UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS

FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA

HELOÍSA FRANCHEO SAUÁ

CLUB MED RIO DAS PEDRAS – RJ UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS VERTENTES DO LAZER E A PARTICIPAÇÃO DO GENTIL ORGANIZADOR COMO ANIMADOR SÓCIO CULTURAL

Campinas

2010

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS (UNICAMP)

FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA (FEF)

HELOÍSA FRANCHEO SAUÁ

CLUB MED RIO DAS PEDRAS - RJ: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS VERTENTES DO LAZER E A PARTICIPAÇÃO DO GENTIL ORGANIZADOR COMO ANIMADOR SÓCIO CULTURAL

Trabalho de conclusão do curso de graduação apresentado à Faculdade de Educação Física da Universidade Estadual de Campinas para obtenção do título de Bacharel em Educação Física.

Orientador: Prof. Dr. Sérgio Stucchi

Campinas

Novembro 2010

UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS (UNICAMP)

FACULDADE DE EDUCAÇÃO FÍSICA (FEF)

HELOÍSA FRANCHEO SAUÁ

CLUB MED RIO DAS PEDRAS - RJ: UM ESTUDO DE CASO SOBRE AS VERTENTES DO LAZER E A PARTICIPAÇÃO DO GENTIL ORGANIZADOR COMO ANIMADOR SÓCIO CULTURAL

Este exemplar corresponde à redação final do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação defendido por Heloísa Francheo Sauá e aprovado pela comissão julgadora em: __/__/__

_____

Prof. Dr. Sérgio Stucchi
Orientador

_____

Profa. Ms. Olívia C. F. Ribeiro
Banca

Campinas

Novembro 2010

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA FEF – UNICAMP

Sa85c

Sauá, Heloisa Francheo.
Club Med Rio das Pedras – RJ: um estudo de caso sobre as vertentes do lazer e a participação do gentil organizador como animador sócio cultural / Heloisa Francheo Sauá. - Campinas, SP: [s.n], 2010.

Orientador: Sérgio Stucchi.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Faculdade de Educação Física, Universidade Estadual de Campinas.

1. Club Med Rio das Pedras (RJ). 2. Animador cultural. 3. Lazer. 4. Turismo. I. Stucchi, Sérgio. II. Universidade Estadual de Campinas, Faculdade de Educação Física. III. Título.

asm/fef

Título em inglês: Club Med Rio das Pedras – RJ: a case study about sheds and leisures participation gentle organizer as sócio cultural animator.
Palavras-chaves em inglês (Keywords): Club Med. Sócio cultural animator. Leisure. Tourism
Data da defesa: 30/11/2010.

Dedico este trabalho as pessoas mais importantes da minha vida.

Antonio Jorge, Maria Regina, Carolina e Beatriz.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e a Virgem Maria, por nunca me desampararem, e por todas as conquistas que tenho alcançado durante todos estes anos.

Aos meus pais, *Antonio Jorge* e *Maria Regina*, por todo amor, carinho e cuidado. Sem eles sem dúvida, eu não teria chegado até aqui. Obrigada por confiarem em mim e por serem meus grandes exemplo. Eles são os responsáveis pelo meu sucesso. Amo-os do fundo do meu coração. ♥

A minha avó, *Carolina*, por me ensinar da maneira mais simples e pura o que é o amor. Com certeza tudo que eu escrevo não define o que eu sinto por ela. Nosso amor está acima de tudo e todos. A mesma praça, o mesmo banco, as mesmas flores, o mesmo jardim... ♥

A minha irmã *Beatriz*, por me ajudar em todos os momentos, e por estar comigo desde que nasci. Por todos os planos que não deram certo e todas as coisas engraçadas que já fizemos. E aí, passou? ♥

Topenino, Bruce, Turan e Antum e Abdalla meus amores! ♥

Ao professor *Sérgio Stucchi* por toda orientação e amizade durante esses cinco anos de graduação. Obrigada!

A professora Olívia por todo apoio e ajuda!

A todos os amigos e colegas que fiz durante esses cinco anos de Unicamp e a minha sala, 06 noturno. Em especial aos amigos: *Pedro*, *Jú*, *Agostinho*, Bianca, *Dú Frattini*, *Mari Morão*, *Marcelão* e *Thiago Mariano*.

Ao *Seu Antonio* e sua van. Se não fosse ele, não seria tão pontual como fui!

A empresa Forma Turismo, por me proporcionar diversas e incríveis oportunidades profissionais. Graças a vocês tive a chance de conhecer e me aprofundar neste que é a matéria prima deste meu trabalho.

Ao professor *Paulo de Matos Jr.*, por todo aprendizado e confiança durante este ano.

Aos amigos de Imaculada, que mesmo longe estão sempre presentes!

E a todos que direta ou indiretamente me auxiliaram na construção deste trabalho.

Meu mais sincero: MUITO OBRIGADA!

Heloísa

SAUÁ, Heloísa F. **Club Med Rio Das Pedras - RJ: Um Estudo de Caso Sobre as Vertentes do Lazer e a Participação do Gentil Organizador como Animador Sócio Cultural**. 2010. 54f. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação – Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

RESUMO

Essa monografia compreende um estudo de caso sobre o resort *Club Med*, mais especificamente a unidade Rio das Pedras, localizada na cidade de Mangaratiba á 120 km do sul da capital do estado do Rio de Janeiro. Tive como objetivo conceituar lazer e suas vertentes, e relacionar os conteúdos culturais do mesmo com seu oferecimento por parte do *village*. Parte desta pesquisa visou apontar a formação cultural e pessoal que baseia o trabalho de um animador sócio cultural, denominado Gentil Organizador (GO), que executa um trabalho relevante no campo do lazer nos *villages* da rede Club Med. Está presente também definições sobre turismo, e lazer a fim de esclarecer a compreensão do leitor.

Palavras-Chaves: Club Med; Animador Sócio Cultural; Lazer; Turismo.

SAUÁ, Heloísa F. **Club Med Rio Das Pedras - RJ: A Case Study About Sheds and Leisure Participation Gentle Organizer as Socio-Cultural Animator 2010.** 54f. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação – Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2010.

ABSTRACT

This monograph includes a case study on the Club Med resort, more specifically the unit Rio das Pedras, located in the city of Mangaratiba will be 120 km south of the state capital of Rio de Janeiro. I aim to conceptualize leisure and its variations, and relate the cultural content of the same with its offer by the Village. Part of this research aims to point out cultural and personnel based on the work of a socio-cultural animator, called Gentle Organizer (GO), which performs an important job in the field of leisure in Club Med villages of the network. Is also present definitions of tourism and leisure in order to clarify the reader's understanding.

Key Words: Club Med; Socio Cultural Animator; Leisure; Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Mapa De Localização. – Retirada do Site: www.clubmed.com	23
Figura 2 -	Praia. – Foto tirada em: 07/10/2010.	23
Figura 3 -	Vista aérea do v*illage* Rio Das Pedras. - Retirada do Site: www.clubmed.com	23
Figura 4 -	Apartamento Standard do *village* Rio das Pedras. - Retirada do Site: www.clubmed.com	24
Figura 5 -	Mapa do *village* Rio Das Pedras. Foto tirada em: 05/10/2010.	25
Figura 6 -	Legenda do Mapa do v*illage*. Foto tirada em: 05/10/2010.	25
Figura 7 -	Planta do espaço Club Med Business. Foto tirada em: 07/10/2010.	28
Figura 8 -	Piscina Principal do *village*. - Retirada do Site: www.clubmed.com	36
Figura 9 -	Prática de Caiaque por G.M.s. Foto tirada em: 06/10/2010.	37
Figura 10 -	Estrutura de vôlei de areia na praia do *village*. Foto tirada em: 09/10/2010.	38
Figura 11 -	Quadras de Tênis de Campo. Foto tirada em: 07/10/2010.	38
Figura 12 -	Academia de Musculação. Foto tirada em: 07/10/2010.	39
Figura 13 -	Quadra Coberta de Tênis de Campo. Foto tirada em: 07/10/2010.	39
Figura 14 -	Ginásio Poli Esportivo. Foto tirada em: 07/10/2010.	40
Figura 15 -	Mesas para a prática do Tênis de Mesa. Foto tirada em: 08/10/2010.	40

Observação: Figuras: 2, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14 e 15 foram tiradas pela autora.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 -	Quantidade de *Resorts* em cada região do Brasil.	20
Quadro 2 -	Características dos profissionais da área.	45

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

GO	Gentil Organizador
GM	Gentil Membro
GE	Gentil Empregado
FEF	Faculdade de Educação Física
ABIH	Associação Brasileira da Indústria Hoteleira
UNICAMP	Universidade Estadual de Campinas

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO……... 13

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS..... 16

1. CARACTERIZAÇÃO DE RESORT..... 18
1.1 O *VILLAGE* RIO DAS PEDRAS – MANGARATIBA/RJ 22

2. DEFINIÇÕES BÁSICAS DE LAZER..... 29
2.1 O LAZER E A RECREAÇÃO NA HOTELARIA.....31
2.2 APROFUNDAMENTOS SOBRE OS CONTEÚDOS CULTURAIS DO LAZER PRESENTES NO CLUB MED RIO DAS PEDRAS..... 35

