

A Universidade da Maturidade e as relações com a experiência turística no Bioparque Pantanal, Campo Grande, MS

The University of Maturity and relationships with the tourist experience in Bioparque Pantanal, Campo Grande, MS

La Universidad de Madurez y las relaciones con la experiencia turística en el Bioparque Pantanal, Campo Grande, MS

Rodrigo Hakira Minohara¹
Djanires Lageano Neto de Jesus²
Cristiane Melo Moraes²

Recebido em: 04/09/2024; revisado e aprovado em: 24/04/2024; aceito em: 30/04/2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v26i1.4672>

Resumo: O lazer e o turismo possuem um papel importante na sociedade, principalmente como instrumentos de promoção de uma vida ativa, emocionalmente satisfatória e culturalmente enriquecedora para a população idosa. Nesse sentido, o presente artigo tem como objetivo identificar os elementos memoráveis da experiência turística com duas turmas de alunos(as) da Universidade da Maturidade, a partir da visita ao Bioparque Pantanal, a fim de contribuir com a segmentação de mercado do turismo voltado para a maturidade. Para esse estudo, foram aplicados questionários semiestruturados baseados em três eixos temáticos de análise: 1) sentimentos em relação ao atrativo; 2) experiências aprendidas no passeio; e 3) avaliação da experiência do visitante e suas expectativas. Após a coleta, os dados foram sistematicamente analisados, com o apoio do software *Iramuteq*, por meio de análise de dados textuais. Por fim, utilizou-se análise de conteúdo, a partir das respostas do referido software. Os resultados apontaram que, apesar da grandiosidade do Bioparque e da beleza cênica nas partes externa e interna, as melhores experiências foram quanto aos conhecimentos adquiridos e à felicidade de estar em um espaço tão maravilhoso.

Palavras chaves: lazer e turismo; melhor idade; turismo de experiência.

Abstract: Leisure and tourism play an important role in society, mainly as instruments for promoting an active, emotionally satisfying, and culturally enriching life for the elderly population. In this sense, this article aims to identify the memorable elements of the tourist experience with two groups of students from the University of Maturity during their visit to Pantanal Biopark to contribute to the market segmentation of tourism aimed at maturity. For this study, semi-structured questionnaires were applied based on three thematic axes of analysis: 1) Feelings regarding the attraction; 2) Experiences learned during the tour; 3) Evaluation of the visitor's experience and their expectations. After collection, the data was systematically analyzed using Iramuteq software through textual data analysis. Finally, content analysis was used based on the software's responses. The results showed that, despite the grandeur of the Biopark and its scenic beauty on the outside and inside, the best experiences were in terms of the knowledge acquired and the happiness of being in such a remarkable environment.

Keywords: leisure and tourism; older age; experience tourism.

Resumen: El ocio y el turismo desempeñan un papel importante en la sociedad, principalmente como instrumentos para promover una vida activa, emocionalmente satisfactoria y culturalmente enriquecedora para la población mayor. En este sentido, este artículo tiene como objetivo identificar los elementos memorables de la experiencia turística con dos grupos de estudiantes de la Universidad de la Madurez durante su visita al Bioparque Pantanal, con el fin de contribuir a la segmentación del mercado del turismo dirigido a este grupo etario. Para este estudio, se aplicaron cuestionarios semiestructurados basados en tres ejes temáticos de análisis: 1) Sentimientos en relación a la atracción; 2) Experiencias aprendidas en el recorrido; 3) Evaluación de la experiencia del visitante y sus expectativas. Después de la recolección, los datos fueron analizados sistemáticamente utilizando el software Iramuteq a través del análisis de datos textuales. Por fin, se utilizó el análisis de contenido con base en las respuestas del software. Los resultados mostraron que a pesar de la grandiosidad del Bioparque y la belleza escénica interior y exterior, las mejores experiencias

¹ Universidade Regional do Cariri (URCA), Crato, Ceará, Brasil.

² Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UEMS), Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil.



estuvieron relacionadas con los conocimientos adquiridos y la felicidad de estar en un espacio tan maravilloso.

Palabras claves: ocio y turismo; tercera edad; experimenta el turismo.

1 INTRODUÇÃO

O aumento da longevidade tem proporcionado às pessoas a oportunidade de viver mais e participar ativamente das atividades oferecidas pela sociedade, como o lazer, o turismo, as práticas físicas e os estímulos intelectuais. Esse cenário exige uma atenção especial às demandas da população idosa, especialmente daqueles com mais de 60 anos (Organização das Nações Unidas [ONU], 2020), de modo a assegurar-lhes uma vida com qualidade. Assim, infere-se que a promoção do lazer deve considerar a adequação dos espaços às necessidades desse grupo, garantindo-lhes um ambiente seguro, confortável e acessível, conforme preconiza o envelhecimento ativo e inclusivo.

A população idosa residente em Campo Grande totaliza aproximadamente 98 mil pessoas, o que corresponde a mais de 11% do número total de habitantes do município, estimado em 874.210, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2019). Atualmente, o envelhecimento populacional é reconhecido como uma questão social relevante, uma vez que a sociedade ainda se encontra em processo de adaptação às transformações decorrentes dessa fase da vida. Tais transformações envolvem não apenas alterações fisiológicas, inerentes ao processo natural de envelhecimento do organismo, mas também mudanças sociais significativas, marcadas por perdas, limitações funcionais e, muitas vezes, pela vivência do isolamento e da solidão (IBGE, 2019).

Com base nesse contexto, recomenda-se a implementação de atividades voltadas ao lazer e ao turismo para o público idoso, bem como a promoção de segmentos turísticos alternativos, como o turismo de experiência. Este, por sua vez, configura-se como uma expressão contemporânea da sociedade que valoriza a autenticidade, as vivências emocionais e o engajamento sensorial, promovendo, assim, uma forma de inclusão social por meio da valorização da memória, da cultura e das interações humanas.

Os viajantes desejam experiências únicas que lhes permitam interagir de maneira significativa com os destinos que exploram, almejando sensações e emoções que se perpetuem em suas memórias. Nesse contexto, os valores imateriais ganham destaque, com ênfase no bem-estar e na qualidade de vida. Esse tipo de turista busca estabelecer conexões com as comunidades locais, mergulhar nas tradições e histórias de vida e compartilhar experiências autênticas, visando criar lembranças verdadeiramente memoráveis (Garcia *et al.*, 2022).

O turismo de experiência em aquários é uma forma educativa de viajar, permitindo que os visitantes descubram a beleza e a diversidade da vida animal, enquanto aprendem sobre a conservação dos ecossistemas aquáticos. Nota-se que aquários, museus e oceanários acabam sendo um pilar da musealização do ambiente aquático, assim, também envolvem de forma única uma relação homem e natureza (Andrade, 2014).

Nesse contexto, o presente trabalho buscou identificar os elementos memoráveis da experiência turística dos(as) alunos(as) da Universidade da Maturidade (UMA), a partir visitaço ao Bioparque Pantanal, a fim de contribuir com a segmentação de mercado do turismo voltado para a maturidade.

O conceito fundamental do Bioparque foi o de aplicar parte do ecossistema da região, considerando um estilo acessível às pessoas, com o propósito de ser um ambiente que configure cultura, turismo, conhecimento, lazer, diversão e, ainda, oportunizando às pessoas conhecerem, em um espaço único, as diversas espécies do Pantanal sul-mato-grossense.

