tornam-se cada vez mais dinâmicos, mais acessíveis a todos.

Mas para as pessoas estarem adaptadas às novas tecnologias, é necessário que elas tenham o acesso às mesmas e por isso, Ferreira (2013) afirma que antes de tudo, o desenvolvimento humano é essencial para o desenvolvimento da tecnologia, pois a inovação tecnológica mostra o aumento do nível de educação para a criação e difusão da tecnologia, expressando seu potencial.

Para compreender a dimensão da expansão da internet no Brasil, a I9 Social Media (2013) divulgou uma pesquisa feita pelo Ibope NetRatings que revela que o Brasil possuía cerca de 79,9 milhões de internautas e possuía o 5º lugar quando se tratava de país mais conectado na rede, além disso, cerca de 38% desses internautas acessavam a rede diariamente, outro estudo realizado pela Interactive Advertising Bureau - IAB Brasil, em parceria com a

ComScore, afirma que a internet é classificada como a mídia mais importante, segundo 88% dos brasileiros. A I9 Social Media (2013) também divulga informações transmitidas pela Intel, no Blog InseScoop que afirma que, no mundo, em 60 segundos “204 milhões de e-mails são enviados, 3 mil fotos vão para o Flickr e outras 20 milhões de fotos são vistas. No Facebook, 6 milhões de páginas são vistas em todo o mundo e no Youtube mais de 1,3 milhão de clipes são assistidos. Ao todo, o volume de dados que circula pela rede em apenas um minuto é de quase 640 000 GB!” (I9 SOCIAL MEDIA, 2013)

Em Pesquisa Brasileira de Mídia de 2015 - PBM 2015 (BRASIL, 2014), realizada com 18.312 pessoas de todo o Brasil no ano de 2014, a internet foi apontada por 42% dos brasileiros como o meio de comunicação mais utilizado, ficando atrás apenas do televisor (96%) e do rádio (46%), 51% é a porcentagem de entrevistados que não utilizavam a internet, porém, dos que utilizavam, 76% acessavam a internet todos os dias e estavam conectados em busca de informações, diversão, entretenimento, passar o tempo livre ou em busca de aprendizagem e estudos.

A pesquisa ainda mostra um crescimento no número de usuários da internet, além de expor as redes sociais e programas mais utilizados, o Facebook está em primeiro lugar, com 83% de entrevistados que são usuários, o Whatsapp com 58%, o Youtube com 17%, o Instagram com 12% e o Google + com 8%, já o Twitter foi citado por apenas 5% dos entrevistados. A maioria dos entrevistados afirmou que fazia maior uso da internet via computador (71%), em segundo lugar vindo o acesso pelo celular (66%) e em terceiro lugar encontravam-se os usuários que acessavam a internet via *tablets* (7%) (BRASIL, 2014).

Uma pesquisa divulgada pela TELECO (2014) revela um dado interessante, a forma como as pessoas com 60 anos ou mais vinham utilizando a internet.

Faixa etária	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
10 - 15 anos	30%	38%	53%	53%	63%	65%	67%	70%	77%
16 - 24 anos	46%	49%	60%	61%	68%	64%	70%	74%	77%
25 - 34 anos	27%	35%	45%	41%	51%	52%	56%	62%	65%
35 - 44 anos	20%	21%	24%	26%	29%	33%	41%	46%	47%
45 - 59 anos	16%	11%	12%	13%	16%	20%	25%	31%	34%
> 60 anos	4%	3%	3%	2%	5%	5%	9%	8%	12%

QUADRO 1 - CRESCIMENTO DO PERCENTUAL DE USUÁRIOS DE INTERNET NO BRASIL
FONTE: TELECO, 2014.

O quadro 1 acima, revela que ao longo dos anos os usuários da internet, de diversas faixas etárias, no Brasil tiveram um aumento significativo. De acordo com os dados mais recentes, dos anos de 2012 e 2013, todas as porcentagens cresceram, o que significa, de acordo com TELECO (2014), que todos os públicos estão cada vez mais ativos no meio *online*. A pesquisa divulgada pela TELECO (2014) também esclarece que de 25 a 2007 a pesquisa não incluía entrevistados em áreas rurais. Já a pesquisa TIC Domicílios 2013 (CETIC, 2014), em um de seus indicativos, mostra que todas as faixas etárias utilizavam internet no celular, e todas estavam bem informadas em relação ao conhecimento de tipo de internet que estavam utilizando, seja ela 3G, 4G ou *wi-fi*.