3. O PERFIL DO ANIMADOR SÓCIO CULTURAL E AS CARACTERÍSTICAS DE MERCADO.....43
3.1 O ANIMADOR SÓCIO CULTURAL ENQUANTO GENTIL ORGANIZADOR.....46

CONCLUSÃO…….....50

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....52

INTRODUÇÃO

Para podermos especificar o equipamento de lazer, denominado *Club Med*, devemos primeiramente conceituar o que se compreende sobre *resort*. Segundo TRIGO (2003, p.80): *"*O nome resort refere-se a hotel de lazer, em português, um equipamento hoteleiro com várias instalações e equipamentos destinados ao conforto e lazer do hóspede.*"*

Já PIMENTEL (2003, p.97) caracteriza *resort* de uma maneira bem prática:

> Resort é entendido como hotel de lazer dotado de uma excelente infra-estrutura e segurança onde é possível o contato direto com a natureza e possibilidade de usufruir várias opções de repouso, entretenimento e aprendizagem cultural para todas as idades

Em comparação com essa definição de resort, a marca *Club Mediterranê*, criada em 1950 pelo belga Gérard Blitz, campeão internacional de pólo aquático, como uma associação sem fins lucrativos, tinha como proposta ajudar as pessoas a esquecerem a depressão e a fome do pós guerra e também desenvolver o corpo pelas atividades físicas e esportivas. Para isso, idealizou um clube de esportes sem limitações e obrigações de hierarquia, onde o primordial era o espírito de equipe e as palavras de ordem fossem: competição, lealdade, energia, perseverança e decisão.

Na atualidade, o objetivo principal da rede é disponibilizar ao Gentil Membro (G.M), que significa hóspede no sistema de nomenclatura própria da rede, uma ampla oferta de atividades culturais e alta gastronomia, além do contato com a natureza e a troca de experiências culturais. A rede afirma através do *site Club Med Jobs*, que seus valores principais são: multiculturalismo, liberdade, amabilidade, responsabilidade e pioneirismo.

No mundo existem, especificamente, 80 *villages* (como é chamado cada hotel da rede), espalhados por mais de 40 países. No Brasil, contamos com três unidades: Rio das Pedras, Itaparica e Trancoso. Anualmente, a rede recebe em média 1,3 milhões hóspedes, e conta com mais de 25.000 funcionários.

Em específico, a unidade Rio das Pedras oferece ao G.M uma extensa e ampla oferta de equipamentos, que compreendem quadras de tênis, squash, vôlei de praia, campo de futebol, arco e flecha, salão de jogos, boates, bares, restaurantes, fitness center, sauna seca e a vapor, atividades náuticas, passeios de escuna e mini club para categorias infantis. Os equipamentos se dividem em duas nomenclaturas ou classificação que são: específico de lazer e não-específico (MARCELLINO, 1996). Segundo as características físicas dos equipamentos, seu oferecimento e sua demanda, e adotando a nomenclatura e a classificação empregadas por Camargo (1985), estes aparecem como específicos e não-específicos aos objetivos a que se destinam, geralmente sob comando de alguma instituição, organização ou grupo social. As organizações que oferecem o equipamento podem ser públicas, privadas ou mistas.

Segundo Marcellino (1996), os espaços especialmente concebidos para a prática das várias atividades de lazer, são chamados de equipamentos específicos**.** Existem também os equipamentos não-específicos que segundo Marcellino (1996) e Turini (2001), significa um ambiente que foi planejado e construído para uma determinada finalidade específica, que não o lazer, mas que pode ter a sua apropriação ampliada para outras atividades, sendo entendido então um espaço possível de fruição do lazer em momentos do tempo de nossa existência pessoal e de nossas interações sociais. Seguindo essas definições, podemos afirmar então que os *villages* da rede Club Med são equipamentos específicos de lazer.

Como sabemos, os equipamentos de lazer devem ser trabalhados por um profissional da área, ou seja: um animador sócio cultural, que na filosofia da rede, é denominado como Gentil Organizador (G.O). Eles são os responsáveis pelos esportes e outros conteúdos do lazer, além de ser ferramenta principal na mediação da interação

entre todos. Cada G.O é proveniente de um país, fazendo com que a interação G.O/G.M seja uma troca de culturas e experiências diferentes, desde a gastronomia até a linguagem. Os G.Os têm como característica principal duas qualidades: a capacidade de se adaptar a novas pessoas e novas culturas e a de ousar e agir para satisfazer o cliente. Porém, para especificar sua formação e os valores a serem adquiridos pelos G.Os pretendo expor nos capítulos a seguir, contextualizações e definições deste tipo de animador sócio cultural, através de minhas vivências pessoais e pesquisas literárias.

Além dos G.Os e G.M.s, a rede também disponibiliza uma grande gama de profissionais denominados Gentis Empregados, em francês, “employé”. Eles não são considerados G.Os, por não morarem no village. São profissionais residentes no município ou nas proximidades em que se localiza a unidade. Ocupam funções como: manutenção, jardinagem, empregados de cozinha, camareiras e limpeza. Segundo o *site Club Med Jobs:* “Tornar-se G.E. é assegurar ao cliente um conforto a toda a prova. Verdadeiros especialistas técnicos demonstram o respectivo profissionalismo através do rigor e aptidão para entenderem as necessidades do cliente.”

Se anteriormente, as pessoas procuravam o Club Med para esquecer a tristeza do pós guerra e minimizar a fome, hoje essas pessoas procuram outros objetivos, além destes.Vivemos em outro contexto histórico da década de 50, e com certeza as necessidades biológicas são iguais (descanso, saúde e alimentação), porém, a necessidade de consumo é totalmente diferente. Hoje em dia, o consumidor procura não só suprir suas necessidades físicas e biológicas, mas visa suprir suas necessidades consumistas. Freqüentar um resort de alto nível como o Club Med, em que as diárias têm valor altíssimo, é considerado por muitas pessoas como um fator de status perante a sociedade. Ou seja, além de descanso, divertimento e gastronomia, se hospedar nos hotéis da rede, gera um status ao hóspede.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O MÉTODO

A monografia denominada “Club Med Rio Das Pedras- RJ: Um Estudo de Caso Sobre as Vertentes do Lazer e a Participação do Gentil Organizador como Animador Sócio Cultural”, como descrito no próprio título, terá como base principal, o procedimento denominado “Estudo de Caso”. Para VERGARA (1990):

> Esta metodologia constitui um “estudo circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo em um país. Tem caráter de profundidade e detalhadamente, pode ou não ser realizado em campo.

Já, para YIN (2001):

> Um estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto estão claramente definidos.

O autor cita três passos iniciais para que se inicie o procedimento denominado “estudo de caso”. São eles: o tipo de problema, o controle que o pesquisador possui sobre o fato e a comparação entre o evento contemporâneo e o histórico. A partir de sua definição, YIN (2001) divide o estudo de caso em três linhas diferentes: o descritivo, interpretativo e avaliativo.

A TÉCNICA

Para a realização da monografia, o estudo de caso denominado interpretativo contempla em plenitude o que pretendo abranger nesse estudo, que foi fazer uma interpretação e contextualização do lazer em síntese presente no Club Med Rio das Pedras.

Utilizei instrumentos que me facilitaram o processo investigatório, a fim de cumprir o objetivo desejado. Realizei análises documentais e observações do ambiente.

Durante minha visita ao *village*, utilizei a técnica da observação sistemática para a coleta de dados e informações para detalhamento deste trabalho. Esta estratégia que se caracteriza por ser ordenada se realiza em condições controladas para responder a propósitos anteriormente definidos, ao contrário da observação assistemática.

1. CARACTERIZAÇÃO DE RESORT

Segundo a Associação Brasileira de Resorts, a origem da palavra *Resort* vem do francês *ressor tir,* que em sua tradução significa amplitude de opções. Outros autores defendem que o termo tem origem inglesa, este que era utilizado para designar estâncias de férias.

Este termo, na língua portuguesa, significa um empreendimento hoteleiro de alto padrão em estrutura, alimentação e serviços oferecidos. Em suma, é voltado para o lazer, conforto e descanso. Pode ser localizado em diversos ambientes, como por exemplo, montanhas, balneários, praias, próximo de estações de esqui, etc. Em sua grande maioria, possuem design horizontal, e não vertical. Referente à localização, os resorts podem ter focos específicos, ou seja, serem direcionados para algum fim, ou modalidade esportiva, como por exemplo, resorts voltados para a prática do tênis e do golfe, como o Hotel Del Lago Golf Tenis SPA & Resort localizado em Punta De Leste, Uruguai. No Brasil, temos como exemplos alguns voltados para a prática do golf, o Terras De São José Golf Resort, na cidade de Itú, distante 92 km de São Paulo e o Paradise Golf & Lake Resort, localizado as margens da represa Jundiapeba, em Mogi das Cruzes.

Segundo Oliveira (2000, p. 122) resorts são:

> Hotéis localizados em zonas com forte atração turística. Estão siuados em balneários, parques nacionais ou regiões exóticas. Dispõem de áreas de lazer em maior quantidade que os demais. Assim, os clientes podem permanecer longo período no hotel, participando de variadas atividades organizadas pelo próprio hotel como jogos de salão, esporte ao ar livre, passeios a cavalo, de barco, caminhadas, festas, teatro, competições entre os próprios hóspedes.