Contudo, segundo o *site* oficial do Bioparque Pantanal, está disponível de forma pública que, das vagas totais, somente 5% são reservadas para pessoas idosas e, ainda sim, são divididas com pessoas portadoras de deficiência, o que se torna uma porcentagem pouco significativa, principalmente se tomarmos como base os dados disponibilizados pelo IBGE (2019), que apontam que 11% da população campo-grandense é formada por pessoas idosas, o que representa cerca de 98 mil dos mais de 800 mil habitantes da capital.

Assim, justifica-se também a escolha do tema, uma vez que a Universidade da Maturidade, a qual recebe alunos(as) acima de 45 anos na formação de educador social do envelhecimento humano, oferece atividade físicas, culturais e sociais. Ademais, diante do fato de estes participarem de excursão para visita ao Bioparque, surgiu a ideia de explorar o tema, para expor de forma ampla e peculiar a experiência de visita ao Bioparque Pantanal de Campo Grande – Mato Grosso do Sul ao público da melhor idade.

Sabe-se que esse público em específico, muitas das vezes, precisa de um atendimento mais exclusivo, seja pelo tempo de ação/resposta, dificuldade de locomoção/audição ou de acesso a mídias digitais e aparelhos tecnológicos, entre outros, o que acarreta a necessidade de uma programação específica que, geralmente, não pode ser realizada quando executada com indivíduos de outras faixas etárias.

Nessa perspectiva, a contribuição tanto social quanto acadêmica do presente trabalho poderá ser constatada diante do relevante contexto da elevação de números de pessoas idosas, devido à longevidade no cenário atual, no qual se tem percebido a consequente necessidade de proporcionar condições de lazer e turismo para essa população. Ademais, pode-se ressaltar, ainda, que a cidade de Campo Grande possui um ambiente apropriado para que a população idosa desfrute desse atrativo turístico que é o Bioparque Pantanal.

A partir disso, evidencia-se uma lacuna de pesquisa referente às percepções do público da melhor idade quanto à visita em atrativos turísticos. Nesse sentido, o presente estudo tem como objetivo identificar os elementos memoráveis da experiência turística vivenciada pelos(as) alunos(as) da UMA durante visita ao Bioparque Pantanal. Assim, para atender à proposta delineada, os dados foram coletados por meio da aplicação de questionários semiestruturados, baseados em três eixos temáticos: 1) sentimentos em relação ao atrativo; 2) experiências aprendidas no passeio; e 3) avaliação da experiência do visitante e suas expectativas. Após a coleta, os dados foram analisados de forma sistemática, com o apoio do software *Iramuteq*, por meio de técnicas de análise textual, com ênfase na Análise de Conteúdo de Bardin (2011).

Para mais, este artigo está estruturado em cinco seções, a contar desta introdução. A segunda seção é dedicada à revisão da literatura, enquanto a terceira expõe os métodos e as técnicas de pesquisa adotados. Na quarta seção, são apresentados os resultados obtidos, e, por fim, a quinta seção contempla as considerações finais do estudo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

Nesta seção, serão apresentados a revisão da literatura – dividida em: Lazer e turismo para melhor idade; Turismo de experiência; Turismo de experiência e a melhor idade, assim como a área e o objeto de estudo.

2.1 Lazer e Turismo para melhor idade

À medida que a população mundial envelhece, a importância do lazer e do turismo para os idosos torna-se cada vez mais evidente. O termo “melhor idade” refere-se a um grupo de idosos que, diante da expectativa de vida crescente e da perspectiva mais ativa da terceira idade, busca oportunidades de lazer e turismo que promovam bem-estar, qualidade de vida e enriquecimento pessoal (Santos, 2021).

Lazer e turismo desempenham um papel vital na vida da população idosa, transcendendo a simples fuga da rotina diária. Envolve experiências e atividades que promovem tanto o bem-estar físico quanto o emocional, proporcionando oportunidades para sair da rotina e relaxar (Oliveira, 2020). Esse engajamento oferece diversos benefícios físicos, contribuindo para a promoção do bem-estar físico e mental dos idosos.

Participar de atividades de lazer, como caminhadas, passeios culturais e outras formas de turismo, não apenas mantém a saúde e a forma física, bem como reduz o risco de problemas de saúde relacionados ao envelhecimento. Além disso, essas atividades desempenham um papel fundamental na saúde mental, contribuindo para a redução do estresse e da ansiedade, melhorando o humor e a autoestima (Oliveira, 2020).

Além dos benefícios físicos, o lazer e o turismo oferecem oportunidades cruciais para o envolvimento social e a comunicação entre os idosos. Ao participar de grupos de turismo ou atividades de lazer, os idosos têm a chance de interagir, compartilhar experiências e estabelecer novas amizades. Essas conexões sociais são essenciais para combater o isolamento social, uma preocupação comum nessa faixa etária. Participar dessas atividades também estimula a comunicação, fortalecendo as habilidades interpessoais e mantendo a mente ativa (Pereira; Cunha, 2018).

O turismo para as pessoas idosas não é apenas uma pausa na rotina, mas uma oportunidade de aprendizado e crescimento pessoal. Ao explorar novos destinos, os idosos adquirem conhecimentos culturais e históricos, expandem horizontes e se desafiam a sair de suas zonas de conforto. Essa abordagem de aprendizado contínuo contribui para um envelhecimento ativo e para uma vida mais rica (Garcia *et al.*, 2022).

Com o contínuo crescimento da população idosa, o papel do lazer e do turismo para os idosos se torna ainda mais crucial. O setor de turismo está se adaptando para atender às necessidades específicas desse grupo demográfico em crescimento. A criação de pacotes turísticos adaptados, atividades de lazer inclusivas e a transformação de destinos em locais amigáveis para a terceira idade são tendências emergentes que prometem revolucionar o cenário do turismo para esse público (Santos, 2021).

Além disso, o impacto positivo do lazer e do turismo na “melhor idade” se estende para além dos indivíduos, influenciando o contexto social e econômico. A participação ativa dos idosos nessas atividades contribui para a construção de comunidades mais vibrantes e interconectadas. Os benefícios sociais incluem a promoção da coesão social e o fortalecimento

dos laços comunitários, à medida que os idosos compartilham experiências e conhecimentos com outros membros da sociedade (Santos, 2021).

Do ponto de vista econômico, a demanda crescente por serviços turísticos adaptados à população idosa impulsiona a criação de oportunidades de emprego e estimula o desenvolvimento de negócios locais. Empresas que focam em oferecer experiências de lazer e turismo inclusivas não apenas atendem às necessidades dessa faixa etária, assim como, contribuem para o crescimento sustentável das economias locais (Garcia *et al.*, 2022).

No entanto, para otimizar os benefícios do lazer e do turismo para a população idosa, é crucial abordar desafios específicos que possam surgir. A acessibilidade física e a adaptação das atividades a diferentes níveis de mobilidade são considerações essenciais. Destinos e atividades turísticas devem ser planejados levando em conta a diversidade de habilidades e necessidades dessa população, garantindo uma participação plena e uma experiência enriquecedora para todos (Pereira; Cunha, 2018).

A incorporação de tecnologias acessíveis também desempenha um papel significativo, fornecendo suporte informativo e prático aos idosos durante suas experiências de lazer e turismo. Ferramentas digitais que oferecem informações sobre acessibilidade, orientações de navegação e comunicação eficaz contribuem para a criação de experiências mais fluidas e adaptadas (Santos, 2021).

À medida que a sociedade evolui para reconhecer e valorizar o potencial do lazer e do turismo para pessoas idosas, é crucial incentivar políticas públicas que promovam a inclusão e a adaptação. Investimentos em infraestrutura acessível, treinamento de pessoal e campanhas de conscientização são passos importantes para garantir que essa parcela da população desfrute plenamente dos benefícios do lazer e do turismo (Garcia *et al.*, 2022).

