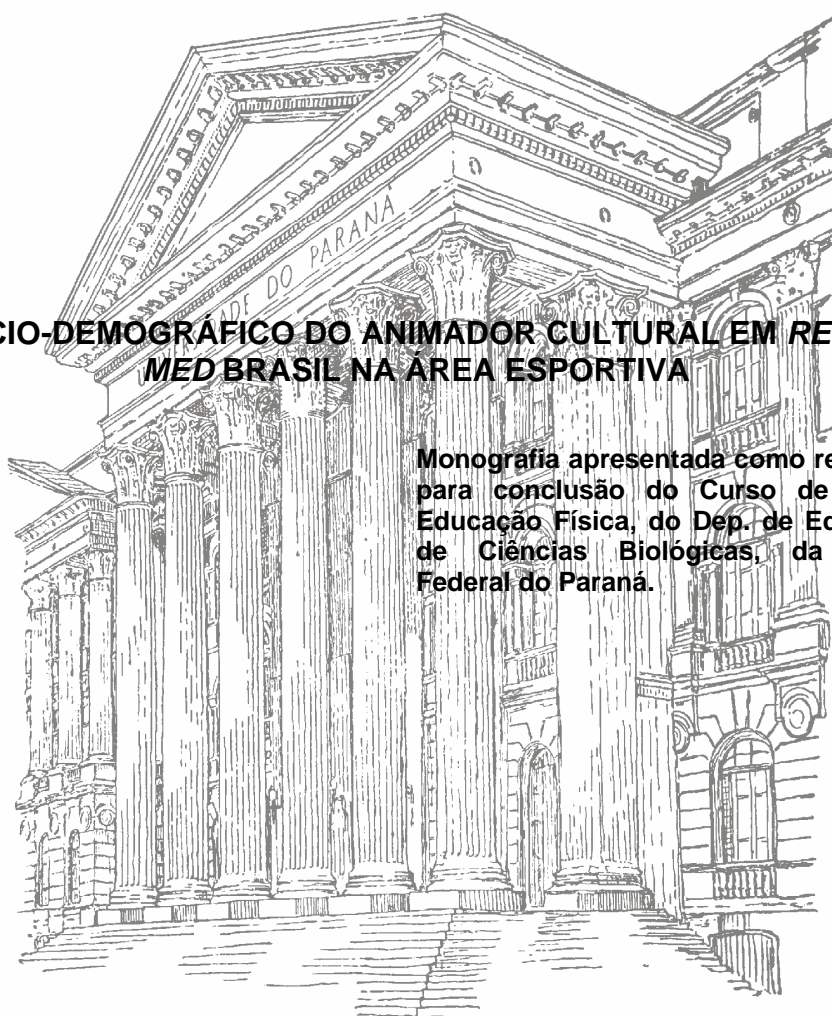


RAFAEL LUIZ DE ALMEIDA

**PERFIL SÓCIO-DEMOGRÁFICO DO ANIMADOR CULTURAL EM RESORT CLUB
MED BRASIL NA ÁREA ESPORTIVA**

Monografia apresentada como requisito parcial
para conclusão do Curso de Bacharel em
Educação Física, do Dep. de Ed. Física, Setor
de Ciências Biológicas, da Universidade
Federal do Paraná.



CURITIBA

2006

RAFAEL LUIZ DE ALMEIDA

**PERFIL SÓCIO-DEMOGRÁFICO DO ANIMADOR CULTURAL EM *RESORT CLUB
MED BRASIL* NA ÁREA ESPORTIVA**

Monografia apresentada como requisito parcial para conclusão do Curso de Bacharel em Educação Física, do Dep. de Ed. Física, Setor de Ciências Biológicas, da Universidade Federal do Paraná.

ORIENTADORA: PROFESSORA SUZANE OLIVEIRA

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	iii
RESUMO	iv
1.INTRODUÇÃO	1
1.1 JUSTIFICATIVA	2
1.2 PROBLEMA	2
1.3 OBJETIVO GERAL	2
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.5 QUETOS A INVESTIGAR.....	3
2. REVISÃO DE BIBLIOGRAFIA	4
2.1 LAZER.....	4
2.2 TEMPO LIVRE	7
2.3 TEMPO E ATITUDE.....	9
2.4 LAZER E EMPRESA.....	10
2.5 FUNCIONÁRIO DO LAZER	11
2.5.1 Formação e atuação do animador cultural	12
2.5.2 Perfil do animador cultural.....	14
2.6 TURISMO COMO OPÇÃO DE LAZER	16
2.7 LAZER EM <i>RESORTS</i>	16
3. METODOLOGIA	18
3.1 PLANEJAMENTO DA PESQUISA	18
3.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA.....	18
3.3 INSTRUMENTOS PARA A COLETA DE DADOS.....	18
3.4 PROCEDIMENTOS PARA A COLETA DE DADOS.....	19
3.5 TRATAMENTO DOS DADOS ESTATÍSTICOS	19
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	20
5. CONCLUSÃO	34
REFERÊNCIAS	36
ANEXO	37

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - GÊNERO DOS ANIMADORES CULTURAIS NA ÁREA ESPORTIVA...	20
FIGURA 2 - IDADE DOS ENTREVISTADOS.....	21
FIGURA 3 - ESTADO DE ORIGEM DOS ENTREVISTADOS.....	22
FIGURA 4 - NÍVEL ESCOLAR DOS ENTREVISTADOS	23
FIGURA 5 - FORMAÇÃO SUPERIOR DOS ENTREVISTADOS	24
FIGURA 6 - ETNIA DOS ENTREVISTADOS	25
FIGURA 7 - QUANTIDADE DE LÍNGUAS FLUENTES QUE OS ENTREVISTADOS FALAM	26
FIGURA 8 - OCUPAÇÃO PROFISSIONAL DOS ENTREVISTADOS ANTES DE TRABALHAR NO CLUB MED	27
FIGURA 9 - MOTIVO QUE LEVOU OS ENTREVISTADOS A TRABALHAR NO CLUB MED	28
FIGURA 10 - COMO OS ENTREVISTADOS DESCOBRIRAM O CLUB MED	29
FIGURA 11 - TEMPO DE TRABALHO NO CLUB MED.....	30
FIGURA 12 - CLUB MED QUE ATUA.....	31
FIGURA 13 - ENTREVISTADOS QUE JÁ TRABALHARAM NO CLUB MED NO EXTERIOR.....	32
FIGURA 14 – FUNÇÃO EXERCIDA PELOS ENTREVISTADOS NO CLUB MED.....	33

RESUMO

O grande aumento de resorts internacionais no Brasil, aumenta também a demanda de pessoal especializado em hotelaria. *Resorts* com área esportiva são os mais procurados pela clientela cada vez mais exigente. O objetivo do presente estudo é traçar qual o perfil dos animadores culturais de lazer na área esportiva desses resorts, mais especificamente no Club Med Brasil, através de um questionário com perguntas fechadas desenvolvido pelo autor da pesquisa em entrevistas individuais com 42 funcionários dos três resorts Club Med Brasil (Itaparica – Ba, Trancoso – BA, Rio das Pedras – RJ). Para a análise dos dados foi utilizado uma análise estatística descritiva. Os resultados encontrados demonstram que a grande maioria desses funcionários são homens (81%), brancos (76%) entre 20 e 25 anos (45%), naturais das regiões Sul (36%) e Sudeste (46%) do Brasil, que falam quatro línguas fluentes (36%) e que uns dos principais motivos os quais levaram a trabalhar no Club Med é uma independência familiar (61%). Pode-se concluir que devido ao Club Med necessitar de jovialidade para exercer este trabalho o grande maioria seja homens jovens. A falta de pesquisas nessa área da Educação Física deixa este trabalho em questão sem comparativo, mais deixa em aberto a possibilidade de novos estudos em outros *resorts*.

PALAVRAS-CHAVES: Perfil; animador sócio-cultural; *resorts Club Med Brasil*.

1. INTRODUÇÃO

O crescente aumento mundial pela procura de atividades que proporcionam o lazer nas mais diversas características demonstram um crescimento significativo na demanda de pessoal especializado no desenvolvimento dessas atividades.

Stoppa e Isayama (1999) ressaltam a complexibilidade e diversificação da caracterização do profissional que trabalha com o lazer, sendo muitas vezes denominados de monitores de lazer, recreacionistas, militantes culturais, consultores de lazer, animadores culturais. Para tanto, tal como Silvestre Neto (1980) e Pina (1995) propõem, a denominação desse profissional no presente estudo será de animador cultural.