Mill (2003) afirma que:

> Os resorts são, na realidade, uma combinação de três elementos:
> 1. Atrações recreativas para atrair os hóspedes;
>
> 2. Hospedagem e serviços de alimentação e bebidas a serem oferecidos para as pessoas que estão longe de suas casas;
> 3. Atividades para ocupar os hóspedes durante a sua estadia.

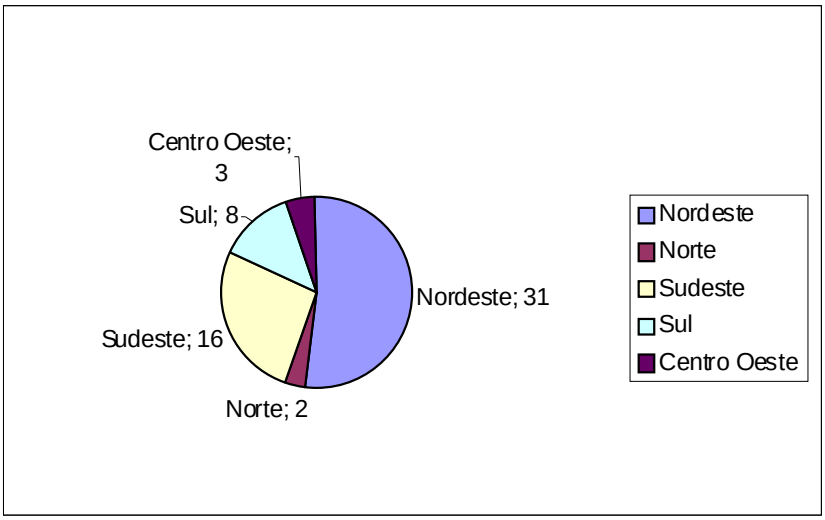
Para Gee (1998), "o único objetivo dos resorts é oferecer aos seus usuários um lugar para escapar ou recuperar-se do mundo do trabalho e das preocuações diárias".[Ψ]

A idéia de *Resort* foi inicialmente projetada em Roma e em cidades vizinhas, a partir dos banhos públicos , introduzidos no século II A.C. Os primeiros banhos eram pequenos e com equipamentos simples e os homens eram seprados das mulheres. Com o passar do tempo os banhos se integraram, aumentaram o espaço e tornaram a ambientação mais luxuosa. Possuiam como objetivo favorecer o relacionamento social e estimular a saúde.

O primeiro resort inaugurado no Brasil é o Transamérica, localizado na Ilha de Comandatuba, seguido do Club Med Village Itaparica e o Club Med Village Rio Das Pedras. Atualmente, existem aproximadamente 62 resorts, localizados em território nacional, conforme pesquisa da BSH International, que é uma empresa de consultoria hoteleira com escritórios dispostos em diversas localidades da América. Conforme gráfico abaixo, podemos interpretar que a grande maioria dos Resorts localizados em solo brasileiro se encontram na região Nordeste, devido seus recursos, clima, belezas naturais, facilidade de acesso aos turistas (devido aos aeroportos de Salvador, Ilhéus, Una e Porto Seguro, com voos fretados) e também pelo incentivo fiscal dado pelo Governo Bahiano.

[Ψ] apud. MILL, R.C. – *Resorts:* Administração e Operação – Tradução de Sônia Kahl - Porto Alegre, Editora Brookman, 2003.

Quadro 1. Quantidade de *Resorts* em cada região do Brasil.



Fonte: BSH International 2008

Observação: Neste gráfico, pode-se notar que constam 60 Resorts, e não 62, pois a pesquisa foi realizada antes da inauguração de dois Resorts em 2007. Não foram encontrados dados mais recentes.

Segundo dados mais recentes da Associação Brasileira de Resorts, existem 53 Resorts no Brasil, sendo que 45 estão filiados a associação.

Podemos perceber que essa discrepância de dados entre pesquisas se deve ao fato de existirem diversas classificações para um estabelecimento ser denominado Resort. O termo, por sua vez, é usado de maneira errônea em diversos estabelecimentos comerciais hoteleiros. Para ser caracterizado e classificado como *resort*, o segmento hoteleiro em questão deve atender uma série de fatores determinado pelas normas de hotelaria.

Para Vaz (1999), os anseios do hóspede em relação ao lazer mais usuais são: descanso físico e mental; diversão; prestígio social; conhecer novas culturas, povos e países; fugir da rotina; praticar esportes radicais; desfrutar da companhia da família ou dos amigos; estar só; desfrutar as férias; realizar aventuras; realizar compras; conhecer um local muito comentado e visitado; conhecer pessoas e lugares diferentes; viajar por

prazer, sem muitas pretensões; curtir a paisagem; visitar parentes e amigos; estar em contato com a natureza; viver novas experiências; dedicar-se aos seus interesses; ter a sensação de liberdade.

O público alvo dos resorts são hóspedes que procuram pelo serviço de lazer que os resorts podem oferecer, através de equipamentos específicos, belas paisagens, um ambiente propício para a realização de diversos "conteúdos culturais" do lazer propostos por Dumazedier.

Mill (2003 p.35) afirma que:

> Os hóspedes de resorts querem participar de várias atividades. Quando um hóspede permanece na propriedade durante vários dias ou semanas, é necessário um programa de atividades bem planejado para satisfazê-lo. (...) Implementar um programa de atividades para hóspedes envolve conhecimento especializado a respeito de lazer, recreação e jogos. Os programas devem levar em consideração a base demográfica, psicográfica e física dos hóspedes.

A utilização dos serviços de um *resort* é limitada para a maioria da população devido ao alto custo das diárias. Através desse fator, os resorts são destinados a classe média e alta. Estas, por sua vez são mais exigentes e críticas em relação aos tipos de serviços que consomem que por sua vez, devem ser cada vez mais especializados para o público que os desfrutam. Os grupos familiares são em sua grande maioria os que mais usufruem dos resorts, sendo assim, a principal clientela dos mesmos. Cabe ressaltar também a importância da terceira idade no segmento hoteleiro dos resorts. Segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Hoteleira (ABIH, 2003) atualmente, 20% da receita do turismo no Brasil provêm da terceira idade. Os resorts recebem cada vez mais grupos de idosos, formados em grande maioria por mulheres aposentadas ou viúvas.

Muitos resorts possuem uma grande parte de sua estrutura voltada para o público de empresas, que geralmente procuram suas ambientações para poderem realizar seus eventos e convenções. O ambiente corporativo é muito exigente em relação a serviços e qualidade, com isso muitos hotéis e resorts estão procurando atrair esse tipo de público, pois sabem que os efeitos recuperativos da recreação melhoram a produtividade nos negócios. Devido a isso podemos justificr o grande investimento na área de eventos por parte dos grandes resorts. A partir desse fator, o *Abbey Group Resorts*, desenvolveu um programa denominado *Return Special Value Program* em que é caracterizado pelo incentivo dado aos organizadores de encontros e frequentadores de convenções a retornarem aos resorts como hóspedes de lazer, oferecendo diárias abaixo do preço.

1.1 O *VILLAGE* RIO DAS PEDRAS – MANGARATIBA/RJ

A unidade Rio das Pedras é classificada na linguagem da rede um village 4 tridentes (Conforto Premium) e é o 45º *village* da rede Club Med. Recentemente, a unidade recebeu o Prêmio Veja, de melhor Resort para Crianças. Estas, dentro do *village* possuem atrações e opções de lazer adequadas para cada idade, podendo desfrutar do que for oferecido perante sua classificação. As atividades podem ser esportivas, lúdicas ou criativas, dependendo da idade da criança. De 2 a 4 anos incompletos a criança é classificada como Petit Club Med, já de 4 a 11 anos incompletos estão classificadas em Mini Club Med e os maiores, de 11 á 18 anos, como Junior´s Club Med. Em todas as faixas etárias são acompanhadas por GOs.

O *village* é margeado por uma praia de 600m, em frente à Baía de Angra, e localizado no coração da Mata Atlântica (segunda maior reserva do país). A figura 1 mostra a localização do *village* no mapa brasileiro. Os jardins possuem buganvílias, hibiscos e diversas árvores frutíferas como bananeiras, limoeiros e pitangueiras. Possui

uma praia de difícil acesso a pessoas que não estão hospedadas no complexo, de areia fina de aproximadamente 600m, rodeada por rochedos. Abaixo, na figura 2 pode-se ver a extensão da praia.

Figura 1. Mapa de Localização.

Figura 2. Praia. Foto tirada em: 07/10/2010.