Em síntese, o lazer e o turismo para a “melhor idade” não são apenas atividades recreativas, são componentes essenciais para uma vida plena e enriquecedora. À medida que a sociedade se adapta para atender às crescentes necessidades dessa população, surgem oportunidades não apenas para os idosos, mas para comunidades e setores econômicos como um todo. Ao reconhecer o potencial transformador dessas atividades, podemos construir um futuro em que o envelhecimento seja não apenas uma fase da vida, mas uma oportunidade contínua para aprender, crescer e explorar (Santos, 2021).

2.2 Turismo de experiência

O turismo de experiência, como abordado por Panosso Neto (2010), destaca-se como uma abordagem inovadora que vai além do simples ato de visitar destinos turísticos. Essa perspectiva busca proporcionar aos viajantes vivências autênticas e significativas, contribuindo para a formação de memórias duradouras. Pine e Gilmore (2015) complementam essa ideia, argumentando que, na contemporaneidade, os consumidores não buscam apenas bens e serviços, mas experiências que possam enriquecer suas vidas. Nesse contexto, o turismo de experiência surge como uma resposta às demandas crescentes por autenticidade, permitindo que os turistas se conectem de forma mais profunda com os destinos que visitam.

A autenticidade, conforme ressaltada por Cohen (2011), é um elemento crucial no turismo de experiência. Os turistas buscam genuinidade cultural e a oportunidade de se envolverem em práticas locais, transcendendo a superficialidade das atrações turísticas tradicionais. Panosso

Netto e Gaeta (2010) complementam essa perspectiva, destacando a importância de atividades que envolvem os aspectos culturais, sociais e emocionais do destino. Dessa forma, o turismo de experiência não se limita à observação de pontos turísticos, mas envolve os turistas em vivências que vão além do óbvio, proporcionando uma compreensão mais profunda da cultura local.

Além disso, Pine e Gilmore (2015) introduzem o conceito de “economia da experiência”, sugerindo que as experiências se tornaram uma forma distintiva de *commodities* na sociedade contemporânea. Nesse contexto, o turismo de experiência não apenas atende às expectativas dos turistas, mas também cria um valor intangível, que vai além do material. Essa abordagem contribui não apenas para a satisfação imediata do turista, assim como para a fidelização a longo prazo.

No entanto, para que o turismo de experiência seja eficaz, é fundamental considerar a personalização das experiências oferecidas. Como destacado por Panosso Netto (2010), a individualização das vivências contribui para uma maior identificação do turista com o destino. Cada viajante é único, e as experiências personalizadas não apenas atendem às expectativas específicas, tanto quanto criam um vínculo emocional mais profundo.

A busca por experiências autênticas está intrinsecamente ligada à preservação cultural e ambiental. Cohen (2011) salienta que, ao valorizar a autenticidade, o turismo de experiência pode desempenhar um papel significativo na conservação do patrimônio cultural e natural dos destinos. A conscientização e o respeito pela identidade local se tornam elementos fundamentais na promoção de um turismo sustentável.

A conectividade digital também desempenha um papel crucial no turismo de experiência contemporâneo. Pine e Gilmore (2015) argumentam que as tecnologias digitais possibilitam a criação de experiências memoráveis e personalizadas, desde a fase de planejamento até o compartilhamento pós-viagem nas redes sociais. A interconexão entre a experiência física e digital contribui para uma experiência turística mais envolvente e integrada. No entanto, é essencial considerar os desafios enfrentados pelo turismo de experiência. A massificação do turismo e a comercialização excessiva podem comprometer a autenticidade das experiências oferecidas. Pine e Gilmore (2015) alertam para a necessidade de equilibrar a demanda turística com a preservação da essência cultural e local.

Assim sendo, o turismo de experiência representa uma abordagem inovadora que vai ao encontro das crescentes expectativas dos turistas por vivências autênticas e significativas. Ao integrar aspectos culturais, sociais, emocionais e tecnológicos, essa abordagem não apenas atende às demandas contemporâneas, bem como desempenha um papel crucial na preservação e na promoção do patrimônio cultural e natural dos destinos.

2.3 Turismo de experiência e a melhor idade

O conceito de turismo de experiência está intrinsecamente relacionado à busca por autenticidade e emoções nas viagens, destacando-se como uma manifestação da sociedade pós-moderna, que valoriza experiências únicas e significativas em detrimento do turismo massificado. Turistas em busca de experiências autênticas desejam não apenas visitar, mas interagir com os destinos, imergir na cultura local, participar de atividades exclusivas e criar memórias inesquecíveis.

Essa abordagem de turismo, que enfatiza valores imateriais, destaca o bem-estar e a qualidade de vida como componentes-chave para os viajantes que almejam experiências autênticas e memoráveis. Os turistas desejam estabelecer conexões profundas com as comunidades locais,

mergulhar nas tradições e histórias de vida, e compartilhar experiências únicas e autênticas. Garcia *et al.* (2022) destacam que essa abordagem transcende o turismo convencional, ao buscar criar lembranças verdadeiramente memoráveis e impactantes na vida dos viajantes.

Estudos recentes no Brasil têm explorado como o turismo de experiência influencia a qualidade de vida da população idosa. O envolvimento ativo em viagens contribui para o bem-estar físico e mental, destacando a importância de criar conexões significativas com as comunidades locais, explorar tradições e criar memórias duradouras (Pezzi e Vianna, 2015; Lima e Almeida, 2019).

O turismo de experiência se tornou uma opção popular para a população idosa, proporcionando uma maneira enriquecedora de aprender, crescer e se conectar com novas culturas e comunidades (Garcia *et al.*, 2022). Lima e Almeida (2019) investigaram os fatores que influenciam a escolha de destinos pelos idosos nesse contexto, destacando que eles valorizam experiências que proporcionem uma compreensão próxima da cultura local e a interação com as comunidades.

Pesquisas de Pereira e Cunha (2018) ressaltam que o turismo de experiência está alinhado ao conceito de envelhecimento ativo, incentivando os idosos a se envolverem em atividades significativas e explorarem novos horizontes. A participação ativa no turismo de experiência demonstra o desejo da população idosa de explorar algo inovador, que ultrapassa os itinerários tradicionais, concentrando-se na criação de memórias duradouras e significativas (Pezzi e Vianna, 2015).

Essa abordagem de viagem para os idosos é uma resposta à busca por vivências que vão além do superficial, proporcionando experiências autênticas e enriquecedoras. À medida que o turismo de experiência continua a evoluir, é essencial adaptar as práticas para atender às necessidades específicas da melhor idade, promovendo um envelhecimento ativo, interativo e memorável para essa crescente parcela da população. Portanto, compreender e promover o turismo de experiência na melhor idade não só contribui para o bem-estar individual, assim como para a construção de sociedades mais inclusivas e enriquecedoras.

Além disso, ao analisar o impacto do turismo de experiência na melhor idade, torna-se evidente que essa abordagem não apenas contribui para a qualidade de vida individual, mas também desempenha um papel crucial no desenvolvimento socioeconômico das comunidades visitadas. Conforme os idosos buscam interações autênticas com as populações locais, participam de atividades culturais e exploram tradições, eles contribuem diretamente para a economia local. Essa interação positiva pode estimular o comércio de produtos e serviços locais, gerando oportunidades de emprego e fortalecendo os laços entre visitantes e residentes.