A atuação profissional no lazer, segundo Stoppa e Isayama (1999), concretiza-se em uma atividade bastante diversificada, o que possibilita a intervenção em diversos espaços públicos (prefeituras, universidades, secretarias) e/ou hotéis, clubes, acampamentos, academias de ginásticas, empresas de viagens etc., assumindo o profissional do lazer diferentes funções, tais como o planejamento, a organização, a administração, a animação e a avaliação de atividades de lazer (STOPPA e ISAYAMA, 1999).

Todavia, sabemos que para que esse pessoal chamado “especializado” tenha condições hábeis para realizar tais tarefas, os mesmos necessitam de alguma formação específica. Como cita Marcellino (1987), abordando o animador cultural, as preocupações com o empregado quanto a sua formação e educação (treinamentos e reprofissionalização), quanto a seu padrão de vida (consumo, saúde, moradia) e quanto a seu lazer e a sua cultura (tempo livre e seus interesses) devem localizar-se no cerne da estrutura da empresa, em seu planejamento estratégico, pois além de ser uma questão de ética, de solidariedade para com o empregado, é uma questão de desenvolvimento dos recursos humanos como fator de produção.

Devido a todas essas variáveis que problematizam a rede de hotéis Club Med Brasil, é o funcionário os animadores culturais que trabalham no setor esportivo desta mesma empresa, esta pesquisa procura responder qual é o perfil destes funcionários (animadores culturais) e qual a sua relação com a empresa analisada buscando melhoria, não só no serviço prestado ao cliente, como também na qualidade de vida e na correlação dos empregados e empregadores. Conforme

Daminelli (1995), embora se note uma crescente valorização do recurso humano, tudo o que se faz para o trabalhador na empresa se relaciona com o aumento de produtividade.

Desta forma, para alcançar os objetivos supracitados essa pesquisa delimitar-se-á à rede hoteleira, mais especificamente à rede de hotéis/Resorts CLUB MED BRASIL, localizados na Bahia e no Rio de Janeiro, devido às experiências pessoais do pesquisador vividas durante três anos nesses locais.

Para tanto, será realizada uma pesquisa descritiva – analítica, qualitativa, usando a metodologia interpretativa, a fim de colher informações cabíveis que respondam as perguntas vigentes e concretizem os objetivos averiguados.

Investigando tais questões com as ações desenvolvidas, averiguando a formação profissional de cada animador cultural, analisando a infra-estrutura organizacional e física e as localizações das concepções de lazer que intervêm nas ações, tanto dos funcionários quanto da empresa, pretendemos chegar a respostas contundentes a respeito do problema em questão.

JUSTIFICATIVA

Com um grande aumento de hotéis voltados ao lazer e a prática esportiva no Brasil, vem aumentando a procura de pessoas por esses “centros” de esporte e lazer, porém não se sabe se pessoas qualificadas estão trabalhando nesses hotéis. Devido a essa falta de informações, este trabalho justifica-se a verificar qual é o perfil desses animadores culturais que trabalham na área esportiva em *resorts Club Med Brasil*.

PROBLEMA

Qual é o perfil sócio-demográfico do animador cultural na área esportiva em *resorts Club Med Brasil*?

OBJETIVO GERAL

Verificar o perfil sócio-demográfico do animador cultural que atua na área esportiva em *resorts Club Med Brasil*.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Verificar os dados socio-demograficos dos entrevistados;
- Verificar a ocupação profissional dos entrevistados antes do *Club Med*;
- Averiguar os motivos que levaram os entrevistados a trabalhar no *Club Med*;
- Verificar como os entrevistados descobriram o *Club Med*;
- Averiguar o *Club Med* que trabalham, o seu tempo na empresa em questão, sua função e se já tiveram experiência em algum *Club Med* no exterior.

QUESTOES A INVESTIGAR

- 1 – Quais são os dados socio-demograficos dos entrevistados?
- 2 – As ocupações profissionais dos entrevistados eram na área de educação física ou não antes de trabalhar no *Club Med*?
- 3 – Qual o motivo que levaram os entrevistados a trabalhar no *Club Med*?
- 4 – Como descobriram o *Club Med*?
- 5 – Qual *Club Med* trabalham, o tempo de trabalho, sua função e se já tiveram a oportunidade de trabalhar em algum *Club Med* no exterior?

2. REVISÃO DE BIBLIOGRAFIA

2.1 LAZER

A conceituação de lazer tem gerado polêmicas, em muitos casos, provocadas pela falta de consenso quanto aos conceitos que estão envolvidos no tema. Levando em consideração essa situação, o objetivo desse tópico é levantar as várias formas de entendimento do lazer entre alguns teóricos.

O autor que mais influenciou a concepção brasileira foi o sociólogo francês Dumazedier (1983). Este escreveu que há pensadores que clamam contra o perigo de se esquecer esta necessidade do homem, a necessidade de pensar no após-trabalho [...] é preciso desenvolver uma verdadeira consciência social sobre este problema (DUMAZEDIER, 1993). O conceito de lazer de Dumazedier (1993) diz o seguinte: o 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. No entender desse autor, a necessidade do lazer é ainda desconhecida para a maioria das pessoas e, por isso mesmo, não é satisfeita de maneira adequada. “É muito difícil captar a necessidade que o cidadão sente de ter lazer. Esta necessidade está em fragmentos nas atividades e em função dos diferentes meios sociais, dos trabalhadores, dos jovens e pessoas idosas”. (DUMAZEDIER, 1983, p. 54).

Fazendo uma proximidade ao conceito de Dumazedier (1983), Camargo (1989) define lazer como qualquer atividade que não seja profissional ou doméstica: um conjunto de atividades gratuitas, prazerosas, voluntárias e liberatórias, centradas em interesses culturais, físicos, manuais, intelectuais, artísticos e associativos, realizadas num tempo livre roubado ou conquistado historicamente sobre a jornada de trabalho profissional e doméstico e que interferem no desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos. É uma visão bem generalizada de lazer, porque engloba inúmeras atividades. Além desse conceito de Camargo, Marcellino (2004) diz que qualquer atividade pode ser considerada lazer, dependendo de quem a executa e das circunstâncias que cercam sua realização, como a livre adesão e a capacidade

de a atividade escolhida proporcionar descanso, prazer, divertimento e desenvolvimento a quem a pratica. Portanto atividades de obrigação doméstica como lavar pratos pode ser uma atividade de lazer se, por exemplo, ocorrer como parte de uma gincana em um acampamento de férias. Enfim, o conceito de lazer é mais amplo do que estrito a somente jogos ou brincadeiras: “o lazer pode até ser a não-atividade, o ócio, como, por exemplo, o repouso em uma rede. O importante é o prazer que a atividade escolhida proporciona” (MARCELLINO, 2004). Marcellino (2004) ainda observa, porém, que ao invés de buscar o prazer nas atividades cotidianas, às pessoas sempre estão adiando os momentos onde poderiam usufruí-lo, pensando que o lazer-prazer é algo muito elaborada, difícil de alcançar.

Rolin (1989) procura entender o lazer dentro de uma perspectiva psicossocial, apresentando-o como um tempo livre, empregado pelo indivíduo na sua realização pessoal como um fim em si mesmo: “o indivíduo se libera à vontade do cansaço, repousando; do aborrecimento, divertindo-se; da especialização funcional, desenvolvendo de forma intencional as capacidades de seu corpo e espírito”.

Carmo (2000) situou o lazer numa perspectiva cultural, dizendo que o lazer é uma criação da sociedade, fruto da soma de comportamentos apreendidos e compartilhados, sob diversas condições geográficas e sociais. De acordo com este autor, o lazer foi determinado pela cultura e é decorrente das conquistas sociais, principalmente da conquista do tempo livre, que por sua vez, permite a efetivação do lazer. Um dos conceitos mais interessantes que se baseia nas idéias de Dumazedier é o de Oleias (2003), que define lazer em sua forma ideal, como um instrumento de promoção social, servindo para: auxiliar no rompimento da alienação do trabalho, apresentando-se politicamente como um mecanismo inovador aos trabalhadores na medida em que estabelece novas perspectivas de relacionamento social; promover a integração do ser humano livremente no seu contexto social, onde este meio serviria para o desenvolvimento de sua capacidade crítica, criativa e transformadora; e, proporcionar condições de bem-estar físico e mental do ser humano. Oleias (2003) engloba o desenvolvimento humano no seu conceito de lazer, mas esquece que, para o lazer ser um instrumento de promoção social e romper com a alienação do trabalho, as pessoas precisam ter condições sociais e de trabalho. É necessário que para a massa trabalhadora tenha acesso ao lazer é preciso dar-lhe condições, e não somente a infra-estrutura adequada, mais também condições de vida melhores:

empregos, salários, saúde, educação, etc. De fato, a melhoria da qualidade de vida da população é condição indispensável para se pensar no desenvolvimento do lazer.