A unidade possui especificamente 324 quartos, com ar condicionado, televisão, telefone, secador de cabelos, frigobar (não abastecido), e cofre digital. Os mesmos estão distribuídos por 14 blocos de apartamentos (que na linguagem do clube se denominam solares). Estes possuem nomes característicos com a fauna e a flora brasileira, além de referencias a rochas e ilhas próximas ao *village*. Os mesmos são denominados da seguinte forma: Areca, Bouganville, Palmeira, Cavaco, Itanhangá, Topázio, Gipóia, Maracujá, Robalo, Goiaba, Badejo, Bem-Te-Vi, Gaivota e Garoupa. Na figura 3 temos a vista aérea de todo o *village.*

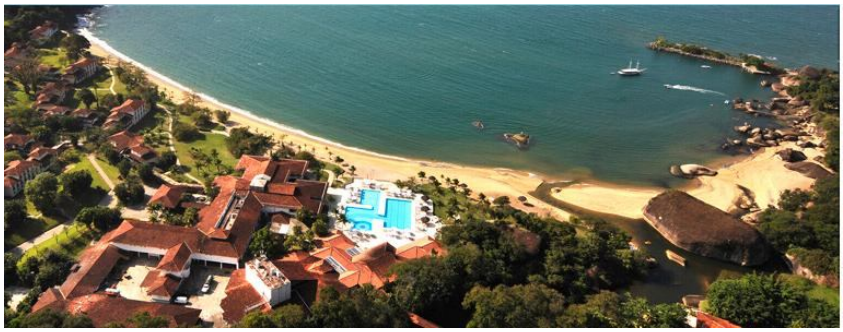


Figura 3. Vista aérea do *Village* Rio das Pedras.

Observa-se que a distância das habitações para a área de lazer, recepção, bares e restaurante é muito grande. Essa distância, relativamente grande foi projetada para que o hóspede (G.M) permaneça o maior tempo possível desfrutando das atividades de lazer e gastronomia, pois devido ao longo trajeto, dificulta-se a ida para os solares. Outro fator que possui esse mesmo objetivo é a simplicidade dos quartos. Estes que possuem poucos detalhes e opções de entretenimento. Sabe-se que na década de 80 quando o *village* foi inaugurado, os apartamentos não possuíam sequer um aparelho de televisão, para que o G.M desfrute do lazer oferecido pelo clube e não fique restrito á sua habitação. A figura 4 nos mostra um apartamento básico do *village.*

Figura 4. Apartamento Standard do *Village* Rio das Pedras.

Segue abaixo um mapa de todo o *village*.

Figura 5. Mapa do *Village* Rio Das Pedras. Foto Tirada em 05/10/2010.

Figura 6. Legenda do Mapa do *Village*. Foto tirada em: 05/10/2010.

A unidade possui um sistema famoso e utilizado por diversos resorts em todo o mundo, que é o chamado sistema *All Inclusive*, que é caracterizado por todas as refeições (café da manhã, almoço e jantar) já inclusos no pacote de serviços e hospedagem, assim como snacks e bar durante todo o dia. Ou seja, o G.M não necessita sair do *resort* para se alimentar ou desfrutar de alguma bebida em especial, pois já é disponível a ele e sem nenhum custo opcional.

O responsável por cada unidade é denominado chefe de *village*. Este possui total poder sobre todo o *village*, desde G.Os, G.Es, equipamentos, entre outros. Pode-se fazer uma analogia do chefe de *village* á um comandante de navio ou aeronave, estes possuem a autoridade máxima em uma embarcação e em um avião, assim como o chefe de *village* no Club Med. Atualmente, o chefe de *village* da unidade Rio das Pedras é o marroquino Aziz Ait Itto. Ele me atendeu pessoalmente á minha ida ao *village* para realizar as últimas observações para complementar este trabalho, e assinou o termo de consentimento para a realização desta monografia.

Para obter o título de chefe de *village*, é necessário começar como G.O de Esportes, e obter um destaque perante os outros, passando assim a chefe de animação. Logo após essa etapa, passa-se a chefe do departamento de Esportes, para assim chegar a Chefe de *Village*. Todo esse processo leva em média cinco anos, e os chefes de *village* possuem o cargo por uma temporada, podendo ficar ou não mais do que isso. Segue abaixo uma tabela demonstrativa de todos os Chefes de *Village* desde a inauguração da unidade e suas respectivas gestões.

TEMPORADA	CHEFE DE VILLAGE
Inverno 1988	Janyck DAUDET
Verão 1988/1989	Janyck DAUDET
Inverno 1989	Eric GEORGES / Abdel BELLAZOUG
Verão 1989/1990	Mustapha EL KOTNI
Inverno 1990	José ALIEL
Verão 1990/1991	Eric GEORGES
Inverno 1991	Eric VOYER
Verão 1991/1992	Rolf FALKE
Inverno 1992	José TOURNAIRE
Verão 1992/1993	José TOURNAIRE
Inverno 1993	Yves LEBON
Verão 1993/1994	Yves LEBON
Inverno 1994	Denis AMSELLEM
Verão 1994/1995	Denis AMSELLEM
Inverno 1995	Carlos CASTRO
Verão 1995/1996	Carlos CASTRO
Inverno 1996	Juvenal DA CUNHA
Verão 1996/1997	Juvenal DA CUNHA
Inverno 1997	Juvenal DA CUNHA
Verão 1997/1998	Juvenal DA CUNHA
Inverno 1998	Yves MONGIS
Verão 1998/1999	Yves MONGIS
Inverno 1999	Erick BERTRAND
Verão 1999/2000	Rico PAOLETTI
Inverno 2000	Rico PAOLETTI
Verão 2000/2001	Rico PAOLETTI
Inverno 2001	Gregg SNYDER
Verão 2001/2002	Saverio FRISELLI
Inverno 2002	Saverio FRISELLI
Verão 2002/2003	Said BENNAJI
Inverno 2003	Said BENNAJI
Verão 2003/2004	Said BENNAJI
Inverno 2004	Eric BAUDOUIN
Verão 2004/2005	Bernoit COURSIN
Inverno 2005	Bernoit COURSIN
Verão 2005/2006	Bernoit COURSIN
Inverno 2006	Bernoit COURSIN
Verão 2006/2007	Aziz AIT ITTO
Inverno 2007	Aziz AIT ITTO
Verão 2007/2008	Gianni Merone
Inverno 2008	Gianni Merone
Verão 2008/2009	Antonio DI RAZZA
Inverno 2009	Antonio DI RAZZA
Verão 2009/2010	Aziz AIT ITTO

Além de toda estrutura de lazer que o *resort* oferece (será discutido no próximo capítulo), percebe-se um grande incentivo da rede no mercado corporativo e de convenções. O *village* Rio Das Pedras possui uma completa estrutura voltada para essa necessidade atual que é de atender da melhor maneira o público em específico de convenções e empresas. Este complexo é denominado Club Med Business, que compreende salas e salões para convenções totalmente equipados para atender as mesmas. Abaixo um mapa da grandiosidade do complexo.

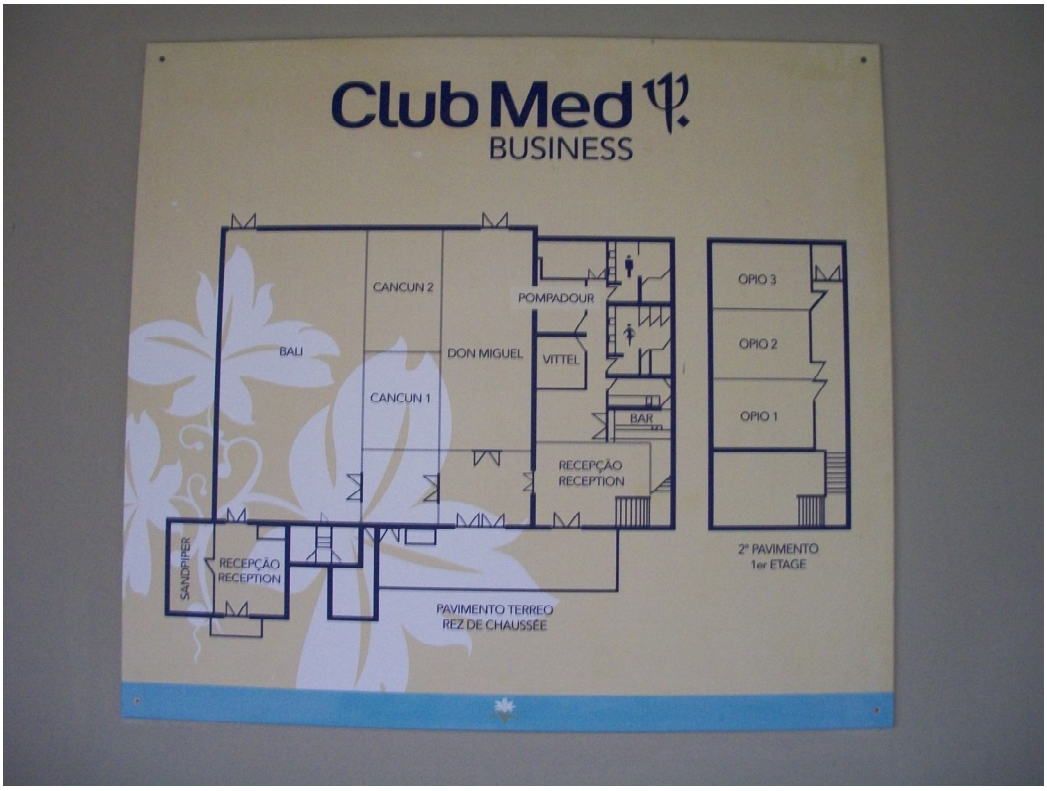


Figura 7. Planta do espaço Club Med Business. Foto tirada em: 07/10/2010.