De acordo com os dados das pesquisas a melhor idade vem avançando a cada ano mais no uso de novas tecnologias da informação e comunicação, já a pesquisa realizada por Borges (2012), informa o perfil dos usuários das novas tecnologias da informação e comunicação na idade avançada e chama isso de Índice de Uso de Tecnologia por Seniors (ITS), de acordo com o mesmo, o público masculino superava o feminino, sendo em sua maioria pertencentes a classe A, a cada ano, o número de redes sociais que acessam são maiores e o local em que mais acessavam esses meios eram na própria residência.

Quanto ao tempo de acesso, os números são bastante parecidos, de acordo com a ITS, os pertencentes a melhor idade permanecem de 1 a 8 horas por dia conectados e em sua maioria, acessam de 7 a 8 tipos de conteúdos ou *home pages*. Além disso, grande parte dos pesquisados possuía computador em sua residência a mais de 6 anos, o utilizavam diariamente e ou eram aposentados e ainda trabalhavam ou eram não aposentados e trabalhavam. Foram entrevistadas pessoas acima dos 55 anos e até os 89 anos, os dados informados acima são da maioria das respostas e ainda de acordo com Borges (2012), a principal barreira quanto a utilização das novas tecnologias da informação e comunicação ainda era a usabilidade desses dispositivos e ainda afirma que:

[...] os usuários adultos de idade avançada estão usando as modernas tecnologias de informação e comunicação para múltiplas finalidades, visando obter vantagens e potencialidades que eles podem oferecer, dentro de limites das necessidades de cada um e não nos limites do que a tecnologia pode oferecer, dentro de limites das necessidades de cada um e não dos limites do que a tecnologia pode oferecer. Também estão usando essas tecnologias para suprir necessidades específicas de comunicação e obter informações, de forma econômica, rápida e que lhes promova qualidade de vida [...] Destaque para o uso do e-mail, internet e TV. (BORGES, 2012, p. 152).

Além disso, Jantsch *et al.* (2012) afirmam que a qualidade de vida tão desejada pelos integrantes da melhor idade, podem ser encontradas nas redes sociais, por conta dos

relacionamentos sociais. Os grupos *online* funcionam como uma segunda família, aonde conseguem além de ocupar o tempo livre, estabelecer vínculos e se reinserir na sociedade.

Fazendo um paralelo a isso, a empresa especialista em comportamento do consumidor global, Nielsen, afirma em sua pesquisa global sobre mídias sociais, que trinta por cento dos brasileiros acessam pelo menos uma vez ao dia as redes sociais para saberem sobre marcas, produtos e serviços, sendo que 16% deles acessam mais de uma vez ao dia e 14% uma única vez [...] a probabilidade de um destes internautas adquirirem um produto ou serviço, no próximo ano, com base em informações recebidas nas mídias sociais é alta. 36% acreditam que, muito provavelmente, vão adquirir um serviço voltado ao entretenimento, 35% devem comprar eletrônicos para o lar e 29% eletrodomésticos (NIELSEN, 2012).

Por conta da busca do entretenimento, muitas pessoas iniciam suas compras *online* em busca do mesmo, nesse momento, o turismo se destaca e chama a atenção do público com tempo disponível, ou seja, o consumidor de turismo da melhor idade. O que afirma isso é a pesquisa divulgada por Alasse (2012) na Revista Exame, que afirma que “os serviços, como notícias, bancos, e-mail e sites ligados a viagens, são os mais utilizados pelos consumidores da terceira idade, com 78%, seguidos pelo e-commerce (72%)” (ALASSE, 2012).

Marback Neto e Silva (2005, p. 136) já afirmavam que:

[...] o desenvolvimento de um destino turístico está cada vez mais atrelado ao avanço de novas tecnologias de informação e de comunicação. Para o turismo, a informação é básica em todas as instâncias da cadeia de valor, recurso vital e estratégico, que se deve, principalmente, à sua oferta de produtos / serviços intangíveis. Para cada pessoa que embarca para um destino turístico, há uma grande quantidade de informações processadas e comunicadas. A competição para atrair turistas já não é entre cidades próximas e, sim, entre cidades de diversos países que competem pelas motivações ofertadas aos turistas.