E todos têm direito ao lazer. Conforme Carmo (2000), na atualidade, o lazer representa uma válvula de escape, um meio para encontrar a liberdade e a criatividade, uma fórmula para fomentar o desenvolvimento social e cultural, um recurso para a formação pessoal e um direito de todo cidadão. Camargo (1989) complementa, entendendo que atualmente já se percebe que a sociedade está dando uma nova atenção ao lúdico e que o lazer passou a fazer parte das necessidades das pessoas e também passou a ser um direito humano. A própria Constituição Federal (1988, p.10) brasileira, em seu artigo 6.º, cita que "são direitos sociais a educação, a saúde, o trabalho, o **lazer**, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados".

O lazer de Peñalba (1999) também compreende formas de expressão ou atividades amplas cujos elementos são tanto de natureza física como intelectual, social, artística ou espiritual. Este autor defende a existência de duas formas de lazer: ativa – centrada nas atividades de natureza física, ou seja, a formas de lazer que supõem a utilização predominante da motricidade do corpo humana – e passiva – outras formas que não requeiram este estado físico.

Para finalizar este tópico, apresenta-se uma classificação dos conteúdos do lazer, feita por Marcellino (1995), onde ele distingue seis áreas fundamentais: os interesses artísticos, os intelectuais, os físicos, os manuais, os sociais e os turísticos. O campo de domínio dos interesses artísticos é o imaginário - as imagens, emoções e sentimentos; seu conteúdo é estético e configura a beleza do encantamento. Abrange todas as manifestações artísticas.

Já nos interesses intelectuais, o que se busca é o contato com o real, as informações objetivas e explicações racionais. A ênfase é dada ao conhecimento vivido, experimentado. A participação em cursos ou a leitura são exemplos.

Por sua vez, as práticas esportivas, os passeios, a pesca, a ginástica e todas as atividades onde prevalece o movimento, ou o exercício físico, incluindo as diversas modalidades esportivas - constituem o campo dos interesses físicos esportivos.

O que delimita os interesses manuais é a capacidade de manipulação, quer para transformar objetos ou materiais - por exemplo, o artesanato e o "bricolage" -

quer para lidar com a natureza, por exemplo, a jardinagem e o cuidado com os animais.

Quando se procura fundamentalmente o relacionamento, os contatos face a face, a predominância deixa de ser cultural e passa a ser social, manifestando-se os interesses sociais no lazer. Exemplos específicos são os bailes, os bares e cafés, servindo de pontos de encontro, a freqüência a associações, etc.

Já o que caracteriza a satisfação dos interesses turísticos é a busca da quebra da rotina temporal ou espacial e o contato com novas situações, paisagens e culturas. Os passeios e as viagens constituem exemplos.

Como diz Marcellino (1995), o ideal seria com que cada pessoa praticasse atividades que abrangessem os vários grupos de interesses, procurando, dessa forma, exercitar, no tempo disponível, o corpo, a imaginação, o raciocínio, a habilidade manual, o relacionamento social, o intercâmbio cultural e a quebra da rotina, quando, onde, com quem e da maneira que quisesse. É um conceito bem abrangente de lazer

Levando em consideração Marcellino (1985), o lazer se traduz por uma dimensão privilegiada da expressão humana dentro de um tempo conquistado, materializado através de uma experiência pessoal criativa, de prazer e que não se repete no tempo/espaço cujo eixo principal é a ludicidade. Ela é enriquecida pelo seu potencial socializador e determinada, predominantemente, por uma grande motivação intrínseca e realizada dentro de um contexto marcado pela percepção de liberdade. E feita por amor, pode transcender a existência e, muitas vezes, chega a aproximar-se de um ato de fé. Sua vivência está relacionada diretamente às oportunidades de acesso aos bens culturais, os quais são determinados, via de regra, por fatores sócio-político-econômico e influenciados por fatores ambientais (BRAMANTE, 1998).

2.2 TEMPO LIVRE

A definição do tempo de trabalho e do tempo de não-trabalho como critério que define as possibilidades de usufruto de lazer se esvaziam na chamada crise do trabalho e nas conseqüentes transformações no mundo da produção. Qual é afinal o

tempo de lazer, é a questão central, em um contexto marcado pela dualidade tempo-trabalho (OLIVEIRA, 2003).

O tempo livre, assim como o lazer, é muito discutido pelos autores, sendo que as opiniões são inúmeras. Verifica-se que definir tempo livre não é fácil, porque sua utilização por cada pessoa é muito subjetiva.

Podemos conceituar o tempo livre da seguinte maneira: tornando-se o tempo total de uma pessoa, extraído-se o tempo de trabalho e o tempo de necessidades básicas, o que resta é tempo livre.

Até que ponto esse tempo livre é de lazer, cada pessoa é quem sabe. Segundo Dumazedier (1992, p. 45), de acordo com a classe social a que pertencem, as pessoas tem diferentes conceitos de tempo livre, “por terem diferentes possibilidades materiais e, conseqüentemente, várias formas de o utilizar”. Habermas (1982) vê formas de comportamento no tempo livre, estando estas relacionadas com o trabalho: é o tempo que uma pessoa utiliza direta ou indiretamente em função de sua produção. Isso inclui, por exemplo, o tempo gasto para se chegar ao local de trabalho. O tempo de trabalho é diferente do “horário de trabalho”. E tempo de estudo também é considerado tempo de trabalho. “É todo tempo utilizado para realização de necessidades sem as quais um ser humano não vive, ou não tem boas condições de sobrevivência. Podemos dividi-las em quatro grandes grupos: sono, alimentação, necessidades fisiológicas e higiene” (CAVALLARI, 2000, p. 29).

O tempo livre pertence a cada um e somente cada um pode organizá-lo e administra-lo como bem entender. Mas Keynes (1989), renomado economista, afirma: “o tempo livre é um problema assustador para as pessoas comuns e sem talentos especiais, particularmente se não tiverem mais raízes na terra ou nos costumes especiais ou nas consagradas convenções de uma sociedade tradicional”. De acordo com Tojeira (1992, p. 18), “o tempo livre tem um caráter objetivo, mas uma utilização subjetiva, entendendo-se como o tempo durante o qual o indivíduo está de fato livre e intelectualmente”.

Segundo Grandó (1990), a adequada valorização do lazer só será possível na medida em que o homem se convencer a realizar em seu tempo livre atividades que efetivamente o gratifiquem, satisfaçam seu eu – não importando as escolhas –

atividades cuja a finalidade seja um benefício no sentido das reais necessidades individuais.

2.3 TEMPO E ATITUDE

Segundo Marcellino (1995), para se entender melhor o conceito de lazer pode-se dividi-lo em duas grandes linhas, que analisam o termo na perspectiva do tempo e da atitude. A primeira fundamenta-se no tempo e considera lazer as atividades desenvolvidas no tempo liberado do trabalho e das obrigações (familiares, sociais, religiosas). Quando o lazer é considerado atitude considera-se basicamente a relação entre o indivíduo e a experiência vivida, ou seja, a satisfação provocada pela atividade. Paradoxalmente, com essa *divisão* Marcellino defende a idéia de *integração*, ou seja, o entendimento do lazer considerando tempo e atitude combinados. É a concepção libertadora do lazer. Essa concepção considera o lazer como:

- . Cultura vivificada (praticada ou fruída) no tempo disponível das obrigações profissionais, escolares, familiares, sociais, combinando os aspectos de tempo e atitude.
- Fenômeno gerado historicamente, e do qual emergem valores questionadores da sociedade como um todo e sobre o qual são exercidas influencias da estrutura social vigente.
- Um tempo que pode ser privilegiado para a vivência de valores que contribuam para mudanças de ordem moral e cultural, necessários para solapar a estrutura social vigente.
- Portador de um duplo aspecto educativo - veículo e objeto de educação, considerando, assim, não somente suas possibilidades de descanso e diversão, mas também de desenvolvimento pessoal e social.

A consideração dos aspectos tempo e atitude é fundamental para o entendimento do âmbito do lazer, onde não se deve ficar isolado num único, mas sim combiná-los, uma vez que o simples isolamento de cada um pode provocar uma série de equívocos, decorrentes de situações nebulosas na sua consideração (MARCELLINO, 1999).

Desta forma, o lazer encarado apenas como atitude, como um estilo de vida, independentemente de um tempo determinado, fica na dependência exclusiva da relação da pessoa envolvida com a atividade (MARCELLINO, 1999).