Além de toda essa complexa estrutura, o Club Med Rio das Pedras oferece aos GMs diversos serviços como: boutique, empréstimo de toalhas de banho, espaço de cortesia para partidas fora do horário, fotógrafo, internet, lavanderia, trocador, salão de cabeleireiro, SPA, manobrista e heliporto.

2. DEFINIÇÕES BÁSICAS DE LAZER

Inicio este capítulo com a definição de lazer imposta pelo grande teórico da Sociologia do Lazer, Joffre Dumazedier (1976):

> 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.

Podemos perceber presente nessa definição a famosa teoria dos 3 Ds, proposta por Dumazedier. Em resumo, ele defende que o lazer deve englobar descanso, diversão e desenvolvimento.

Mais a frente, no ano de 1980, Dumazedier contextualiza o termo lazer da seguinte forma:

> O lazer se caracteriza por uma flexibilidade fundamental, que pode levar a transformar certas situações de trabalho, conservadoras em demasia, e promover um aprimoramento do desempenho individual.

STUCCHI (2009) conceitua lazer na pós modernidade:

> Neste binômio, como expressão que delimita dimensões de prática social, a palavra lazer ainda é compreendida como as atividades recreativas que ocupam um tempo liberado das obrigações. Isto é correto. No entanto, com as modificações ocorridas nos padrões de comportamento dos grupos sociais e provocadas pelas novas formas de trabalho e de obrigações familiares, políticas e religiosas, este fenômeno ganhou significados diferentes daquele preestabelecido pela proposta industrial econômica. Antes controlada pelo cronômetro com a divisão do dia em três períodos de oito horas, compreendido pelo desenvolvimento dentro do trabalho, pelo descanso nas horas de sono e alimentação e pelo divertimento diversificado e incerto, adquirido na indústria cultural do lazer de crescimento paralelo, hoje se perde nas múltiplas formas de organização dos tempos sociais para os indivíduos e as instituições que ainda, para todos nós, são importantes formas de existência social.

Para que haja a compreensão da relação entre lazer e turismo, utilizamos a visão de turismo de BISSOLI (1992), que faz a seguinte referência:

> ...o turismo é entendido como o conjunto de recursos capazes de satisfazer as aspirações mais diversas, que incitam o individuo a se deslocar-se do seu universo cotidiano, e assim caracteriza-se por ser uma atividade essencialmente ligada à utilização do tempo livre.

Para MIAN (2003), turismo é:

> Uma atividade relacionada com o prazer, o descanso, o desenvolvimento cultural e a recreação.
> Uma forma particular de uso do tempo livre e uma forma particular de recreação.
> Algo que não cobre todas as formas de uso que o homem pode fazer de seu tempo livre, nem todas as formas possíveis de recreação.

Podemos perceber a partir dessas definições de autores renomados, diversas relações entre lazer e turismo. Segundo os teóricos do lazer como Camargo e Marcellino (1987), o turismo é um dos conteúdos culturais do lazer, isto é, o turismo é uma forma de lazer. O mesmo acontecendo com autores do turismo, como Lages e Milone (2000), Goeldner (et alli, 2002), Trigo (1993) que apontam o turismo como forma de expressão do lazer.[Ψ]

O lazer apresenta um extenso conjunto de atividades para as mais diversas faixas etárias, que atende aos variados interesses; baseando-se no princípio do interesse cultural central de cada atividade, Dumazedier (1980) traz uma classificação das atividades de lazer, distribuídas em: Físico-Esportivas, Sociais, Manuais, Artísticas, e Intelectuais. Camargo (1986) completa essa classificação, adicionando o conteúdo

[Ψ] apud. ALMEIDA, M.A.B. - Análise da Influência do Turismo Frente ao Lazer – Disponível em: http://www.efdeportes.com/efd101/turismo.htm

Turístico, caracterizando assim os seis Conteúdos Culturais do Lazer. Mais a frente, farei a relação de cada conteúdo e seu oferecimento no *village* Rio das Pedras.

Em específico, o conteúdo físico-esportivo engloba atividades que envolvem movimentação corporal, ou seja, a prática de atividades físicas e/ou esportes. Podem estar envolvidos, jogos de futebol, vôlei, basquete, cavalgada, golf, esportes náuticos, lutas, caminhada, corridas, esportes de aventura e todos os outros que se encaixam nessa categoria. O conteúdo cultural denominado social engloba atividades que estimulem o relacionamento entre as pessoas, ou seja, atividades que estimulem o contato e a convivência entre as pessoas, como por exemplo, festas, jantares, entre outros. Já o conteúdo cultural denominado manual envolve todas as atividades em que os objetos são manuseados e transformados pelas mãos, como por exemplo, artesanato, costura, tricô, pintura, dobradura entre outros. A caracterização do conteúdo artístico envolve todas as manifestações artísticas como, por exemplo, teatro, dança, espetáculos, exposições de quadros, esculturas, etc. Já o último conteúdo descrito por Dumazedier, o intelectual, se caracteriza por atividades que envolvem o estudo, informações específicas e raciocínio. As atividades desse conteúdo estão relacionadas com a leitura e jogos como xadrez, dama, gamão, sudoku, caça palavras e palavras cruzadas. Por último, o conteúdo turístico engloba experiências relacionadas com viagens, excursões e passeios.

2.1 O LAZER E A RECREAÇÃO NA HOTELARIA

Inicio esta epígrafe com o conceito de rede hoteleira proposto por José Ernesto Marino Neto, da empresa BSH International:

> O conceito de rede ou cadeia hoteleira está relacionado ao fato da existência de vários hotéis, em localizações distintas, usando padrões assemelhados de instalações e serviços que, através da ostentação de uma mesma marca, auxiliam-se mutuamente em benefício comum. Portanto, quem objetiva estar integrado a uma rede hoteleira procura benefícios que podem ser diversos. Todavia, o mais comum está afeito a três componentes básicos para seu resultado financeiro, isto é, incremento na ocupação, no tarifário e/ou redução de custos. Para tanto, há que se analisar os conceitos estratégicos de crescimento da rede hoteleira e, o mais importante, como a mesma se encontra posicionada atualmente.[Ψ]

A partir do século XX, o setor hoteleiro sofreu um processo de inúmeras transformações relativas à quantidade e qualidade, ou seja, ampliando e diversificando os serviços oferecidos, a fim de atingir mais pessoas e fidelizar seus clientes. Os empreendimentos hoteleiros passaram a se estabilizar em áreas de montanhas, praias e fazendas. Hoje em dia a hotelaria é um dos principais segmentos econômicos das sociedades atuais. Conseqüentemente, com todo este enorme crescimento, houve um aumento na concorrência no setor.

Dados de uma pesquisa realizada pela Associação Brasileira da Indústria de Hotéis (ABIH) apontam que no Brasil, há cadastrados no parque hoteleiro aproximadamente 25 mil meios de hospedagem, deste meio, exatos 18 mil são hotéis e pousadas. Esses números representam um milhão de empregos diretos e uma estimativa de faturamento anual de U$ 2 bilhões por ano.

Embutido no sistema hoteleiro em geral está o setor de hotéis de lazer, cujos objetivos são atender aos turistas da melhor maneira possível, tanto individualmente quanto em grupo em seu tempo livre, que normalmente é condicionado aos finais de semana, feriados e férias. Esses hotéis podem estar localizados em áreas urbanas ou rurais, em montanhas ou praias, florestas ou em zonas de interesse ecológico ou

---

[Ψ] Presente em PINA, Luís Wilson; RIBEIRO, Olívia C.F. – Lazer e Recreação Na Hotelaria – São Paulo, Editora SENAC, 2007.

turístico. Esses hotéis possuem amplas áreas de lazer voltadas a prática de esportes, atividades físicas, sociais e recreativas, ou seja, atividades de lazer que contemplem os 6 conteúdos culturais descritos por Dumazedier, e que embasa a teoria deste trabalho.

Para poder lidar com todos esses fatores, torna-se de extrema necessidade o preparo de profissionais da área para conduzir o empreendimento perante os clientes.

Com relação ao segmento de lazer e atividades recreativas, não possuímos registros bibliográficos e literários com relação ao surgimento e oferecimento do serviço nos hotéis. Isto, para os estudiosos da área é uma enorme perda de conhecimento, pois, como não houve documentações e datações, há uma perda de acervo técnico e profissional.

TRIGO (1991) afirma que a colônia de férias do Serviço Social do Comércio (SESC) unidade Bertioga-SP, inaugurada em 1948 é um dos estabelecimentos pioneiros na área, pois já possuía profissionais do lazer para desenvolver as programações. F. RIBEIRO e PINA (2007) citam que para CAMPOS (2004) as atividades de lazer monitoradas nos hotéis começaram a ser oferecidas a partir dos anos 1960, primeiro aos filhos, para que os pais pudessem melhor usufruir de seus horários de descanso. Posteriormente, foram estendidas aos adolescentes e, depois, aos adultos também. CASTELLI (1991) afirma que esses hotéis foram influenciados pelas programações de navios transatlânticos, resolvendo aproveitar a idéia e aplicarem terra firme. Alguns hotéis foram pioneiros na implantação do serviço de recreação e lazer, como por exemplo, o Grande Hotel São Pedro que já fornece os atrativos há mais de trinta anos e o Hotel Estância Barra Bonita, que já implantou os serviços a mais de vinte anos.