Afirmando a importância da comunicação, tanto no dia a dia das pessoas, quanto em atividades como o turismo.

3 METODOLOGIA

Esta pesquisa tem como objetivo traçar o perfil e a forma como dois grupos da melhor idade, excursionistas do SESC-PR e estudantes da Universidade Aberta da Maturidade (UAM), residentes em Curitiba (PR), utilizavam as novas tecnologias da informação e comunicação para pesquisar sobre viagens e turismo. De acordo com dados de 2014, o SESC

Paraná possuía 301.714 matrículas (SESCPR, 2014), entre comerciários, dependentes e usuários, já o SESC Turismo Social no Paraná fez 11.455 inscrições, em 311 excursões no ano de 2014. (FECOMÉRCIO PR, 2015). Já o projeto de extensão UAM, possuía cerca de 90 alunos matriculados para o ano de 2015, os quais estavam divididos em duas turmas para as aulas normais e uma vez por mês, havia uma aula com todos os alunos, os números da UAM foram fornecidos por bolsistas e voluntárias do projeto no dia da pesquisa com os alunos.

A pesquisa apresentada possui caráter exploratório por conta de proporcionar maior familiaridade com o problema, objetivando torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Seu planejamento engloba os mais variados aspectos relativos ao fato ou fenômeno estudado (GIL, 2010). Também é considerada descritiva, pois segundo Dencker (1998) descreve casos a partir de dados primários, sendo eles qualitativos ou quantitativos, são bem planejadas e estruturadas, além de exigir um grande conhecimento sobre o problema estudado e envolvem em suas técnicas de pesquisa de levantamento.

Os assuntos discorridos ao longo do marco teórico foram coletados através de uma pesquisa exploratória bibliográfica e documental, que segundo Gil (2010), é desenvolvida com base em materiais já elaborados, incluindo livros, artigos científicos, e em materiais não analisados, ou já processados, recebendo outras interpretações.

O questionário possui perguntas abertas, fechadas e ocorreu de forma agradável, pois a melhor idade é um público bastante receptivo e de acordo com Machado *et al.* (1996, p. 6) “são bons contadores de histórias e gostam de falar do passado e contar em pormenor as suas vivências”, que são fatores positivos para a aplicação dos questionários. Os questionamentos feitos auxiliaram a pesquisadora a traçar o perfil de ambos os grupos e identificar como se relacionavam com as novas tecnologias da informação e comunicação

Durante os meses de Julho e Setembro de 2015 foram enviadas solicitações de pesquisa, via *e-mail*, a ambos os locais. O SESC Turismo Social, pediu a pesquisadora que enviasse um documento explicando a pesquisa para a Direção Regional, que por sua vez reencaminhou para o SESC Turismo Social, os mesmos já entraram em contato marcando uma reunião com a pesquisadora para que fossem determinados os dias de visita para a aplicação dos questionários. As pesquisas foram realizadas nas dependências do SESC da Esquina, nos dias 18.08.2015 e 22.09.2015, pois o SESC Turismo Social possui datas específicas para que seus clientes comprem as excursões que querem participar, sendo que são datas pré-determinadas, que são agendadas uma vez por mês e divulgadas em seu *site*, na programação disponibilizada no local e pessoalmente por meio dos colaboradores.

Na primeira visita para pesquisa, no dia 18 de agosto de 2015, a pesquisadora permaneceu no local das 9:10 às 10:00 e foram distribuídas aproximadamente 30 senhas. Foram abordadas 15 pessoas, sendo que 1 delas não fazia parte do perfil pois não possuía 60 anos ou mais, idade considerada a melhor idade pela autora, 9 pessoas não faziam parte do perfil por não possuírem *tablet* ou *smartphone* e 5 pessoas correspondiam ao perfil e aceitaram responder os questionários. Já na segunda visita ao local, no dia 22 de setembro de 2015, a pesquisadora permaneceu no local das 9:00 às 10:30 e foram distribuídas cerca de 45 senhas. Foram abordadas 22 pessoas, sendo que 16 não se encaixavam no perfil, pois não possuíam *tablet* ou *smartphone* e 6 pessoas correspondiam ao perfil e aceitaram responder os questionários. Em ambos os dias, a pesquisadora fez a abordagem e preenchimento dos questionários, com as respostas dadas pelos excursionistas.