Por outro lado, a consideração isolada do aspecto tempo, traz uma série de interrogações. Por exemplo: como poderiam ser consideradas as atividades desenvolvidas no tempo em que o trabalhador se desloca do local de trabalho para o local de moradia, ou vice versa? Como considerar as ações prazerosas desenvolvidas no âmbito de tempo dedicado às obrigações familiares? (MARCELLINO, 1999)

Por tudo isso, e conforme já colocamos, os estudos do lazer é considerá-los a combinação dos dois aspectos - tempo e atitude.

2.4 LAZER E EMPRESA

Os programas mais recentes de “Lazer na empresa” deixam transparecer, com evidência, a veiculação do lazer como momento compensatório e recuperador do trabalho. A empresa que oferece serviços de lazer aos trabalhadores acaba por aprofundar o seu alcance em outras esferas da vida dos indivíduos contribuindo, assim, para “a difusão de uma nova versão do capitalismo: a do ‘capitalismo humano’” (PADILHA, 1995, p. 02).

Ainda segundo Padilha (1995), essa inovação do lazer na empresa acarreta em quatro pontos fundamentais e importantes, são eles:

1) *Qualidade de vida no trabalho, ou uma nova forma de exploração do trabalhador* – aumentando e melhorando a qualidade de vida dos trabalhadores no trabalho a um aumento significativo no aumento de produção e de respostas positivas do produto ofertado.

2) *Envolvimento do trabalhador: A empresa é um segundo lar.* – envolver o trabalhador significa mascarar o conflito entre capital e trabalho, por meio hábeis políticas que levam o trabalhador a introjetar, como sendo seus, os interesses que, na verdade, são da empresa. A esse respeito, Antunes (1995) cita que, buscando-se

novos padrões de gestão de força de trabalho, a “gestão participativa”, a busca da qualidade total são expressões visíveis no mundo.

3) *Espírito de equipe, espírito de trabalho* – entre as competências requeridas dos trabalhadores de uma empresa modernizada está a capacidade de trabalhar em equipe. Complementando, Marcuse (1982) cita que está geralmente aceito que os movimentos interdependentes realizados por um grupo de pessoas que seguem um padrão rítmico proporcionam satisfação assaz independente do que esteja sendo feito por meio dos movimentos; e o observador sociológico acredita ser isso uma razão para a criação gradativa de um “clima geral” mais “favorável tanto à produção como a certos tipos importantes de satisfação humana”. Ele fala do “crescimento de forte sentimento grupal em cada equipe”.

4) *Técnica: O meio perfeito de gerar mais técnica* – há indicadores de que as técnicas utilizadas nas práticas esportivas e outras, durante o tempo disponível, transferem-se para o cotidiano do trabalhador. Dessa forma, desenvolver técnicas (corporais, de criatividade, de liderança etc.) no tempo disponível, por meio da oferta de lazer, pode se constituir em investimento mais fácil e econômico do que cursos de qualificação do trabalhador, além de desenvolver nele comportamentos estereotipados.

2.5 FUNCIONÁRIO DO LAZER

Segundo Stoppa e Isayama (1999), cabe ressaltar que é complexa e diversificada a caracterização do profissional que trabalha com o lazer. Encontramos as mais diferentes denominações, tais como: monitor de lazer, recreacionistas, militante cultural, consultor de lazer, animador cultural, entre outras. No entanto, esta pesquisa optará por “animador cultural”, que é proposto por alguns autores Silvestre Neto (1980) e Pina (1995).

A animação cultural caracteriza-se como atividade desenvolvida por diferentes lideranças, seja com formação geral (com estudos e experiências mais abrangentes); ou específicas (graduados nas diferentes áreas do saber como educação física, artes, turismo etc.) e ainda, voluntários (lideranças espontâneas das

comunidades que colaboram na mobilização, no planejamento, na execução e na avaliação das vivências de lazer). A ação desses animadores deve estar baseada na competência técnica, na democratização cultural, na participação coletiva e no compromisso com a mudança na ordem social estabelecimento (MARCELLINO, 1986).

Sivestre Neto (1980) lista alguns requisitos característicos do profissional que trabalha com o lazer: 1) uma formação cultural ampla e profunda, que é uma condição importante, mas não exclusiva, tendo em vista o bom desempenho profissional; 2) ligação afetiva à prática cultural; 3) ação sociocultural voluntária; 4) caráter opinativo; 5) intenção de exercer influência; 6) desconfiança da rotina e do consumismo; 7) inquietação diante da situação cultural (crença na ação). É importante frisar que as três primeiras características estão presentes na maioria dos animadores, no entanto, as outras não são evidenciadas com facilidade, mas são desejáveis.

2.5.1 Formação e Atuação do Animador Cultural

Acredita-se que esse especialista enfrenta dois fortes problemas: a falta de identidade e a falta de formação. O primeiro problema seria porque muitos da ala “alta cultura” ou “erudita” não se vêem como profissionais do lazer. Isso devido ao preconceito de que lazer seria apenas atividades de entretenimento. O segundo problema está relacionado ao fato de muitos não verem necessidade de formação universitária (seja em educação física, turismo ou cursos afins) para atuar na área (CAMARGO, 1998).

Marcellino (2000) vê uma auto-alienação nos que se vedem como personalidades, prontas para o mercado de lazer. Tais sujeitos equivocam-se ao acreditar que bom humor supera a própria competência. Bom humor não se aprende enquanto competência se adquire. Ainda seguindo esse pensamento, Pinto (1995) também encontra incoerências. Quando se pensava no recriador, na própria universidade, como quem “vivia o prazer da atividade como algo mágico que somente acontecia com aqueles predestinados – os que nasceram com o dom de brincar” a representação reproduzida pela ideologia era: “o recriador, basicamente, já nascia pronto”.

Quanto às críticas ao profissional do lazer, há desde recreadores que não respeitam a privacidade do cliente no hotel até promotores culturais que vetam a produção cultural popular. Marques (1999) identificou quatro “fantasmas” que interferem no trabalho com o lazer:

- “o formador” – preocupa-se com a educação infantil e identifica-se com a filosofia da empresa, mas possui atitudes centralizadas e tende a exigir produtividade sem exceções.
- “o reparador” – busca nas atividades lúdicas o bem-estar das pessoas atendidas, chegando ao excesso de assumir para si os problemas alheios.
- “o militante” – crê na transformação do mundo por suas atitudes e, para isso, não permite a vivência do lazer a si.
- “o transgressor” – costuma ser mais contrário às regras e visa subverter as normas e hierarquias.

Dentre todas essas críticas e observações sobre o profissional do lazer, ele deve superar buscando sempre, além do estudo acadêmico, a cultivação das relações profissionais melhorando assim sua atividade e seu ambiente de trabalho. Na formação é necessário estudar matérias que estimulam um pensamento crítico sobre história, a cultura, o meio ambiente, o homem e a sociedade. Concomitante à formação geral, deve-se proporcionar o conhecimento disciplinar, específico do curso, sempre voltado a ensinar o acadêmico a recriar e não copiar programas, projetos, metodologias e atividades. Mas, sobretudo, criar outros espaços dentro e fora das faculdades.

É preciso, também, estimular alguns saberes. O saber comunicar-se estaria relacionado a argumentar e expor o ponto de vista. Também neste aspecto é importante tomar cuidado com gírias, insegurança e o uso inadequado das palavras. O bom animador cultural nem precisa gritar, até porque acaba demonstrando perda de controle. É preciso saber liderar, valorizando o trabalho em equipe (e não *eu*quipe). A função de líder é facilitar o grupo a decidir por si (PIMENTEL, 2003).

De acordo com estudos e pesquisas o Animador Cultural é um profissional que:

- tem a responsabilidade de, como agente da mudança e da mobilização comunitária, atuar como elemento da facilitação para a participação ativa da população;
- interage e colabora na recuperação e difusão dos valores locais e na promoção da capacidade do povo no uso de seus próprios recursos; de outro lado, coopera na transferência da informação externa e ofertas culturais públicas ou privadas;
- coopera na criação e fortalecimento das ações culturais espontâneas das comunidades, através dos processos de auto gestão, tendo em vista não apenas a expressão artística, mas também o conhecimento histórico-cultural e científico; da mesma forma como expõe, aos usuários, toda a gama de possibilidades a nível nacional, regional e internacional. Para tanto, é relevante que o Animador Cultural tenha um claro e preciso conhecimento da legislação nacional e dos regulamentos específicos relativos aos objetos culturais e seus processos de circulação (CAMARGO, 1999 pág. 34).