Na década de 70 houve a implantação de várias empresas de recreação nos estabelecimentos hoteleiros devido à expansão da oferta de lazer nos hotéis. O serviço

era utilizado como uma tática para atrair clientes e fidelizar aqueles que já haviam se hospedado na respectiva unidade.

Hoje em dia, o mercado é dominado por empresas terceirizadas que oferecem programação de lazer aos hóspedes utilizando-se do espaço do hotel. As empresas fornecem os materiais, mão de obra e programação própria e o hotel apenas com os equipamentos específicos, não possuindo muitas responsabilidades com esse setor. Porém, ainda existem alguns estabelecimentos como o The Royal Palm Plaza, o Hotel Estância Barra Bonita, o Hotel Vacance e o Paradise Lake Golf & Resort que possuem equipe de lazer própria, ou seja, a pessoa responsável pelo serviço de lazer contrata diretamente os monitores/recreadores, e se responsabiliza por todo material necessário e pela programação aos hóspedes.

Para F. RIBEIRO e PINA (2007), "nos hotéis, principalmente os de lazer e os resorts, os serviços de recreação e lazer são importantes para:

- melhorar a percepção favorável ou positiva dos hóspedes sobre o hotel e auxiliar na criação de uma primeira impressão agradável;

- reforçar o *mix* de serviços, contribuindo para a sua qualidade;

- contribuir na atração da clientela e na manutenção da fidelidade ao estabelecimento, ou da sua preferência;

- fazer parte do conjunto de atividades que proporcionam uma boa estadia para os usuários desses serviços."

No próximo capítulo vou discutir como os conteúdos culturais do lazer e suas características estão presentes no *village* Rio Das Pedras.

2.2 APROFUNDAMENTOS SOBRE OS CONTEÚDOS CULTURAIS DO LAZER PRESENTES NO CLUB MED RIO DAS PEDRAS

Neste capítulo, relacionarei cada conteúdo cultural do lazer descrito por Dumazedier com seu respectivo oferecimento pelo *village* Rio Das Pedras. Começo descrevendo a relação do *village* com o conteúdo cultural físico-esportivo, pois sem dúvidas se destaca na oferta se comparado com outros conteúdos.

A rede Club Med oferece aos seus G.M.s um serviço chamado “Escola de Esportes”, que combina infraestrutura e especialização, e que é caracterizada através do oferecimento de aulas de uma determinada modalidade (no caso, a rede oferece o tênis, golfe, vela, windsurf, esqui aquático, caminhada, esqui, trapézio, bicicleta/mountain bike e fitness). Estas modalidades já estão inclusas na diária do G.M. Existem escolas de esportes com custo opcional. São elas: mergulho com equipamento, equitação e kitesurf. Outra característica das escolas de esporte é o monitoramento das aulas, feitas por G.O.s especializados, além dos materiais para realização da aula e prática do esporte ser das melhores marcas do mercado. No *village* Rio das Pedras as escolas de esporte existentes são das modalidades tênis de campo, fitness e esportes náuticos.

A rede acredita que o esporte seja um meio de evasão do cotidiano, portanto, também oferece esportes não monitorados, ou seja, de prática e acesso livre. O *village* Rio das Pedras possui uma ampla oferta de equipamentos específicos para a prática de diversas modalidades. Outra opção de aula oferecida pelo *village* são as aulas *découverte*, destinada aos G.M.s que desejam se iniciar ou aperfeiçoar com cursos de iniciação.

Estão listados abaixo cada equipamento e as opções de esportes oferecidas, que contemplam o conteúdo cultural físico-esportivo.

O *village* possui duas piscinas. Uma localizada no espaço denominado Mini Club Med, sendo esta apenas para crianças. A outra fica localizada na área principal de lazer (figura ao lado), com vista para o mar e próxima de dois bares. Nesta piscina principal (Figura 8), acontece a prática de modalidades como pólo aquático, biribol, natação, hidroginástica, além de atividades recreativas como corrida de caiaques. Os G.M.s que não se interessarem por nenhuma modalidade aquática podem usufruir da piscina apenas para relaxamento.

Figura 8. Piscina Principal do *Village.*

Na praia do *village* (vide p.18), acontece a pratica de esportes como vôlei de areia, disco e frescobol, além de corridas e caminhadas por toda a extensão de areia. Um dos grandes atrativos do *village* é a estrutura oferecida para a prática dos esportes náuticos. A unidade possui um píer, aonde se concentram os G.M.s, G.O.s e os equipamentos. Neste local são passadas as instruções e normas de segurança para a prática do esporte. Neste local são realizadas atividades como *wakebord*, vela e esqui aquático, além de bóia cross. O caiaque é feito no rio que atravessa a unidade e deságua no mar, o chamado Rio das Pedras, que caracteriza o nome do *village*.

Além de toda essa estrutura, a unidade dispõe de três campos de futebol (um deles localizado no Mini Club Med), um ginásio poli-esportivo para esportes coletivos, nove quadras de tênis (sendo duas delas cobertas e uma delas em formato de parede para treino), espaço para prática do arco e flecha, uma quadra de squash, sala de ginástica e *cardio-training*, duas mesas para prática do tênis de mesa, além de uma academia de musculação.

Figura 9. Prática de Caiaque por G.M.s. Foto tirada em: 06/10/2010.

Figura 10. Estrutura de vôlei de areia na praia do *village*. Foto tirada em 09/10/2010.

Figura 11. Quadras de Tênis de Campo. Foto tirada em: 07/10/201

Figura 12. Academia de Musculação. Foto tirada em 07/10/2010.

Figura 13. Quadra Coberta de Tênis de Campo. Foto tirada em: 07/10/2010.

Figura 14. Ginásio Poli Esportivo. Foto tirada em: 07/10/2010.

Figura 15. Mesas para a prática do Tênis de Mesa. Foto tirada em: 08/10/2010.

Com relação ao conteúdo cultural social, podemos destacar o oferecimento de diversas festas e noites temáticas, assim como jantares específicos, que promovam a interação entre os G.M.s. Outro aspecto interessante que podemos analisar, é que a prática das atividades esportivas, conseqüentemente estimula as relações sociais entre as pessoas, havendo assim uma interação entre os G.M.s e G.O.s.

Já o conteúdo cultural manual, possui menos oferecimento que os demais. Existe apenas uma sala, dedicada a artes manuais, como artesanato e pintura. Já, com custo extra, destaca-se o oferecimento de pintura em seda.

O conteúdo cultural artístico é amplamente explorado no *village* Rio das Pedras. Todas as noites os G.O.s realizam shows, espetáculos teatrais, esquetes e danças. O *village* possui um teatro, com grande capacidade, além de um auditório musical.

Podemos observar que o conteúdo cultural intelectual também é abordado na unidade. Esta conta com o oferecimento de jogos de mesa, como damas, gamão e xadrez. Na área da recepção, encontram-se a disposição dos G.M.s diversos tipos de jornais impressos de diversos estados brasileiros para leitura. Outro atrativo oferecido pelo *village* é *internet wirelles* e o *Cyber Center*.

Por fim, o oferecimento do conteúdo cultural turístico é de grande presença na unidade. Esta possui um departamento denominado *Découverte*, que na língua francesa significa “descoberta”. Este segmento é responsável por oferecer aos G.M.s opções de excursões (com custo adicional) para que o hóspede tenha possibilidade de interagir com a população local e de conhecer sua cultura, porém com toda estrutura e acompanhamento dos G.O.s. Caso prefira, o G.M. pode adquirir um guia particular para acompanhá-lo em sua excursão. As opções de excursões oferecidas pelo departamento Découverte do *village* Rio das Pedras são as seguintes: passeio á Ilha Grande com duração de um dia, visita as Fazendas de Café, passeio a Paraty com duração de um dia,

Aventura 4X4 que se caracteriza a realização de um *rally*, Rio City Tour, Rio Histórico e Cultural, Ida a Foz do Iguaçu com duração de dois dias, ida a Reserva Ecológica e passeio pela capital do Rio de Janeiro de helicóptero.

3. O PERFIL DO ANIMADOR SÓCIO CULTURAL E AS CARACTERÍSTICAS DE MERCADO.

Neste capítulo, pretendemos expor as características principais do profissional denominado “animador sócio cultural”. Muitas denominações diferentes podem ser utilizadas para designar o mesmo profissional, causando uma interpretação muitas vezes errônea do fato. A animação sócio cultural pode ser definida, segundo LOPES (2007, p.1) como uma “acção com dimensão social, cultural e educativa que tenha por objectivo dinamizar programas junto das populações.” Já para Melo (2006, p.28-29), a animação sócio cultural é:

> (...) uma tecnologia educacional (uma proposta de intervenção pedagógica) pautada na idéia radical de mediação (que nunca deve significar imposição), que busca permitir compreensões mais aprofundadas acerca dos sentidos e significados culturais (considerando as tensões que nesse âmbito se estabelecem) que concedem concretude à nossa experiência cotidiana, construída com base no principio de estimulo às organizações comunitárias (que pressupõem a idéia de indivíduos fortes para que tenhamos realmente uma construção democrática), sempre tendo em vista provocar questionamentos acerca da ordem social estabelecida e contribuir para a superação do *status quo* e para a construção de uma sociedade mais justa.