Ainda, ao considerar as implicações do turismo de experiência para a melhor idade, é fundamental abordar os aspectos psicológicos e emocionais envolvidos. Estudos têm demonstrado que o envolvimento ativo em experiências significativas e desafiadoras pode promover a saúde mental e emocional dos idosos. A criação de memórias duradouras durante viagens enriquecedoras não apenas eleva o estado de ânimo, bem como contribui para a resiliência emocional e para a sensação de propósito, elementos essenciais para o bem-estar psicológico na terceira idade (Garcia *et al.*, 2022).

A acessibilidade e a adaptação das atividades são aspectos críticos ao direcionar o turismo de experiência para a melhor idade. Projetar itinerários e destinos que levem em consideração as necessidades físicas e de mobilidade dos idosos é essencial para garantir uma participação plena

e segura. Essa consideração cuidadosa não apenas proporciona uma experiência mais inclusiva, além de abrir novas oportunidades para os destinos turísticos, tornando-os mais atrativos para a população idosa.

Além disso, a incorporação de tecnologias acessíveis pode desempenhar um papel significativo no aprimoramento da experiência do turista sênior. Ferramentas digitais que facilitam a comunicação, oferecem informações sobre acessibilidade e auxiliam na navegação podem melhorar substancialmente a experiência de viagem para a melhor idade. A integração dessas tecnologias alinha-se não apenas com as expectativas contemporâneas, e até mesmo com a promoção de um turismo mais inclusivo e adaptado às necessidades específicas desse segmento.

Contudo, para que o turismo de experiência na melhor idade alcance seu potencial máximo, é imperativo que os *stakeholders* da indústria do turismo, os governos locais e a sociedade em geral reconheçam a importância de investir em infraestrutura e políticas que promovam a acessibilidade, a sustentabilidade e o respeito à diversidade geracional.

Em suma, o turismo de experiência na melhor idade não apenas enriquece a vida individual dos idosos, bem como ainda contribui para o desenvolvimento das comunidades locais e para a construção de uma sociedade mais inclusiva e intergeracional. À medida que esse segmento ganha destaque, é fundamental continuar a pesquisa e o desenvolvimento de práticas que garantam uma experiência autêntica, acessível e significativa para os viajantes da melhor idade, promovendo uma abordagem de turismo que transcenda as expectativas convencionais.

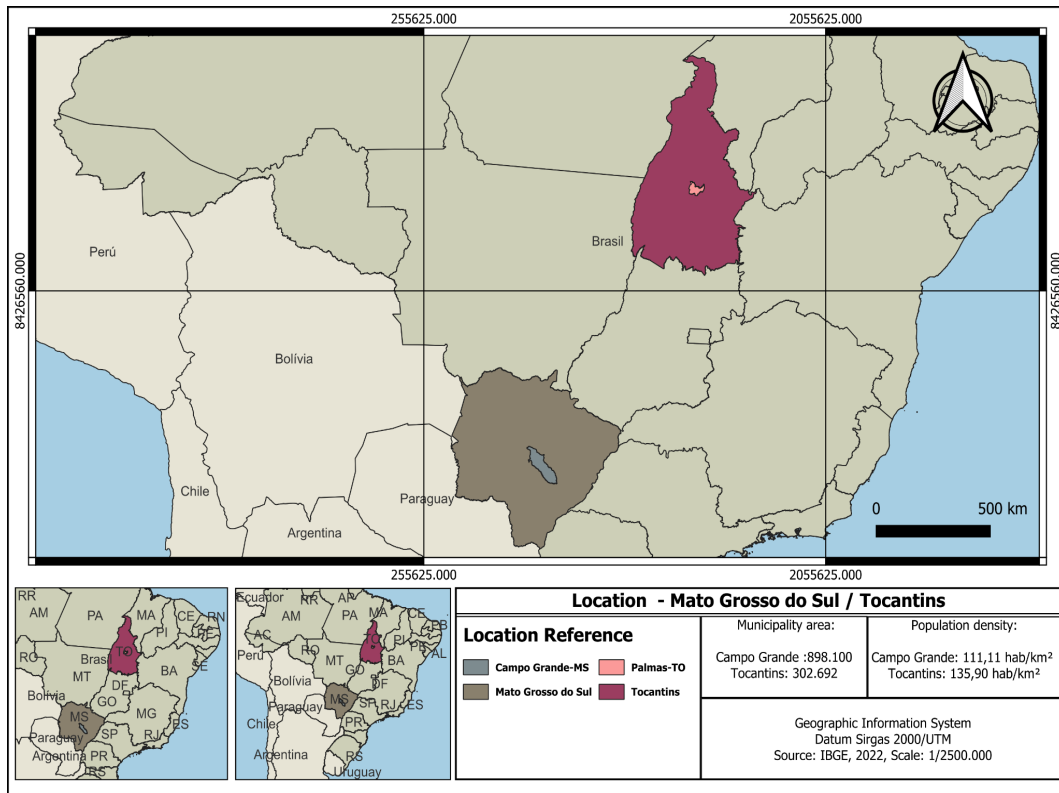
2.4 Universidade da Maturidade (UMA)

A Universidade da Maturidade da Universidade Federal de Tocantins (UMA/UFT) foi criada em fevereiro de 2006 como projeto de extensão e, atualmente, configura-se como o programa de extensão de maior visibilidade na instituição, com ações indissociáveis com o ensino e a pesquisa (Gomes da Costa, 2015).

Com o intuito de expandir essa prática reconhecida como inovação social, foi estabelecido um acordo de cooperação técnica entre a UFT e a Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (Uems). Esse acordo visa implementar o projeto de extensão Universidade da Maturidade da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UMA/Uems), permitindo o uso da Tecnologia Social Universidade da Maturidade, registrada e patenteada, abrangendo sua identidade visual, metodologia, produtos e serviços. A iniciativa tem como foco o desenvolvimento de ações interinstitucionais voltadas à valorização do envelhecimento, à inovação educacional e à inclusão social.

A amplitude desse processo de disseminação pode ser visualizada por meio da representação visual (figura 1) das instituições (UFT e Uems) no território brasileiro, demonstrando o alcance do programa e sua importância como referência em práticas extensionistas inovadoras para o público idoso.

Figura 1 – Distribuição geográfica da Universidade da Maturidade no território brasileiro



Fonte: Elaborado pelos autores (2024).

Nesse sentido, a Uems estabelece uma interlocução entre as diferentes perspectivas em que se situa o envelhecimento e é “chamada a cumprir um papel fundamental para a elaboração de políticas, estratégias e ações baseadas no desenvolvimento humano” (Cachioni; Palma, 2006, p. 1.458).

Essa construção recorre ao Projeto Político Pedagógico (PPP) da UMA/UFT e se destaca ao “oportunizar à comunidade acadêmica o conhecimento acerca do processo de envelhecimento do ser humano, contribuindo na promoção do desenvolvimento das pessoas e provocando transformações sociais que garantam a conquista de uma velhice ativa e digna” (PPP-UMA/UFT, 2023).

Com a formalização do acordo de cooperação técnica entre a UFT e a Uems, a UMA/Uems, vinculada à Unidade Universitária de Campo Grande, foi instituída em 2022. Sua criação resulta de um processo colaborativo e institucional que envolveu servidores docentes, técnicos efetivos e cedidos, discentes, gestores e demais membros da comunidade acadêmica.

Com a implementação do projeto UMA/Uems, pretende-se compreender a percepção dos acadêmicos e das pessoas idosas participantes, por meio de uma escuta direcionada que contemple a universidade existente e a que se almeja construir coletivamente. Essa abordagem visa à formulação de objetivos estratégicos e ações que possam ser ajustadas ao longo de um ano, conforme as necessidades pedagógicas, sociais e econômicas identificadas durante a execução do curso.