2.5.2 Perfil do animador cultural

Anunciado como a pessoa que veio para colocar a felicidade em seu devido lugar, o animador, seja ele cultural social ou esportivo, pode ser considerado “um novo e singular profissional no mercado – o profissional do tempo livre”. Para tanto, precisa ser “comunicativo, versátil e de muita imaginação”. Fora isso, “trabalha quando todos descansam e tem a pretensão de vender a cada um de nós uma pequena parcela do paraíso” (GARCIA, 1995).

Características comuns emergiam como necessárias ao sucesso do trabalhador dessa área: a pessoa a ser encarregada das tarefas de animação cultural deve ter, entre outras qualidades, vocação para servir; elevado sentido de responsabilidade; predisposição para o trabalho comunitário, capacidade de desenvolver relações humanas, sentido de oportunidades, equilíbrio psicológico e formação técnica suficiente. Portanto, um possível currículo deveria ser desenvolvido contando com essas qualidades e buscando ampliar as capacidades operacionais do Animador Cultural (MARCELLINO, 1999).

O profissional do lazer é um especialista que possui os conhecimentos da área e age em uma competência específica ou coordenando todos os campos de atuação. Por competência específica entenda-se um foco restrito dentre os conteúdos culturais do lazer como as viagens, os exercícios, os jogos, as reuniões ou as artes. Segundo Camargo (2003), são serviços comuns ao profissional do lazer:

- Animar grupos, diretamente ou pela mídia;
- Avaliar os serviços prestados por outros profissionais;
- Coordenar equipes com profissionais variados;
- Dirigir clubes, centros culturais e setores em órgãos públicos e hotéis;
- Pesquisar a manifestação do lazer na sociedade ou em grupos delimitados;
- Planejar equipamentos, programas e atividades de lazer;
- Orientar a prática de atividades de lazer;
- Realizar consultoria;
- Treinar recursos humanos da área.

É imprescindível, para um animador cultural, conhecer o público que ele quer atingir (o público – alvo). Esse aprendizado na prática implica um conceito muito discutido no mercado de trabalho: a formação dos nichos. Os nichos seriam os ambientes e mais, especificamente, a clientela com características próprias. Tratar igual os diferentes é um equívoco, pois cada tipo de pessoa requer cuidados apropriados. A partir disto surge à idéia do nicho de mercado, oferecendo serviços diferenciados a segmentos específicos da sociedade.

O profissional do lazer tem vários públicos alvos como: crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos. Além de ter à sua disposição muitas modalidades de atuação. Entre as mais corriqueiras temos: oficinas culturais, exposições, saraus, colônias de férias, *shows*, torneios, festivais, encontros, dias de lazer, cursos, acampamentos, festas, excursões, promoções, torneios e jogos. Sem esquecer os serviços especializados que ocorrem em academias, *shopping's*, hotéis, associações, clubes, hospitais, asilos, escolas, presídios, navios (cruzeiros), fábricas, parques temáticos, lojas de brinquedos entre tantos outros (MARCELLINO, 1995).

Como citado acima por Marcellino (1995) o lazer tem vários segmentos e pontos a serem estudados, no entanto esse estudo terá prioridade o lazer nas suas concepções e desenvolvimento voltado para o turismo, mais específico, o turismo hoteleiro.

2.6 TURISMO COMO OPÇÃO DE LAZER

Segundo Marcellino (2004), turismo é um fenômeno associado às viagens, que geralmente ocorrem no tempo de lazer da pessoa. Para se fruir o turismo são necessários fins-de-semana, feriados, férias ou períodos mais extensos. Camargo (2001) parte de um entendimento bifurcado de lazer e turismo, estabelecendo relações entre ambos.

O turismo seria o lazer desenvolvido fora da cidade onde reside e trabalha. Comparando com outras modalidades de lazer, o turismo embora seja uma atividade representativa do ponto de vista financeiro onde é um dos ramos que mais cresce ao ano (em média 5%) é pouco significativo em ocorrência. No entanto devido a esse aumento anual o turismo como toda atividade produtiva traz conseqüências e requer investimentos em recursos físicos e humanos Esses investimentos se traduzem em atrações cada vez mais apreciadas pelo público, e o grande chamariz são as atividades de lazer em *RESORTS*, que vem crescendo cada vez mais e se especializando no Brasil.

2.7 LAZER EM *RESORTS*

A indústria dos hotéis de lazer no Brasil experimenta um período de expansão e de muita concorrência estrangeira e local cada vez mais competitiva. Muitos hotéis especializados no turista de lazer estão aperfeiçoando a oferta de atividades para atrair a clientela, que está cada vez mais exigente. Nesse ritmo de ocorrência Marcellino (1995) cita que o conceito de *resort* ganhou mais expressão. Neste sentido, podemos apontar como principais características:

- Realização de relatório de impacto ambiental (RIMA) antes da construção;
- Construções horizontais com amplos espaços aquáticos, áreas de recreação, *health clubs* e spas;

- Oferta completa de serviços e estrutura para o hospede não precisar sair hotel pra nada;
- Intensiva oferta de lazer, relacionando-o à saúde, esporte, cultura e ecologia;
- Proximidade a locais de contato com a natureza e a cultura local;
- Geralmente são hotéis com categoria cinco estrelas.

A partir dessas características, o *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 possibilidades de desfrutar várias opções de repouso, entreterimento e aprendizado cultural para todas as idades. Neste sentido, esse tipo de hospedagem tem se voltado às famílias (classes A e B) (PIMENTEL, 2003).

No mundo, como no Brasil, o precursor de hotéis voltados ao lazer e a pratica esportiva é o *Club Med* (antigo *Méditerranê*). Em cada um dos 120 *villages* (hotéis) espalhados pelo planeta, os G.O's (gentis organizadores – animadores culturais) interagem entusiasticamente com o hóspede e proporcionam diferentes atividades (do *golf* ao *windsurf* e trapézio). Porém observou-se que os gerentes queriam ver todos os hóspedes fazendo alguma coisa. Essa paranóia deixava as pessoas estressadas. Atualmente o G.O age sem a invasão da privacidade, deixando o hóspede mais livre para fazer o que quiser (PIMENTEL, 2003).

Segundo o *expert* em Club Med, Janck Daudet (Presidente do Club Med na América do Sul), “um GO (gentil organizador) precisa possuir entre 20 e 30 anos, personalidade, falar mais do que um idioma e ser especializado em esporte, hotel ou em infância” (conforme a Revista Panrotas; dez. 2001).

No Brasil, além dos *villages* de Itaparica-BA, Trancoso-BA e Rio das Pedras - RJ, sobressaem *resorts* em Foz do Iguaçu, Florianópolis e Costa do Sauípe (Bahia), entre outros no nordeste.

3. METODOLOGIA

3.1 PLANEJAMENTO DA PESQUISA

Pesquisa qualitativa de caráter descritivo, usando método interpretativo. Segundo Gil (1991) a pesquisa qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento chave. Ainda segundo Gil (1991), a pesquisa será de caráter descritivo, pois, visa descrever as características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. Envolve o uso de técnicas padronizadas de coleta de dados, como questionário com perguntas fechadas.

3.2 POPULAÇÃO e AMOSTRA

A amostra do estudo foi composta por 42 funcionários de lazer, de ambos os sexos, na área esportiva do Club Med Brasil – Rio das Pedras (RJ), Itaparica (BA) e Trancoso (BA) com idade entre 20 e 40. A amostra foi intencionalmente escolhida por representar os funcionários da área esportiva do *Club Med Brasil*.

Foram entrevistados 42 funcionários, pois esse número corresponde a grade da empresa *Club Med* que trabalham como animadores culturais na área esportiva no Club Med – Rio das Pedras, Itaparica e Trancoso dos respectivos estados do Rio de Janeiro e Bahia de ambos os sexos.

3.3 INSTRUMENTOS PARA A COLETA DE DADOS

Para a realização da pesquisa foram aplicados questionários desenvolvidos pelo autor da pesquisa, previamente aprovado por três professores da Universidade Federal do Paraná, o qual procurava, através de perguntas objetivas, traçar o perfil sócio-demográfico dos animadores culturais na área esportiva. (anexo).

3.4 PROCEDIMENTO PARA A COLETA DE DADOS

Os questionários foram individualmente aplicados pelo autor da pesquisa, o qual fez uma reunião marcada previamente em cada *Club Med*, durante a qual foi explicado o motivo da pesquisa e logo após uma entrevista individual com cada funcionário de lazer na área esportiva, essa área a qual o autor é responsável.

3.5 TRATAMENTO DOS DADOS

Os dados foram submetidos um tratamento estatístico descritivo (percentuais).