A UAM também foi bastante solícita e pediu à pesquisadora que enviasse uma breve explicação da pesquisa, logo em seguida, a coordenadora e vice-coordenadora do projeto autorizaram a pesquisa. A data acordada para a visita da pesquisadora e aplicação dos questionários foi no dia 01 de outubro de 2015, no auditório do Setor de Ciências da Saúde, no centro de Curitiba (PR).

Quando questionada sobre a quantidade de alunos, a vice-coordenadora do projeto comentou que havia cerca de 70 alunos matriculados, já as bolsistas e voluntárias do projeto, comentaram que havia cerca de 90 alunos matriculados e que eles autorizavam que alunos de turmas anteriores continuassem frequentando o projeto. No dia 01.10.2015, a pesquisadora permaneceu no auditório das 13:50 às 14:53, conversou com as bolsistas e voluntárias sobre a pesquisa e foi apresentada aos alunos, os questionários foram entregues e preenchidos pelos próprios alunos, a pesquisadora explicou as perguntas no microfone na frente de todos os alunos no auditório. No dia, 44 alunos responderam a chamada e foram entregues a pesquisadora 46 questionários.

4 ANÁLISE DE DADOS

Algo visível com a análise dos dados é que a maioria das pessoas que responderam os questionários, em ambos os lugares, eram recém-chegadas a melhor idade, 24 pessoas possuíam de 60 a 65 anos, 16 pessoas tinham de 65 a 75 anos e 2 pessoas tinham 76 anos ou mais, dentre a totalidade, 23 pessoas compraram seu *tablet* ou *smartphone* por iniciativa

própria, sendo que 1 deles, comprou por iniciativa própria e teve o auxílio do filho apenas na escolha do modelo do dispositivo.

Um dado obtido que comprova que os integrantes da melhor idade estão cada vez mais inseridos nas redes digitais é de que, 31 pessoas entrevistadas, pesquisavam alguma informação sobre sua viagem na internet antes de viajar, entre eles, a maioria colocava no buscador o nome do destino e nome do hotel que iria se hospedar em sua viagem.

Durante a viagem, 20 pessoas afirmaram que utilizavam as redes *wi-fi* quando disponíveis, 12 pessoas utilizavam o pacote de dados da operadora, 9 pessoas utilizavam a atividade de *check-in* na rede social Facebook, 11 pessoas disseram que tiravam fotos e postavam na mesma hora nas redes sociais, 15 pessoas afirmaram que tiravam fotos durante a viagem e postavam nas redes sociais apenas quando chegavam em Curitiba novamente, 21 pessoas apenas tiravam fotos, não postavam em redes sociais, 9 pessoas ainda afirmaram que compartilhavam suas primeiras impressões *online*.

Dentre os aplicativos mais utilizados e com grande frequência estão o Whatsapp (35 pessoas utilizavam) e o Facebook (34 pessoas utilizavam), já os outros aplicativos dispostos no questionário também estavam sendo utilizados, porém, menos pessoas faziam o uso do Youtube (20 pessoas), do Twitter (6 pessoas) e do Instagram (6 pessoas).

Dentre os 42 entrevistados e usuários de internet e novas tecnologias da informação e comunicação, 32 pessoas aceitariam participar de um curso para aprimorar o uso de seus *tablets* ou *smartphones* antes, durante e após as viagens.

As informações cruzadas estão visando a faixa etária da melhor idade com a relação entre as novas TICs e mídias sociais. Um dos principais resultados é de que os indivíduos que acabaram de ser inseridos na melhor idade possuíam maior ligação com dispositivos e mídias sociais do que os que já faziam parte desse grupo há mais tempo e parte deles pesquisava e divulgava informações sobre os serviços que adquiriam durante a viagem no meio digital.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após analisar os resultados dos questionários aplicados para os dois grupos da melhor idade de Curitiba (PR), sendo eles, os excursionistas do SESC-PR e os estudantes da UAM, ficou visível que a população acima de 60 anos estava cada vez mais conectada e interagindo com aplicativos em seus *smartphones* e *tablets* no período de suas viagens.