A UMA tem como propósito central promover uma abordagem integral, priorizando as dimensões da educação, saúde, esporte, empreendedorismo, lazer, arte e cultura. Dessa forma,

objetiva-se proporcionar aos participantes um desenvolvimento holístico que favoreça a melhoria da qualidade de vida e a valorização da cidadania.

A missão da UMA é promover a educação ao longo da vida, constituindo-se como um espaço privilegiado para práticas pedagógicas intergeracionais e para a pesquisa na área da gerontologia. A instituição prioriza, ainda, o incentivo às áreas de educação, saúde, empreendedorismo, esporte, turismo, lazer, arte e cultura, além de fomentar o engajamento em políticas públicas voltadas às pessoas idosas.

As atividades são indissociáveis e alcançam ensino, pesquisa e extensão, ao passo que as interações entre professor e acadêmico envolvem os conhecimentos de mundo. Ou seja, atividades que evidenciem experiências e que servem para influenciar outras situações de vida dos próprios sujeitos.

2.5 Bioparque Pantanal

O Bioparque Pantanal, também conhecido como Aquário do Pantanal, está entre os principais atrativos do município de Campo Grande. Descrito como o maior aquário de água doce do mundo (5 milhões de litros de água), o local abriga mais de 300 espécies de animais do Pantanal e de outras regiões do mundo. A obra foi idealizada pelo renomado Ruy Otake, sendo inaugurada em março de 2022, com uma estrutura de 21 mil metros quadrados, dividida em seis andares, com centro de convenções, biblioteca, museu (exposições itinerantes), circuito de aquários, laboratórios (água e pesquisa), área externa e mais de 200 tanques para diferentes usos (exposição, pesquisa, conservação, bioeconomia e sustentabilidade). Com isso, o objetivo do Bioparque vai além da contemplação, pois proporciona experiência e conhecimento (Bioparque Pantanal, 2023).

Os pilares que sustentam as ações e os projetos implementados e propostos no Bioparque estão em consonância com as diretrizes e os conceitos modernos de Aquários e Zoológicos do século XXI, pois atendem e vão ao encontro dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU), sendo eles: educação ambiental, pesquisa, conservação, inovação, inclusão e lazer (Sand; Neto de Jesus, 2023; Bioparque Pantanal, 2023).

Desde a sua inauguração, a gestão do Bioparque é realizada pela Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica (Segov), que conta com a participação de diversos órgãos e entidades, de acordo com o Decreto Estadual n. 15.923, de 18 de abril de 2022 (Bioparque Pantanal, 2023). Segundo dados atuais de relatórios internos, o Bioparque está recebendo, em média, 2 mil pessoas por dia, de diversos países, com visitas que podem ser guiadas (acompanhadas por profissionais) e/ou autoguiadas (seguir livremente pelo atrativo).

Diante da magnitude que o complexo turístico Bioparque Pantanal representa e de acordo com a procura e a necessidade crescentes por espaços que acolham o turismo no segmento de pessoas com idade superior a 60 anos, analisa-se, neste trabalho, a oferta das atividades de turismo de lazer e entretenimento proporcionados pela experiência de visita ao Bioparque Pantanal de Campo Grande-MS ao público da melhor idade.

3 MÉTODOS E TÉCNICAS DE PESQUISA

Nesta seção, serão apresentados os métodos e as técnicas de pesquisa, divididos em: procedimentos de coleta de dados e análise de dados.

3.1 Procedimentos de coleta de dados

Todo trabalho acadêmico tem seu ponto de partida na elaboração do referencial teórico, que envolve a pesquisa bibliográfica. De acordo com Gil (1999), essa etapa está relacionada à base teórica da pesquisa e às principais referências que sustentam a produção dos dados. Para isso, foram consultadas fontes bibliográficas em bases de dados renomadas, como SciELO, EBSCO, Periódicos e Catálogo de Teses e Dissertações Capes, abordando os principais temas desta pesquisa, como Lazer e Turismo, Turismo de Experiência e Melhor Idade. Além disso, foi necessário, também, incluir a pesquisa documental, para apresentar dados por meio de documentos do objeto de estudo (UMA), a partir do Projeto Político Pedagógico (PPP) e de relatórios internos e externos do Bioparque Pantanal, com informações relacionadas à história e ao quantitativo de visitantes atualizado.

Esta pesquisa também fez o uso do método descritivo (Lakatos; Marconi, 2017), a fim de expor as características da UMA, com o objetivo de pesquisar a opinião dos alunos(as) sobre sua experiência durante a visita ao Bioparque Pantanal. Para isso, utilizou-se a abordagem qualitativa exploratória. Desse modo, no dia 16 de outubro de 2023, foi aplicado, em dois turnos (matutino e vespertino), um roteiro de entrevista semiestruturada, com perguntas previamente definidas e divididas em três eixos temáticos de análise, conforme o quadro 1.

Quadro 1 – Eixos temáticos de análise

Eixos	Perguntas
Eixo 1: Sentimentos em relação ao atrativo	Quais sentimentos despertaram em você ao conhecer toda a estrutura do Bioparque?
Eixo 2: Experiências aprendidas no passeio	Quais foram as experiências aprendidas no passeio?
Eixo 3a: Avaliação da experiência do visitante e suas expectativas	Para se tornar uma experiência ainda mais marcante, o que poderia ter sido incluído no seu passeio?
Eixo 3b: Avaliação da experiência do visitante e suas expectativas	O que faria você voltar ao Bioparque?
Eixo 3c: Avaliação da experiência do visitante e suas expectativas	Qual atividade gostaria de ter participado, mas que não realizou no Bioparque?

Fonte: Sand e Neto de Jesus (2023), adaptado pelos autores.

A priori, o universo desta pesquisa estava concentrado em todos os alunos(as) com frequência ativa: 49 alunos(as) do turno matutino e 47 alunos(as) do turno vespertino. Contudo, no dia da coleta de dados, participaram da pesquisa 34 alunos(as) do turno matutino e 22 do vespertino. Assim, diante das escolhas e identificação do universo da pesquisa, configura-se a amostragem por conveniência.

Segundo Minayo (2017, p. 4): “[...] a amostra de uma pesquisa qualitativa deve estar vinculada à dimensão do objeto (ou da pergunta) que, por sua vez, se articula com a escolha do grupo ou dos grupos a serem entrevistados e acompanhados por observação participante”.

Nesse sentido, pela escolha da amostragem por conveniência, nem todos(as) os(as) alunos(as) participantes tiveram sua resposta contabilizada, já que 10 alunos(as) do matutino e 6 alunos(as) do vespertino não realizaram a visita ao Bioparque Pantanal e/ou realizaram de forma particular e, assim, não deram continuidade no questionário, no qual a primeira pergunta estava relacionada à visita ou não com o grupo da UMA.

3.2 Análise dos dados

A pesquisa qualitativa se identifica considerando a relação entre o mundo e o sujeito e não pode ser traduzida em números, de modo que as opiniões dos participantes são coletadas, descritas e, conseqüentemente, analisadas. Dessa forma, após a coleta, os dados foram sistematizados e privilegiou-se a análise de dados textuais, apoiando-se no software *Iramuteq*, uma ferramenta poderosa que se tornou popular nos últimos anos por sua capacidade de simplificar e aprimorar a análise de dados textuais.