4. ANÁLISE DOS DADOS

A seguir estão dispostos os gráficos com os resultados obtidos nas entrevistas realizadas com funcionários de lazer na área esportiva dos três *Club Med* (Itaparica – BA, Trancoso – BA e Rio das Pedras – RJ). Os gráficos e os resultados estão dispostos de acordo com as questões a investigar pré-estabelecidas. (ANEXO)

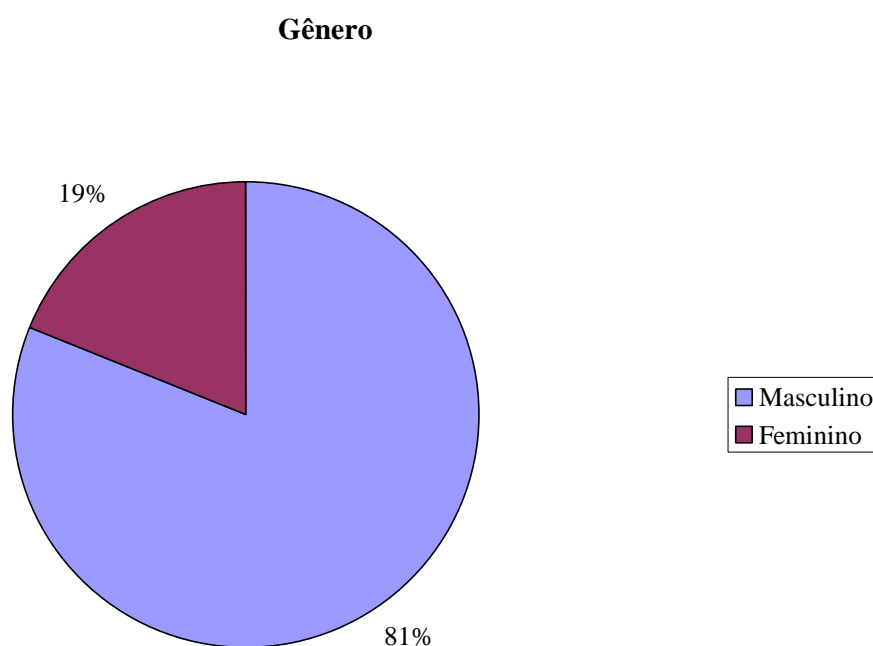


FIGURA 1 – Gênero dos animadores culturais na área esportiva.

Verificando o gênero dos entrevistados percebe-se que a grande maioria é do sexo masculino abrangendo uma porcentagem de 81% e apenas 19% referem-se ao sexo feminino.

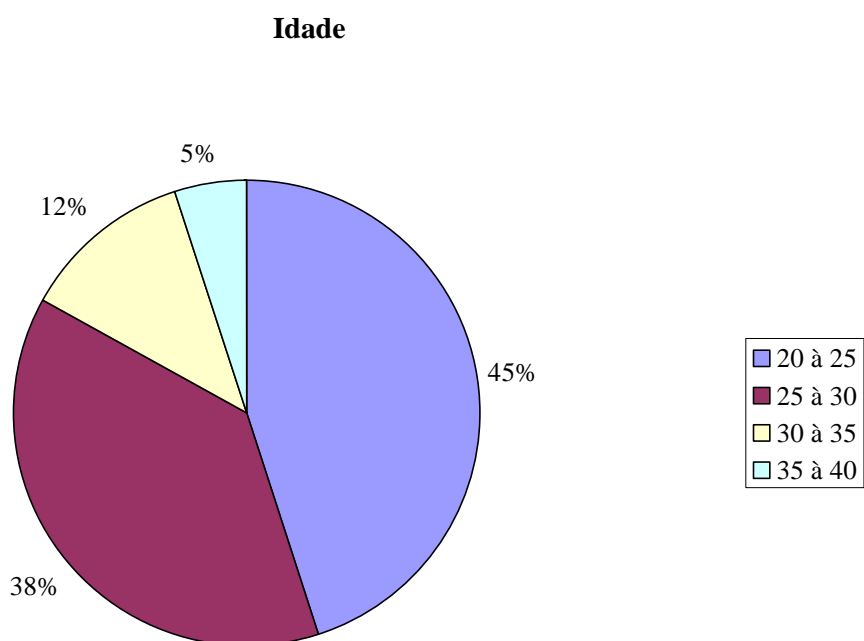


FIGURA 2 – Idade dos entrevistados.

Devido ao trabalho realizado necessitar de grande disponibilidade e disposição nota-se, que a idade que mais fica em evidência é entre 20 e 25 anos a qual se dá em porcentagem de 45% do valor total de funcionários de lazer na área esportiva. As demais idades ficam com 55% dos entrevistados sendo com 38% entre 25 a 30 anos, 12% entre 30 a 35 e apenas 5 % entre 35 a 40 anos.

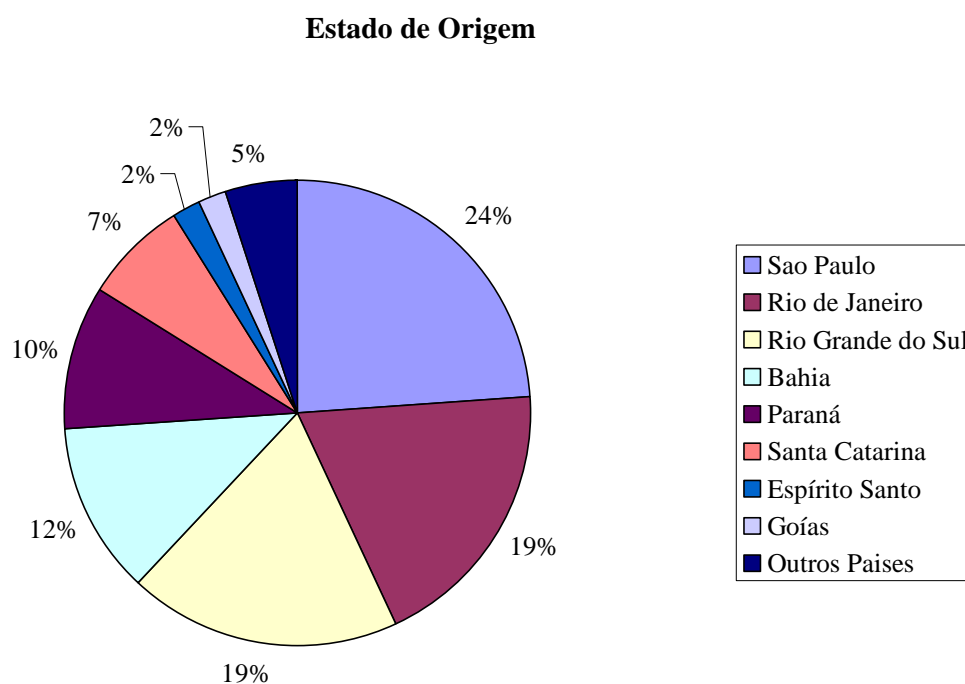


FIGURA 3 – Estado de origem dos entrevistados.

Averiguando demograficamente o estado de origem dos entrevistados, embora dos três *Club Med* dois estejam no estado baiano, nota-se uma maior procedência do estado de São Paulo com 24%, seguido de 19% dos funcionários serem do Rio de Janeiro e outros 19% do Rio Grande do Sul e apenas com 12% da Bahia. Os demais 26%, 10% são do estado do Paraná, 7 % de Santa Catarina, 2% do Espírito Santo e também 2% de Goiás e 5% dos entrevistados são de países no exterior (Santa Lucia – Caribe).

Escolaridade

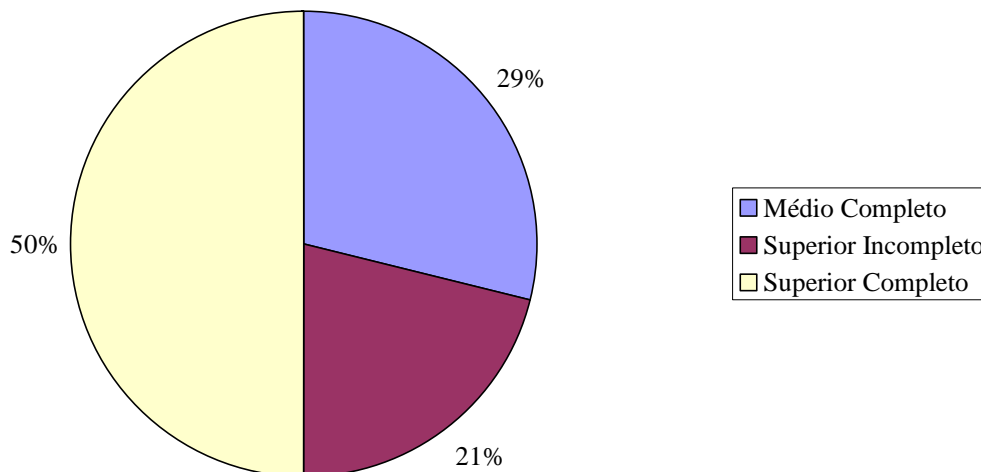


FIGURA 4 – Nível escolar dos entrevistados.