De acordo com LOPES (2007), a animação sócio cultural comporta uma pluralidade de âmbitos concernentes à diversas áreas temáticas, sendo o turismo uma delas.

A partir dessas definições, podemos explicitar que a animação sócio cultural é uma área que age pela comunicação e educação, principalmente, a educação não formal. São caracterizados como animadores sócio culturais, os profissionais que executam atividades mediadoras com algum grupo ou comunidade. Neste trabalho, vou exemplificar a atuação dos animadores sócio culturais enquanto profissionais de lazer.

No mercado de trabalho atual e na literatura, os profissionais da área de lazer encontram diversas denominações para a mesma profissão. No dia a dia da profissão

encontramos quem os chame de diversas maneiras, como por exemplo: monitor, recreador, professor, agente e até mesmo o popular “tio”. No âmbito do lazer, os animadores sócio culturais executam diversas ocupações e trabalham na mais diversa gama de equipamentos de lazer. As instituições mais comuns para encontrarmos esses profissionais são em acampamentos/acantonamentos, clubes, agências de viagens, eventos diversos, viagens pedagógicas ou de lazer, hotéis e resorts, navios, entre outros.

Para RIBEIRO (2004):

> Nos hotéis de lazer, normalmente o profissional do lazer que atua em contato com o público, desenvolvendo as mais diversas atividades, é denominado de recreacionista ou monitor, e aquele que supervisiona o seu trabalho é o coordenador, ou supervisor. Esse último faz a ligação entre o gerente/ empreendedor e o animador.

Nos hotéis, os profissionais de lazer podem ser contratados diretamente pelo hotel, ou através dos coordenadores. Na grande maioria dos casos, os monitores, como assim são chamados, não possuem vinculo empregatício com a instituição, atuando somente como prestadores de serviços eventuais (*freelancers)*. Geralmente os coordenadores possuem vínculos empregatícios com o hotel, por serem os responsáveis pelo serviço de lazer, assim como a programação a ser executada pelos monitores. Há também empresas de lazer, que vendem todo o serviço para os hotéis, estes assim, não se envolvem com o segmento oferecido para os hóspedes.

Segundo RIBEIRO (2004), a quantidade de animadores e coordenadores que atuam nos hotéis varia conforme sua capacidade de hospedagem, a quantidade e os tipos de espaços de lazer que possuem e as atividades a serem desenvolvidas.

Segundo RIBEIRO e PINA (2007, p.77) os profissionais do lazer que atuam em hotéis são de diferentes formações. Os professores de educação física podem ter sido os pioneiros a atuar nesse campo. Hoje, atuam também os profissionais de turismo,

hotelaria, educação artística. Há, ainda, os graduados em lazer e os técnicos em recreação e lazer. É desejável que a equipe de profissionais do lazer em hotéis seja de formações variadas, pois cada um dos profissionais possui uma competência técnica em um dos campos do lazer, o que enriquece a programação. O que os autores referenciaram com o termo campos do lazer, é a contemplação dos conteúdos culturais do lazer, já especificados no capítulo 2 deste trabalho.

Abaixo, segue estudo realizado por Ribeiro e outros[Ψ], em que explicita a diversificada formação de profissionais de lazer nos hotéis paulistas.

Quadro 2. Características dos profissionais da área.

Profissionais do lazer	42% Coordenadores e monitores	27% Gerentes e coordenadores	21% Monitores	9% *Personal trainers*
Formação profissional	43% Professores de educação física	38% Várias áreas (turismo, hotelaria, educação física, administração)	19% Sem exigências	
Tempo de atuação no cargo	40% De um a dois anos	33% De três a cinco anos	27% Mais de seis anos	
Formas de contratação	55% Diretamente pelo hotel	45% Empresas terceirizadas		

MIAN (2003, p.100-101) afirma que um bom profissional de recreação e lazer deve possuir diversas características, consideradas básicas, para isso. Eis aqui algumas delas: não possuir vícios de linguagem; ter uma boa postura; enfrentar as dificuldades que advirem; ter um ótimo aspecto de higiene; nunca manifestar rancor e insatisfação; zelar pelo material usado; ter noções de primeiros socorros; ser imparcial, quando da tomada de decisões; ser maleável e divertido; ser alegre e desinibido; ser sempre

[Ψ] O.C. F. Ribeiro *et al*, "Os hotéis de lazer do estado de São Paulo: um diagnóstico", cit.

simpático; facilitar a interação do grupo; ser um excelente comunicador; ter uma ótima cultura geral; ser carismático e criativo; ter um bom conhecimento pedagógico; deve idealizar, divulgar, organizar, desenvolver, liderar, observar e avaliar as atividades que serão aplicadas; ser conhecedor das regras dos esportes mais praticados; ser organizado; manter uma liderança sobre o grupo.

Para MIAN (2003 p.101):

> Um bom profissional do lazer e recreação mantém sempre um relacionamento de igualdade no contato com outros funcionários e no contato com outros recreacionistas deve estar receptivo as criticas, não devendo haver competição entre ambos para se sobressaírem, mas sim para realizar um trabalho de grupo. Deve haver liberdade, respeito e descontração no relacionamento.

Em contrapartida a Mian, VEAL (2000) afirma que, "na área de estudos do lazer há funções tão diferentes entre si que seria impossível determinar um único conjunto de competências"

No próximo sub-capítulo, veremos as condições dos G.O.s enquanto animadores sócio culturais. O que a rede Club Med os impõe e quais as características e diferenças do seu trabalho para com recreadores de outros equipamentos de lazer?

3.1 O ANIMADOR SÓCIO CULTURAL ENQUANTO GENTIL ORGANIZADOR

Para que as atividades de lazer no Club Med aconteçam, elas têm como responsáveis a equipe de G.O.s. Esta é a denominação específica da rede para animador sócio cultural. Fora a aplicação, supervisão e orientação das atividades, os G.O.s são responsáveis pela integração dos G.M.s e pela recepção e acolhida dos mesmos ao *village*. Cada G.O é responsável por uma área em especifico, e cada uma dessas áreas possui um chefe de setor. A rede possui G.O.s nas mais diversas áreas e equipamentos de lazer, recepção, boutique, bar, excursões, esportes náuticos, etc.

Segundo o Site Club Med Jobs, ser G.O. é, antes de mais nada, um estado de espírito, uma filosofia. Vindos dos 4 cantos do mundo (80 nacionalidades, 30 idiomas) e de culturas diferentes, os G.O.s encontram-se para partilharem, juntos, uma ou várias estações numa das aldeias do Club Med. Juntar-se ao Club Med, é colocar-se ao serviço do bem estar e da convivialidade para proporcionar momentos privilegiados a todos. É aderir a um modo de vida único, que constitui uma experiência profissional enriquecedora, que conduz a trocar, a abrir-se aos outros através de um espírito curioso e generoso.[Ψ] BRITO (2007) afirma que este profissional, apresentado pela rede como a alma e a personificação do Club Med é fundamental para assegurar a manutenção da filosofia do grupo.

Segundo BRITO (2007) o perfil dos profissionais selecionados no recrutamento executado pela rede para a contratação de novos G.O.s contempla o seguinte:

> Desembaraçado, alegre, solto, humilde, hospitaleiro, um anfitrião capaz de socializar as pessoas, um ícone de integração dentro do *village*. Desprovidos de pré conceitos, ainda que idealmente, estes indivíduos devem estar dispostos a desenvolver seu trabalho com amor, carinho, prazer no que fazem.

BRITO (2007) também afirma que os G.O.s são treinados a partir do conceito de especialização flexível na qual os trabalhadores devem ser multifuncionais e cooperativos. A autora também afirma que para a rede, bom funcionário é aquele que não tem medo de ser substituído. Aziz Ait Ito (o mesmo que me recebeu à minha ida ao *village*) fornece uma entrevista à autora, e afirma na mesma que a rede busca formar um time de profissionais para garantir a diversidade e a multiculturalidade, e que as pessoas

[Ψ] Tradução Nossa

são selecionadas para determinadas áreas, por representarem a atividade, ou seja, possuem características relevantes da mesma.