Esse software é particularmente útil para análise de conteúdo e textual, incluindo análise de textos qualitativos, como entrevistas, questionários abertos, artigos, discursos, entre outros. A análise textual se refere a uma abordagem específica de análise de dados que se concentra na avaliação de material textual transcrito. Esses dados são compostos principalmente de linguagem e, como tal, desempenham um papel fundamental na investigação de pensamentos, crenças e opiniões.

Nesse sentido, a aplicação do software para esta pesquisa envolveu cinco etapas bem definidas:

- 1ª etapa: os dados coletados (resposta dos questionários) foram preparados, analisados e transcritos com codificação de respostas abertas;
- 2ª etapa: os textos foram importados para o software e organizados em *corpus*, ou seja, em eixos temáticos;
- 3ª etapa: os textos foram pré-processados com a remoção de *stop words* (palavras comuns que não são relevantes para a análise), a realização de análise lexicométrica e a criação de estrutura de palavras separadas por eixos;
- 4ª etapa: análise de correspondência textual, a partir da qual foi possível encontrar relações entre palavras, bem como realizar análises para identificar padrões nos textos;
- 5ª etapa: uso do software para fornecer representações visuais, a fim de facilitar a interpretação dos resultados.

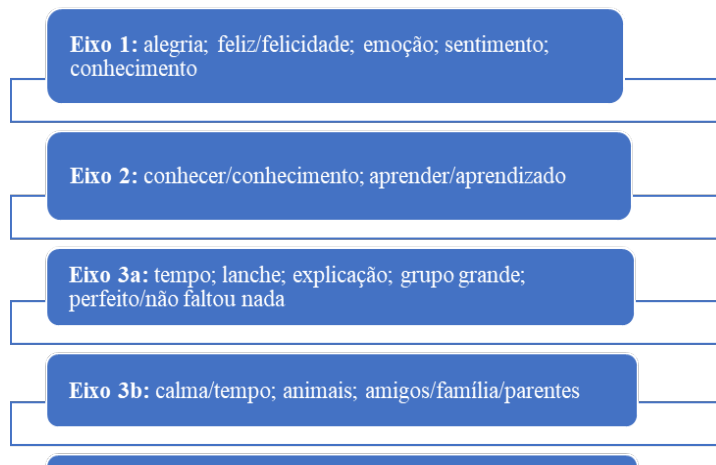
A última fase da análise de dados é composta pela análise de conteúdo de Bardin (2011), que envolve a organização e a sistematização do material textual de forma a identificar temas, padrões, categorias e significados subjacentes. O autor descreve essa metodologia como um processo de “análise sistemática, objetiva e quantitativa do conteúdo manifesto da comunicação”, que busca extrair inferências sobre as mensagens e os significados presentes no texto.

Assim, essa análise irá ajudar a complementar e/ou facilitar a compreensão das etapas 4 e 5 (software *Iramuteq*), por meio das respostas dos eixos temáticos de análise, fazendo o uso da técnica de saturação, que é comumente usada em metodologia de pesquisa, especialmente em estudos qualitativos. A saturação se refere ao ponto em que novos dados já não fornecem informações substancialmente novas ou diferentes em relação ao que já foi coletado. Em outras palavras, a saturação indica que a coleta de dados atingiu um estágio em que a compreensão do tema de pesquisa está bem estabelecida e não há necessidade de coletar mais dados. A pesquisa por saturação ajuda a garantir a qualidade e a profundidade da pesquisa, pois sugere que o pesquisador colete dados até que uma compreensão adequada do problema tenha sido alcançada.

4 RESULTADOS

Após o pré-processamento dos textos e com a remoção de *stop words* (palavras comuns que não são relevantes para a análise), por meio do software *Iramuteq*, foi realizada a análise lexicométrica, que apresenta uma nuvem de palavras, conforme a figura 2.

Figura 2 – Nuvem de palavras



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

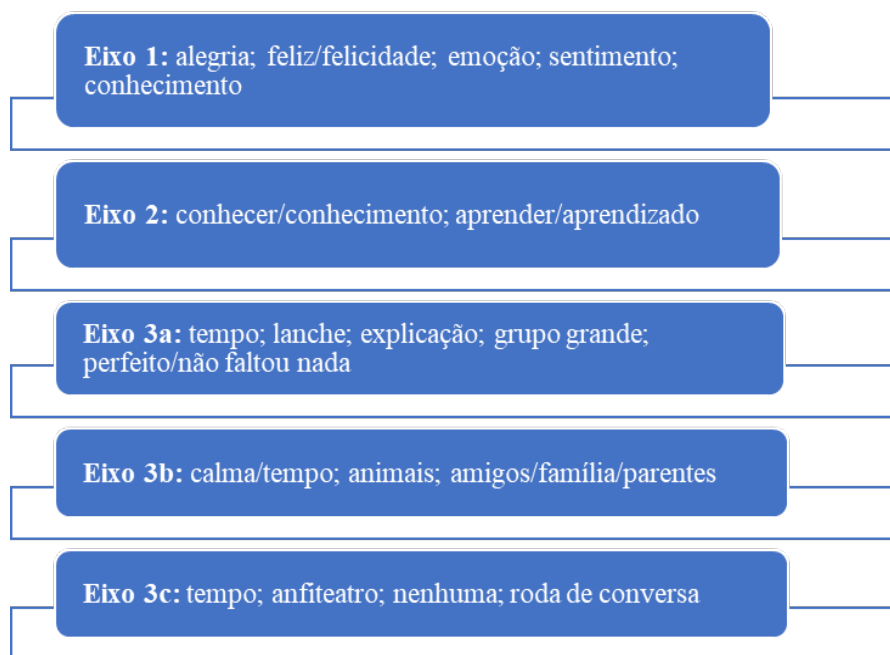
As palavras de maior destaque evidenciam duas situações opostas, nas quais a palavra “tempo” representa uma situação problema e a palavra “conhecimento”, por sua vez, ressaltou o segmento em estudo, turismo de experiência.

No primeiro caso, é importante mencionar que a palavra “tempo” está relacionada com uma experiência negativa vivenciada pelos alunos(as). Ficou claro que essa situação foi causada pelo pouco tempo disponibilizado para a visita. Mesmo sendo uma visita guiada (acompanhada por profissionais do turismo e/ou da biologia) personalizada, ou seja, com uma maior disponibilidade de tempo e atenção, a experiência poderia ser melhor. No entanto, minimizar esse impacto negativo é um tanto difícil, visto que a visita ocorreu em grandes grupos e essa gestão depende principalmente do comprometimento e colaboração de todos(as) os alunos(as), já que há uma dispersão muito grande diante do deslumbramento e tamanho do local. Contudo, geralmente, o público da melhor idade exige de uma atenção maior em relação ao suporte, como no caso do apoio nos espaços turísticos.

O segundo caso ressalta que o Bioparque Pantanal é mais do que uma infraestrutura (complexo) imponente e vai além da contemplação, pois agrega experiências e conhecimento. Nesse contexto, a visita ao atrativo transcende os conceitos de turismo de experiência, já que vai além da contemplação passiva do atrativo, das sensações ímpares e das experiências memoráveis. Assim, acredita-se que quanto mais tempo durar a visita e quanto mais informação, no sentido de atender às necessidades e expectativas dos visitantes, maior será o grau de diferenciação e, conseqüentemente, da valorização da experiência.

Com a execução da análise de correspondência textual, foi possível encontrar relações entre palavras contidas nos eixos temáticos, bem como realizar análises para identificar padrões nos textos, conforme a figura 3.

Figura 3 – Respostas aos eixos temáticos de análise



Fonte: Elaborado pelos autores (2023).