Algo que também ficou claro com a análise dos questionários é de que os aplicativos mais utilizados pela melhor idade foram relacionados à comunicação, o que contribuía com a interação social, que contribuía e mantinha esse público na sociedade. Além do mais, é algo muito positivo que os entrevistados quisessem participar de algo que possa auxiliá-los a aprimorar seus conhecimentos com seus *tablets* ou *smartphones*, ajudando-os na comunicação e sua própria informação.

A pesquisa também contribui para que os pesquisadores e empreendedores percebam que a melhor idade é um público que está procurando se manter atualizado em relação as novas tecnologias e merecem a mesma atenção que os demais públicos, pois além de possuir estabilidade financeira e tempo livre, são bastante exigentes e estão buscando novas experiências, tanto turísticas, quanto tecnológicas.

6 REFERÊNCIAS

ALASSE, L. **Terceira idade já é 7% dos internautas brasileiros**. EXAME, Marketing, 2012. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/terceira-idade-ja-e-7-dos-internautas-brasileiros>>. Acesso em: 18/05/2015.

BORGES, R. C. de M. **Uso de tecnologias da informação e comunicação por adultos de idade avançada**: considerações na área educacional. UFRGS, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/53149/000852330.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 18/05/2015.

BRASIL, **Pesquisa brasileira de mídia 2015**: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. Brasília: Secom, 2014. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 14/05/2015.

BRASIL. **Tábua Completa de Mortalidade**. Diário Oficial [da República Federativa do Brasil], Brasília, DF, n. 232, 1 dez. 2014. Seção 1, p. 88 e 89. Disponível em: <<http://pesquisa.in.gov.br/imprensa/jsp/visualiza/index.jsp?data=01/12/2014&jornal=1&pagina=88&totalArquivos=132>>. Acesso em: 16/03/2015.

CETIC, **Pesquisa TIC Domicílios 2013, Pesquisa sobre o Uso das Tecnologias de Informação e Comunicação no Brasil**, São Paulo, jun. 2014. Disponível em: <<http://www.cetic.br/media/analises/tic-domicilios-2013.pdf>>. Acesso em: 16/05/2015.

DENCKER, A. de F. M., **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo, Futura, 1998.

EXAME. Aumenta a expectativa de vida no mundo. Mundo, mai. de 2014. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/mundo/noticias/aumenta-a-expectativa-de-vida-no-mundo>>. Acesso em: 18/03/2015.

FECOMÉRCIO, A construção de um mundo melhor: Relatório de Gestão de 2014- Sistema Fecomércio, Sesc, Senac PR. Curitiba, Fecomércio, 2015.

FERREIRA, M. A. Tecnologia e felicidade em economias desenvolvidas e em desenvolvimento: Brasil e Estados Unidos. UFV, Viçosa, MG, 2013. Disponível em: <http://www.tede.ufv.br/tesesimplificado/tde_arquivos/45/TDE-2014-01-16T065843Z-5107/Publico/texto%20completo.pdf>. Acesso em: 14/05/2015.

GEHRKE, M. E., Rotinas digitais de comunicação pessoal: Internet e sociabilidade contemporânea. UFRGS, Pós Graduação em comunicação e informação, Porto Alegre, 2002. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/1595/000352556.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 14/05/2015.

GIL, A.C., Como elaborar projetos de pesquisa, 5. Ed., São Paulo, Atlas, 2010.

I9 SOCIAL MEDIA, No Dia Mundial da Internet, saiba um pouco do que acontece na rede em 1 minuto. 17 mai. de 2013. Disponível em: <<http://www.i9socialmedia.com/no-dia-mundial-da-internet-saiba-um-pouco-do-que-acontece-na-rede-em-1-min/>>. Acesso em: 18/05/2015.

JANTSCH, A.; MACHADO, L. R.; BEHAH, P. A.; LIMA, J. V. de. As redes sociais e a qualidade de vida: os idosos na era digital. IEEE-RITA v. 7, n. 4, Nov. 2012. Disponível em: <<http://rita.det.uvigo.es/201211/uploads/IEEE-RITA.2012.V7.N4.A2.pdf>>. Acesso em: 18/05/2015.