A partir de minha visita ao *village*, pude perceber diversas características do trabalho dos G.O.s. Além de toda a coordenação das atividades de lazer, toda noite realizavam um show de danças com coreografias, além de esquetes durante o jantar. Todos possuíam o mesmo porte atlético e usavam um uniforme diferente por dia. A maioria sempre com uma camisa pólo e shorts ou bermuda branca. Além de estarem sempre calçando tênis. Em conversas com vários G.Os, pude perceber um certo medo, ou restrição, para falarem sobre algumas características do trabalho. O dia de um G.O começa cedo, e muitas vezes, trabalham até de madrugada (as chamadas *nights*, na linguagem G.O). O salário não é compatível com a demanda de trabalho, esta muito alta, e o salário, defasado em relação ao mercado de animadores sócio culturais, porém possuem diversos benefícios como assistência médica e odontológica, alimentação, hospedagem (os G.O.s moram no *village*), facilidades em lavanderia e transportes, também podem usufruir de toda a estrutura da unidade, podendo fazer aulas de esportes, além de aulas de Frances, que são oferecidas aos mesmos. Possuem uma folga semanal e uma folga dupla por mês. Devido ao fator da multiculturalidade, os G.Os podem ser transferidos para qualquer *village* da rede, dependendo de suas competências e seriedade ao trabalho. A oportunidade da troca de culturas nesse sentido é muito valorizada pelos G.O.s. Durante o período em que não tem atividades, os G.O.s realizam o que chamam de contato G.M, ou seja, eles tem que estar interagindo e promovendo a interação dos G.M.s para com os mesmos ou para com os G.O.s. Podem realizar esse tipo de ação através de simples conversas ou também realizando as refeições juntamente com G.M.s. Mantém-se a partir daí, um sentimento de igualdade entre ambos, o que é um dos princípios da rede. Devido a isso, os G.O.s se recusam a

aceitar gorjetas de G.M.s, pois segundo os mesmos, estão os recebendo em sua casa, querendo que haja um bem estar de ambas as partes e um sentimento de igualdade.

Pude perceber no *village*, que poucos G.O.s possuem formação acadêmica, principalmente na área da Educação Física, Turismo ou Lazer.

CONCLUSÃO

Apesar de toda dificuldade encontrada para obter informações reais por parte da rede Club Med, e pela escassez de publicações científicas deste tema, **a**través deste trabalho e de toda pesquisa realizada, pude concluir que o *village* Rio Das Pedras contempla amplamente o oferecimento de todos os conteúdos culturais do lazer descritos pelos referenciais teóricos, com ênfase no conteúdo cultural físico-esportivo, e especificamente com a modalidade Tênis de Campo. Além disto, afirmo também que o conteúdo social está presente não apenas nas práticas específicas citadas no capítulo 2.2. Ele está presente também em todos os outros conteúdos, pois todos não deixam de promover a interação e a sociabilização entre as pessoas. Apesar da grande oferta de *resorts*, e hotéis de lazer no Brasil, a rede Club Med se destaca pela fama e pelos serviços oferecidos.

Este diagnóstico possibilita uma visão mais ampla no campo de trabalho para nós, profissionais de Educação Física, enquanto animadores sócio culturais. Estes, profissionais sua vez, ocupam uma posição de destaque no *village* enquanto Gentis Organizadores, sendo responsáveis pela integração entre as pessoas, os esportes e as atividades de lazer. Porém, as normas, métodos de trabalho e filosofia são discrepantes do campo profissional longe dos muros da unidade e do que encontramos na literatura, devido aos ideais de igualdade entre animador sócio cultural e cliente, além das práticas de postura profissional diferenciadas. Com relação á formação acadêmica dos G.O.s, concluo que esta é insuficiente para ministrar atividades esportivas ou de lazer, pois muitos não possuem conhecimento teórico da prática.

Podemos definir o *Resort*, como um universo paralelo, que gira em função da igualdade e troca de culturas, tendo como cenário uma bela paisagem, um ambiente em

que se destaca a riqueza, com pessoas bonitas de diversas etnias, e o foco voltado para o lazer, desfrutando-o da maneira que preferir.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

www.unemat-net.br/prof/foto_p_downloads/**estudo_de_caso**_1.pdf (Acesso em 14/11/2009).

http://www.clubmed.com (Acesso em 10/06/2010).

http://www.clubmedjobs.com (Acesso em 05/11/2010).

Mundo das Marcas: Club Med – Disponível em: http://mundodasmarcas.blogspot.com/2006/05/club-med-exclusive-spots.html (Acesso em 24/11/2009).

Resorts No Brasil – Disponível em: http://www.bshinternational.com/sys/download/resorts_2008.pdf (Acesso em 08/09/2010).

BISSOLI, Maria A. – **A Problemática Econômica e Social do Espaço Turístico**. Communicarte n16/17, 1992, p.121.

BRANDÂO, Aline Lima – **A Organização do Lazer e Seus Prazeres: Um Estudo de Caso Sobre o Club Med no Brasil** – Rio de Janeiro, 2007.

BRITO, Daniela Jorge – **Mundo dos Sonhos: Os Gentis Organizadores Na Cultura do Mediterrané** – Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal De Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

CAMARGO, L.O.L. - **O que é Lazer.** São Paulo: Brasiliense, 1986.

CASTELLI, G. – **Marketing Hoteleiro** – Caxias do Sul: Educs, 1991.

CORIOLANO, L. N. M. T & ALMEIDA, H. M. - **TURISMO NO NORDESTE BRASILEIRO: DOS *RESORTS* AOS NÚCLEOS DE ECONOMIA SOLIDÁRIA –** Publicado na Revista Electrónica de Geografia Y Ciências Sociales Vol. XI, núm. 245 (57), 1 de agosto de 2007 – Barcelona - Disponível em: **http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-24557.htm** (Acesso em 10/09/2010)

DUMAZEDIER, Jofre - **Lazer e Cultura Popular**. Ed. Perspectiva S. A. 1973, São Paulo.

DUMAZEDIER, Jofre - **Sociologia Empírica do Lazer**. 1914. MAZZA, Silvia; GUINSBERG, J. (trad).São Paulo: Perspectiva, SESC, 1999.

LAZER Numa Sociedade Globalizada: Leisure In a Globalized Society – São Paulo, SESC/WLRA, 2000.

LOPES, M. S. – **A Animação Sócio Cultural em Portuga**l. Animador Sócio Cultural: Revista Ibero Americana, Salamanca, v.1 n.1, out-fev 2007. Disponível em: http://www.lazer.eefd.ufrj.br/animadorsociocultural Acesso em: 26/10/2010.

MARCELLINO, Nelson Carvalho - **Estudos do Lazer: Uma Introdução**. Campinas, SP. Editora Autores Associados, 1996.

MARCELLINO, Nelson Carvalho – **Algumas Aproximações Entre Lazer E Sociedade** – Animador Sócio Cultural: Revista Iberoamericana – Vol.1, n.2, mai.2007/set.2007.

MARTINS, G. de A. – **Manual para Elaboração de Monografias** – São Paulo, Editora Atlas, 1992.

MATTOS, Andrea Cilene – **Diretrizes Para o Dimensionamento Do Número de Unidades Habitacionais de Hotéis *Resort*** – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

MELO, Victor Andrade – **Animação Cultural: Conceitos e Propostas**. – Campinas, Editora Papirus, 2006.

MIAN, Robson. – **Monitor de Recreação: Formação Profissional** – São Paulo, Editora Texto Novo, 2003.

MILL, R.C. – ***Resorts:* Administração e Operação** – Tradução de Sônia Kahl - Porto Alegre, Editora Brookman, 2003.

OLIVEIRA, A.P. – **Turismo e Desenvolvimento: Planejamento e Organização** – 2ed. São Paulo: Atlas, 2000.

PIMENTEL, Giuliano Gomes de Assis - **Lazer: Fundamentos, Estratégias e Atuação Profissional** – Jundiaí – SP, Editora Fontoura, 2003.

PINA, Luís Wilson. ; RIBEIRO, Olívia C.F. – **Lazer e Recreação Na Hotelaria** – São Paulo, Editora SENAC, 2007.

RUDIO, F. V. – **Introdução ao Projeto de Pesquisa Científica** – Petrópolis, Editora Vozes. 1995

SILVA, T. D. – **O Caso do Estudo de Caso: A Preferência Metodológica na Produção Discente do Núcleo de Pós Graduação em Administração da Universidade Federal da Bahia no Período de 1999 á Julho de 2001"** – Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, v. 09, n° 3, julho/setembro 2002.

STUCCHI, Sérgio – **Esporte De Lazer: Uma Nova Concepção Na Educação** - Licere, Belo Horizonte, v.12, n.4, dez.2009.

TRIGO, Luís Gonzaga Godói - **Turismo e Qualidade: Tendências Contemporâneas** – 9° Edição – Campinas – SP, Papirus Editora, 2003.

VEAL, A.J. – Education for Leisure Professionals / Formação e Treinamento Para Profissionais do Lazer. In E. B. Garcia and F. Lobo (Eds), Leisure in a Globalized Society – Inclusion and Exclusion? (Proceedings of the Fifth World Leisure Congress, São Paulo, Brazil, October, 1998) São Paulo, Serviço Social do Comércio / World Leisure, pp. 289-298 (Portuguese), 589-598 (English)

VERGARA, S. C. - **Tipos de Pesquisa em Administraçã**o. Cadernos EBAP, FGB, Rio de Janeiro, n.52, jun./1990.

VAZ, G. N. – **Marketing Turístico: Receptivo e Emissivo: Um Roteiro Estratégico Para Projetos Mercadológicos Públicos e Privados.** São Paulo: Pioneira, 1999.

YIN, R - **Estudo de Caso: Planejamento e Métodos**. 2.ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.