Como é possível observar, a presente análise está estruturada a partir de três eixos temáticos, os quais orientam a reflexão sobre as experiências vivenciadas pelos alunos(as) durante a atividade. O primeiro eixo aborda os sentimentos despertados em relação ao atrativo turístico, buscando compreender as emoções, as percepções sensoriais e os vínculos afetivos estabelecidos com o espaço visitado. O segundo eixo refere-se às experiências aprendidas ao longo do percurso, considerando os saberes adquiridos por meio da observação, da interação e da contextualização prática dos conteúdos teóricos. Por fim, o terceiro eixo concentra-se na avaliação da experiência do visitante, com ênfase na identificação de expectativas iniciais, níveis de satisfação e sugestões de aprimoramento, de modo a contribuir com a qualificação dos serviços e com o fortalecimento da experiência turística como instrumento pedagógico e formativo.

Eixo 1: Sentimentos em relação ao atrativo

Nesse eixo, foram despertados os sentimentos aguçados que os turistas vivenciam em face de experiências turísticas memoráveis: “emoção, alegria, felicidade e sentimento”.

Prova disso, são os resultados obtidos das experiências vivenciadas no Bioparque Pantanal, a partir do questionamento do eixo 1 apresentado pelos alunos(as):

[...] Foi uma experiência ímpar, pois acrescentou muito ao meu conhecimento. Além disso, tive a oportunidade de conhecer pessoas incríveis (guias e outros visitantes) e trocar ideias valiosas. Essa vivência certame^{nte} contribuirá para meu crescimento pessoal e profissional.
[...] Orgulho de termos em nossa cidade um atrativo fantástico que proporciona experiências maravilhosas.

A partir disso, segundo Sand e Neto de Jesus (2023), o foco do turismo de experiência está voltado para entregar serviços que proporcionem uma experiência ao consumidor, com atividades que estimulem os sentidos, os sentimentos e a mente.

Eixo 2: Experiências aprendidas no passeio

Nesse eixo, destacamos a criação e o compartilhamento de conhecimento dentro das organizações, atribuídos ao processo de aprendizagem. Assim, essa abordagem acredita que os atrativos turísticos e seus colaboradores têm um papel ativo e importante no processo de aprendizagem de seus visitantes.

A partir disso, foi possível confirmar tais afirmações, por meio dos resultados obtidos do questionamento do eixo 2 apresentado pelos alunos(as):

[...] Experienciar é de fato a melhor coisa a se fazer para adquirir uma boa aprendizagem.

[...] Aprendizagem de um mundo aquático cheio de flora e fauna, que representam a natureza brasileira.

[...] Conhecer um aquário grande e com tantos animais foi uma experiência maravilhosa.

Assim, diante dos relatos, as vivências em atrativos turísticos são elementos sinérgicos, com grande importância social, emocional e ambiental, pois conseguem unir o aprendizado de forma divertida e, ao mesmo tempo, são emocionalmente envolventes (Correia; Dolnicar, 2021).

Eixo 3a: Avaliação da experiência do visitante e suas expectativas

É por meio das avaliações dos visitantes que a gestão de um atrativo pode melhorar seus serviços, principalmente no caso do turismo, em que a busca pelo aperfeiçoamento das estratégias é contínua, visando garantir as expectativas dos visitantes. De fato, o turismo envolve a fantasia e a expectativa de novas e diferentes experiências que, geralmente, divergem daquelas encontradas na vida cotidiana, como podemos observar no questionamento do eixo 3a apresentado pelos alunos(as):

[...] Gostei da experiência, não tinha gerado muitas expectativas em relação ao passeio.

[...] Creio que para tornar a experiência mais marcante seria mais visita nesse para aprender mais sobre essa maravilha.

[...] Foi ótimo, tive uma experiência única, interessante.

A partir do momento que um atrativo/espço é administrado pelo poder público, o mínimo que se espera é que ele tenha totais condições estruturais para receber qualquer tipo de pessoa. Assim, a inclusão está em destaque no Bioparque, que aprimora constantemente as atrações, com um atendimento humanizado e acessível, de acordo com o *slogan*: “Bioparque para todos – iguais na diferença” (Bioparque Pantanal, 2023).

Eixo 3b: Avaliação da experiência do visitante e suas expectativas

A avaliação da experiência do visitante, sob a ótica da celeridade na condução da visita, permite identificar como o ritmo das atividades impacta a percepção de qualidade e aproveitamento do percurso. A rapidez com que os conteúdos são apresentados pode influenciar diretamente o nível de satisfação e o atendimento às expectativas individuais.

De fato, se a qualidade do produto e serviço corresponder às expectativas do turista, este ficará satisfeito e terá atitudes positivas sobre a sua experiência. O domínio pessoal alimenta as motivações e expectativas para futuras experiências. Nesse sentido, os alunos(as) avaliam o eixo 3b:

[...] Todas as vezes que a gente retorna, tem uma nova experiência para acrescentar.

[...] Rever algo que não deu tempo, cada passeio é uma nova experiência. No Bioparque, cada visita revela novas descobertas e aprendizados. A interação com os animais e a observação de seus comportamentos naturais proporcionam momentos únicos e inesquecíveis, enriquecendo ainda mais o conhecimento e a apreciação pela natureza.

Nesse sentido, também é importante que a experiência seja holística e integrada, de modo que diferentes produtos e serviços sejam entregues em uma mesma experiência, ativando o maior número de sentidos e sentimentos possível (Sebrae, 2015).

Eixo 3c: avaliação da experiência do visitante e suas expectativas

A experiência também pode ser afetada pelas expectativas e ideias preconcebidas que um turista pode ter antes da sua visita a um destino. Isso engloba todos os elementos da experiência turística, como o conhecimento, a memória, a expectativa, a satisfação/insatisfação. Essas experiências turísticas são influenciadas pelas expectativas e pelos acontecimentos e se mantêm ou se constroem nas memórias individuais, formando, desse modo, a base para novas expectativas e preferências, principalmente com relação às visitas guiadas em grupos, que impediram que os alunos(as) tivessem adquirido mais conhecimento, como podemos observar no questionamento do eixo 3c:

[...] Bom, no dia da visita, tivemos que seguir o cronograma que nos foi ofertado, não consegui vislumbrar outra atividade. Mas irei novamente sozinha e talvez consiga ver algo que eu queira que seja incluído. Visitar o Bioparque em um grupo grande pode ser desafiador, pois o tempo é limitado e é difícil atender aos interesses de todos. Uma visita individual permitirá explorar com mais calma e aproveitar melhor as atrações que o Bioparque oferece.

Zhou (2020) corrobora o relato, observando que há uma série de fatores no sistema de serviços de aquários que influencia a empatia dos visitantes, incluindo a densidade de visitantes, métodos de movimentação, expressão de informações, pontos de contato indesejáveis do serviço, motivação e companhia dos visitantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A população idosa, muitas vezes referida como a “melhor idade”, está vivenciando um aumento notável na expectativa de vida e na disposição para viajar. A aposentadoria proporciona mais tempo livre, recursos financeiros e motivação para explorar o mundo. Esse grupo de viajantes apresenta características distintas, incluindo a busca por experiências que contribuam para o enriquecimento pessoal, emocional e cultural.

À medida que novas gerações de idosos se tornam viajantes ávidos, há uma necessidade crescente de pesquisas adicionais para entender melhor suas motivações e preferências. Isso permitirá a criação de experiências de lazer e turismo mais relevantes e significativas para atender a essa população diversificada e em constante mudança.