LOPES, S. O.; BORGES, M. M. M. de C. Variáveis que influenciam a adaptação do indivíduo ao processo de envelhecimento. Revista Enfermagem Integrada – Ipatinga: Unileste-MG, v. 4, n. 2, Nov./Dez. 2011. Disponível em: <[http://www.unilestemg.br/enfermagemintegrada/artigo/v4_2/07-VARIAVEIS-QUE-INFLUENCIAM-A-ADAPTACAO-DO-INDIVIDUO-AO-PROCESSO-DE-ENVELHECIMENTO\(LOPES;BORGES\).pdf](http://www.unilestemg.br/enfermagemintegrada/artigo/v4_2/07-VARIAVEIS-QUE-INFLUENCIAM-A-ADAPTACAO-DO-INDIVIDUO-AO-PROCESSO-DE-ENVELHECIMENTO(LOPES;BORGES).pdf)>. Acesso em: 19/03/2015.

MACHADO, A. M. A.; CADETE, M. H.; HESPANHA, M. J.; QUARESMA, M. de L. Pessoas idosas e comunicação, Núcleo de Documentação Técnica e Divulgação, Lisboa, dez. de 1996. Disponível em: <http://www4.seg-social.pt/documents/10152/13328/Pessoas_idosas_comunicacao>. Acesso em: 20/05/2015.

MARBACK NETO, G.; SILVA, J. A. S. O Turismo Baiano e as Novas Tecnologias da Informação. Turismo - Visão e Ação, v. 7 - n. 1, p. 125-152 jan./abr. 2005. Disponível em: <<http://www6.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/540/467>>. Acesso em: 18/05/2015.

MOLETTA, V. F. Turismo para a Terceira Idade. 2 ed., Porto Alegre; SEBRAE/RS, 2000.

NIELSEN. **Pesquisa global sobre mídias sociais**, ago. de 2012. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/insights/reports/2012/pesquisa-global-sobre-midias-sociais.html>>. Acesso em: 18/05/2015.

POSSAMAI, A. M. de P. Turismo cultural e terceira idade. **Patrimônio: Lazer & Turismo**, v. 6, n. 8, out.-nov.-dez./2009, p. 43-60. Disponível em: <http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/pdf/Artigo4_v6_n8_out_nov_dez2009_Patrimonio_UniSantos.pdf>. Acesso em 27 de março de 2015.

ROSETTI, A. G., MORALES, A. B. T., **O papel da tecnologia da informação na gestão de conhecimento**. Ci. Inf., Brasília, v. 36, n. 1, p. 124-135, jan./abr. 2007. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ci/v36n1/a09v36n1>>. Acesso em: 12/05/2015.

SESC. **Administração Regional no Estado do Paraná Relatório de Gestão 2013 / Administração Regional no Estado do Paraná**. – Curitiba: SESC PR, 2013. Disponível em: <http://www.sescpr.com.br/wp-content/uploads/2014/08/relatorio_2013.pdf>. Acesso em: 02/10/2014.

SESC. **Quem somos**. Disponível em: <<http://www.sescpr.com.br/sesc-parana/quem-somos/>>. Acesso em: 29/05/2015.

SCHIAVONI, J. E. **Mídia: o papel das novas tecnologias na sociedade do conhecimento. Diversidade e igualdade na comunicação**. Bauru/SP, 2007. Disponível em: <<http://www4.faac.unesp.br/publicacoes/anais-comunicacao/textos/01.pdf>>. Acesso em: 13/05/2015.

TELECO, **Perfil dos usuários de internet no Brasil**, Seção Internet, jun. de 2014. Disponível em: <http://www.teleco.com.br/internet_usu.asp>. Acesso em: 14/05/2015.

UAM, Universidade Aberta da Maturidade, UFPR, 2015. Disponível em: <<http://www.uam.ufpr.br/>>. Acesso em: 13/10/2015.

UNESCO, **Brasil no rumo da inclusão**, Tecnologia, Informação e Inclusão, TIC nas escolas, v. 1, n. 1, 2008. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001585/158502por.pdf>>. Acesso em: 14/05/2015.

WHO - World Health Organization, **World Health Statistics 2014**. Geneva, Switzerland. Disponível em: <http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/112738/1/9789240692671_eng.pdf?ua=1>. Acesso em: 18/03/2014.