Quanto à escolaridade dos entrevistados, fica evidente que a metade deles tem formação superior completa 50% e os outros 50% ficam divididos com 29 % com formação média completa e 21% ingressaram na formação superior e não completaram.

Formação Superior

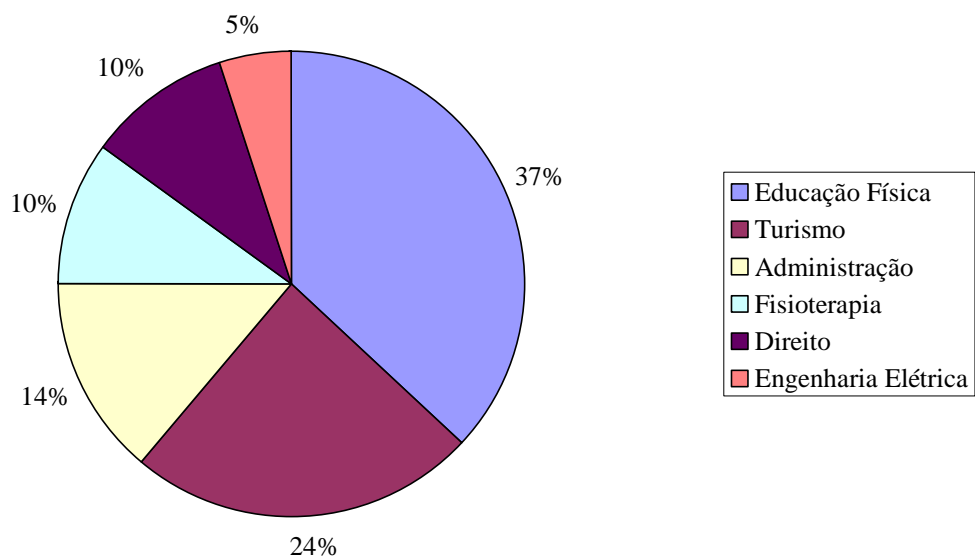


FIGURA 5 – Formação superior dos entrevistados.

Dos 50% que tiveram formação superior 37% deles são formados em Educação Física seguidos de 24% em Turismo, 14% em Administração, 10% em Fisioterapia, outros 10% em Direito e 5% em Engenharia Elétrica.

Etnia

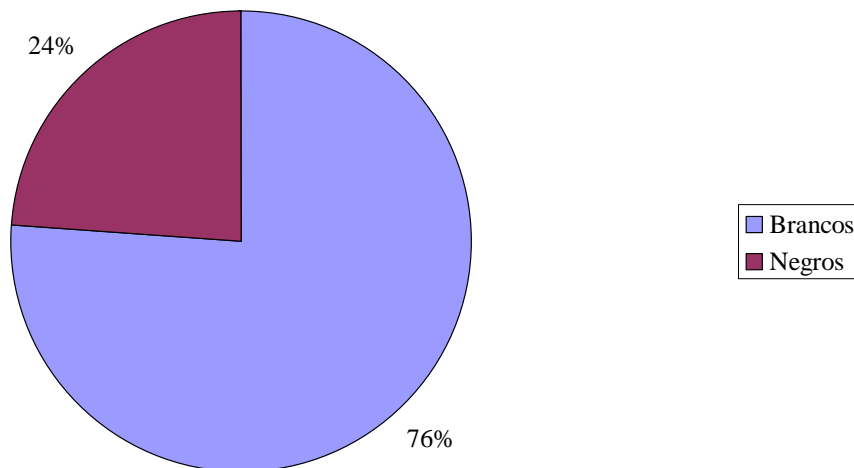


FIGURA 6 – Etnia dos entrevistados.

Ao verificarmos a etnia dos entrevistados voltamos a relação demográfica, pois 76% dos entrevistados são de etnia branca e apenas 24% são de etnia negra, embora, citando novamente, que dois dos três *Club Med* se encontram na região nordeste do Brasil onde a maioria da população é de origem negra.

Línguas Fluentes

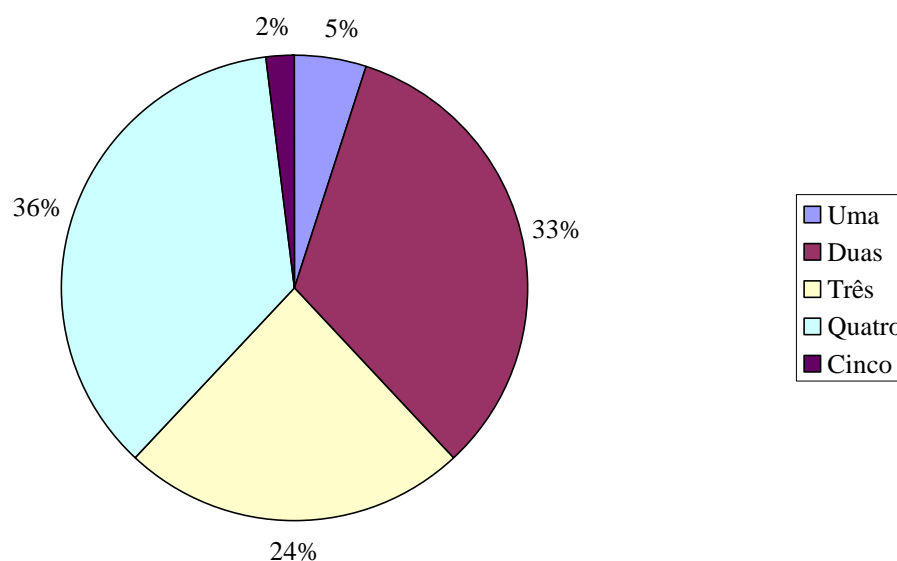


FIGURA 7 – Línguas fluentes que os entrevistados falam.

Por a empresa em questão ser uma empresa vinda do exterior de origem francesa e ter uma clientela diversificada a necessidade dos funcionários em ter um conhecimento em línguas fluentes faz-se necessária notando-se que 36% deles falam quatro línguas sendo elas o português, inglês, francês e espanhol seguido de 33% que falam apenas duas línguas sendo elas o português e o espanhol devido a grande procura de argentinos pelo *Club Med*, funcionários que falam três línguas abrangem uma porcentagem de 24% sendo elas o português, o espanhol e o inglês, 5% dos funcionários falam cinco línguas além das citadas acima o italiano ou o alemão completam a lista. Apenas 2% dos funcionários de lazer que trabalham na área esportiva falam uma língua, essa o português devido ao ingresso no *Club Med* à apenas alguns dias ou meses.

Ocupação profissional antes de trabalhar no Club Med

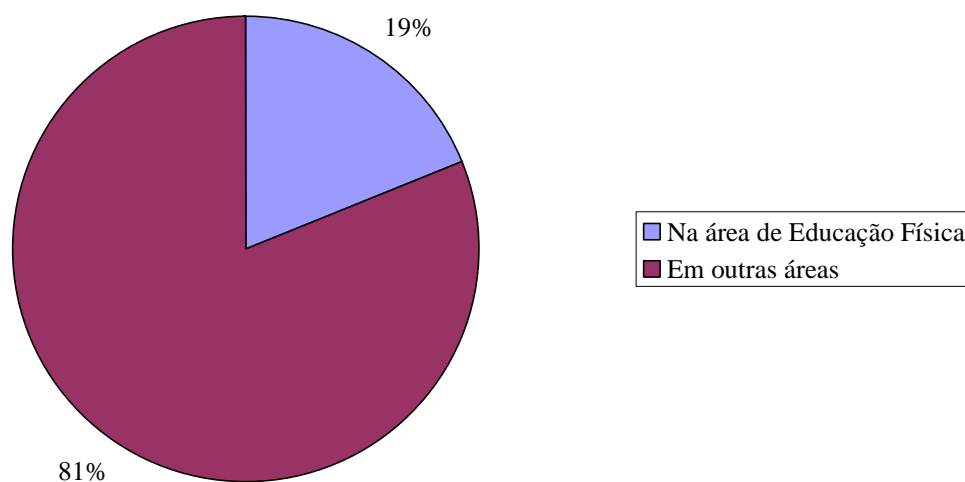


FIGURA 8 – Ocupação profissional dos entrevistados antes de trabalhar no Club Med.