Nesse sentido, a visita de alunos(as) da Universidade da Maturidade da Uems ao Bioparque Pantanal proporcionou experiências únicas, satisfatórias e carregadas de sentimentos, diante da imponência da estrutura e da diversidade ambiental. Assim, podemos afirmar que os objetivos propostos por esse artigo foram alcançados, já que os(as) alunos(as) inseridos(as) nessa atividade puderam vivenciar essa experiência turística que fugiu da rotina diária.

Por fim, o tema é aqui tratado a fim que contribuir como fonte de conhecimento e de pesquisa à sociedade e aos demais estudantes, mas também se sugere que outros(as) acadêmicos(as) na área em questão deem continuidade ao tema, uma vez que essa é uma área que passa por constantes mudanças e necessita de atualizações.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, J. V. *Turismo fundamentos e dimensões*. 8. ed. São Paulo: Ática, 2014.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.

BIOPARQUE PANTANAL. *Portal da Fundação de Turismo de MS*, Campo Grande, MS, 16 mar. 2023. Disponível em: <https://www.turismo.ms.gov.br/o-pantanal-de-ms-e-bioparque-pantanal-estao-na-lista-anual-da-revista-time-o-worlds-greatest-places-2023/> Acesso em: 6 jun. 2023.

CACHIONI, M.; PALMA, L. S. Educação Permanente: perspectiva para o trabalho educacional com o adulto maduro e o idoso. In: FREITAS, E. V. et al. *Tratado de geriatria e gerontologia*. 2. ed. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2006. p. 1456–66.

COHEN, E. Autenticidade e turismo cultural. *Annals of Tourism Research*, Reino Unido, v. 38, n. 2, p. 513–29, 2011.

CORREIA, A.; DOLNICAR, S. Using wildfire tourism to promote environmental behaviour change – contributions by Karen Hughes and Jan Packer. *Women's voices in tourism research*, Australian: University of Queensland, 2021. p. 306–9.

GARCIA, D. S. et al. Turismo de experiência: compondo significados, memórias e recordações de Campo Grande, Mato Grosso do Sul, Brasil. *Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR*, Penedo, v. 12, n. 2, p. 146–64, 2022.

GIL, A. C. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES DA COSTA, S. Q. B. *A Educação Intergeracional como Tecnologia Social: uma vivência no âmbito da Universidade da Maturidade – UFT*. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Tocantins, Campus Universitário de Palmas, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA [IBGE]. População idosa no Brasil. *Boletim Informativo* 2019, jun. 2019. Disponível em <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 8 maio 2023.

LAKATOS, E.; M, MARCONI, M. A. *Técnicas de Pesquisa*. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

LIMA, R. F.; ALMEIDA, L. S. Turismo de experiência na terceira idade: um estudo sobre os fatores de influência na escolha de destinos. *Revista Brasileira de Turismo*, São Paulo, v. 13, n. 1, p. 123–38, 2019.

MINAYO, M. C. S. Amostragem e saturação em pesquisa qualitativa: consensos e controvérsias. *Revista Pesquisa Qualitativa*, São Paulo, v. 5, n. 7, p. 1–12, abr. 2017.

OLIVEIRA, J. R. Turismo sênior: vivências e experiências de idosos em viagens de grupo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE TURISMO, 11., nov. 2020, São Luís. *Anais [...]*. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, 2020. p. 120–35.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS [ONU]. População da terceira idade deverá duplicar até 2050 ultrapassando 1,5 bilhão. *Portal da ONU*, [s.l.], out. 2020. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/10/1728162>. Acesso em: 22 jul. 2023.

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. *Turismo de experiência*. São Paulo: Senac, 20 set. 2010.

PEREIRA, C. M.; CUNHA, L. A. *Turismo de experiência e envelhecimento ativo: contribuições para a qualidade de vida na terceira idade*. In: ENCONTRO NACIONAL DE TURISMO CULTURAL, [s.l.]: Anais [...]. [s.l.]: [s.n.], 2018. p. 45–58.

PEZZI, E.; VIANNA, S. L. G. A experiência turística e o turismo de experiência: um estudo sobre as dimensões da experiência memorável. *Revista Turismo em análise*, São Paulo, v. 26, n.1, p. 165-187, jan./abr. 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v26i1p165-187>

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. Experiências autênticas: natureza e implicações. *Journal of Consumer Research*, Chicago, v. 42, n. 5, p. 694–6, 2015.

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL [UEMS]. *Projeto Político Pedagógico do Projeto de Extensão Universidade da Maturidade da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (UMA/UEMS)*, Linhas Norteadoras nas Tecnologias Sociais: Envelhecimento da população; Educação em saúde; Relacionamentos intergeracionais; Educação intergeracional. Campo Grande, MS: UEMS, 2023.

UNIVERSIDADE DA MATURIDADE [UMA]. Projeto político-pedagógico. Universidade da Maturidade/UMA/UFT. Palmas, TO: UFT, 2023.

SANTOS, C. D. Desafios e oportunidades do turismo para a melhor idade: uma perspectiva atualizada. *Journal of Aging Studies*, Missouri, n. 45, p. 78–92, 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS [SEBRAE]. *Turismo de Experiência*. Recife: Sebrae, 2015.

SAND, T. V. D.; NETO DE JESUS, D. L. Bioparque Pantanal: um convite ao turismo de experiência em Campo Grande-MS. In: GARCIA, D. S.; NETO DE JESUS, D. L.; MARTINS, P. C. S. (Org.). *Gestão de Turismo: uma visão sistêmica regional*. Campo Grande, MS: Editora Ecodidática, 2023.

ZHU, J. The emotion toward the ocean – designing for visitors' empathic experience in SEALIFE Helsinki aquarium. Finland: Aalto University School of Arts, Design and Architecture, 2020.

Sobre os autores:

Rodrigo Hakira Minohara: Doutorado e mestrado em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí (Univali). Pós-graduação em nível de especialização em Turismo: Planejamento, Gestão e Marketing pela Univali. Graduação em Turismo pelo Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran). Tecnólogo em Gastronomia pela Unicesumar. Professor efetivo e coordenador adjunto no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo na Universidade Regional do Cariri (Urca). Coordenador da Empresa Júnior de Consultoria em Economia (Ejucec) e integrante do grupo de pesquisa Turismo, Identidade Territorial e Sustentabilidade. **E-mail:** rodrigominohara@gmail.com, **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-1426-4475>

Djanires Lageano Neto de Jesus: Pós-doutorando em Gerontologia pela Universidade Católica de Brasília. Pós-doutorado em Educação pela Universidade Católica Dom Bosco (UCDB). Doutorado em Geografia (Linha de Pesquisa Produção e Transformação do Espaço Urbano-Regional) pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). Mestrado em Geografia (Linha de Pesquisa em Desenvolvimento Regional) pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Graduação em Administração e Pedagogia pelo Centro Universitário da Grande Dourados (Unigran) e em Turismo pela UCDB. Professor Associado – Nível V, professor do quadro permanente do Mestrado

Profissional em Educação e coordenador-geral da Tecnologia Social da Universidade da Maturidade (UMA) na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (Uems). Pesquisador do Grupo de Pesquisa em Educação, Cultura e Diversidade, e do Grupo Geofrontter, ambos da Uems. Membro do Grupo de Estudos e Pesquisas em Formação, Trabalho e Bem-estar Docente da UCDB (Gebem/UCDB).

E-mail: netoms@uems.br, **Orcid:** <https://orcid.org/0000-0002-1434-5080>

Cristiane Melo Moraes: Graduada em Turismo pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul (Uems). **E-mail:** crismelomoraes@gmail.com, **Orcid:** <https://orcid.org/0009-0002-4893-8834>