Verificando a ocupação profissional dos funcionários de lazer na área esportiva antes de trabalhar no *Club Med*, levando em relação somente se os entrevistados trabalhavam na área de Educação Física ou não, nota-se que a grande maioria 81% deles não trabalhavam na área e apenas 19% atuavam na área.

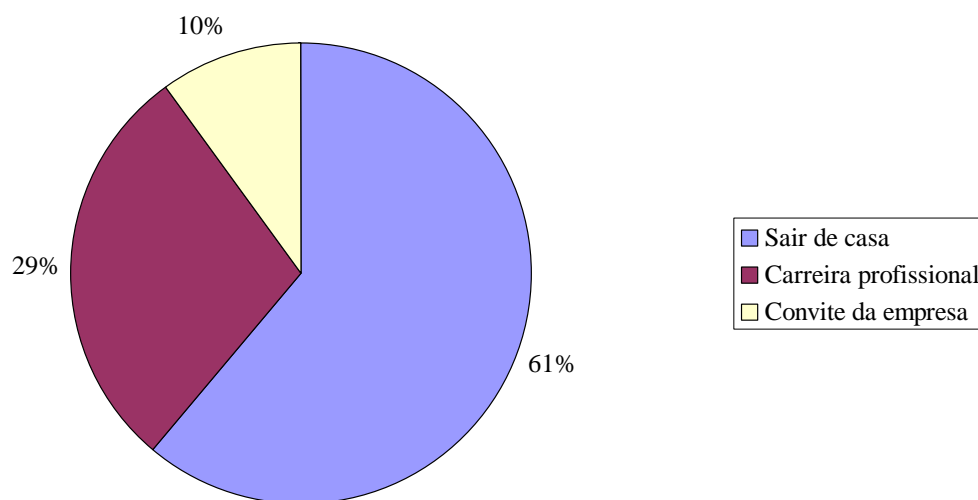
Motivo que levou a trabalhar no Club Med

FIGURA 9 – Motivo que levou os entrevistados a trabalhar no Club Med.

Uma das questões que abragem a entrevista é o motivo que levou os atuais funcionários a trocarem de vida e ingressarem no *Club Med*, o principal motivo com 61% das respostas dos entrevistados foi o simples fato de sair de casa e ter uma independência, a possibilidade de ter uma carreira profissional fica com 29% das respostas e 10% dos entrevistados já trabalham em alguma rede hoteleira e foram convidados, com propostas, a ingressarem no *Club Med*.

Como descobriu o Club Med

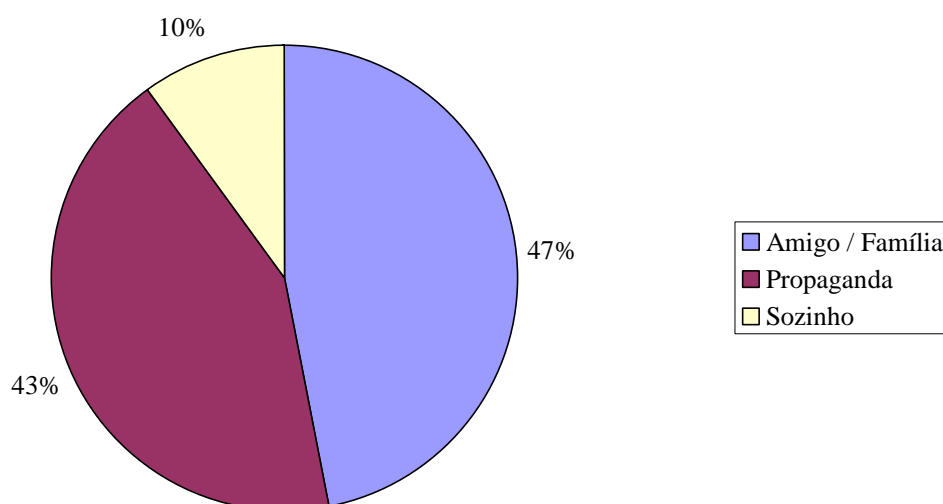


FIGURA 10 – Como os entrevistados descobriram o Club Med.

Uma das questões que o questionário verificou foi como os funcionários de lazer na área esportiva descobriram a possibilidade de trabalhar no Club Med, pois a empresa não divulga essa possibilidade em todo o país, 47% deles tiveram a indicação de amigos que já trabalham ou trabalhavam no Club Med e 43% através de propaganda interessam-se em procurar o sistema de seleção para funcionários e 10% descobriram sozinhos a possibilidade de trabalhar na empresa.

Tempo de trabalho no Club Med

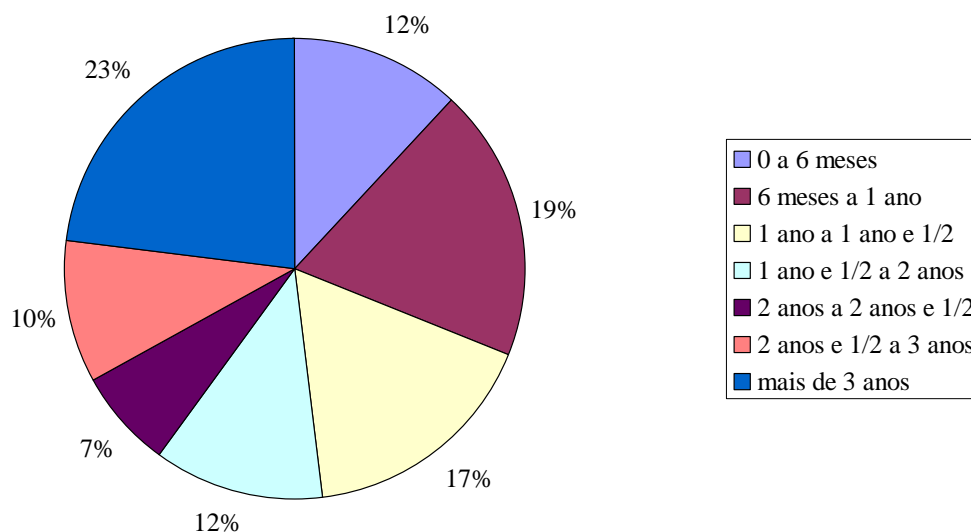


FIGURA 11 – Tempo de trabalho dos entrevistados no Club Med.

Ao verificarmos o tempo de trabalho exercido por cada funcionário de lazer na área esportiva do *Club Med*, verifica-se que 23% dos funcionários trabalham a mais de três anos na empresa, seguido de 19% com seis meses a um ano de trabalho exercido, 17% trabalham a um ano a um ano e meio, 12% ficam entre iniciantes a seis meses e um ano a um ano e meio, 10% ficam compreendidos entre dois e meio e três anos e os últimos 7% dos entrevistados ficam entre dois anos e dois anos e meio de trabalho no *Club Med*.

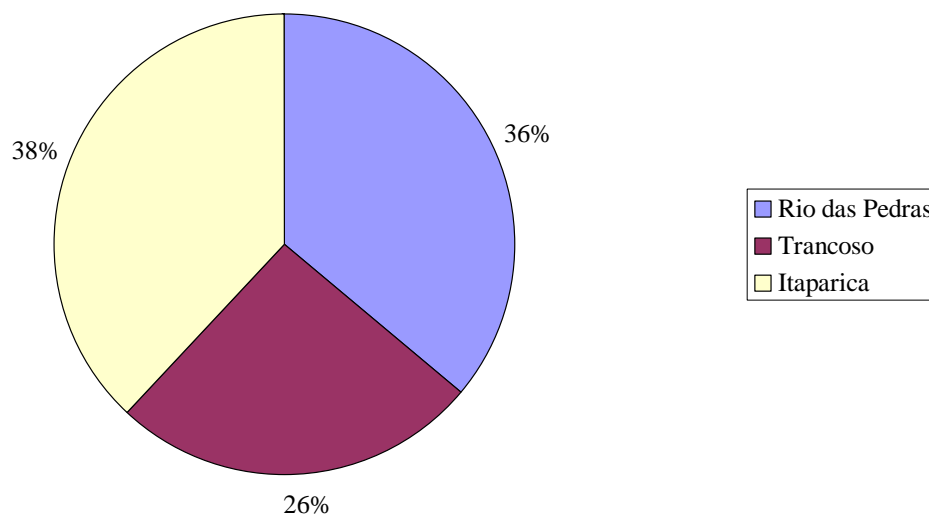
Club Med que trabalha

FIGURA 12 – Club Med que trabalha.

Devido à área esportiva serem maiores nos *resorts Club Med Itaparica-BA* e *Rio das Pedras - RJ*, 38% e 36% respectivamente dos funcionários trabalham na área esportiva desses e 26% trabalham no *resorts Club Med Trancoso-BA*.

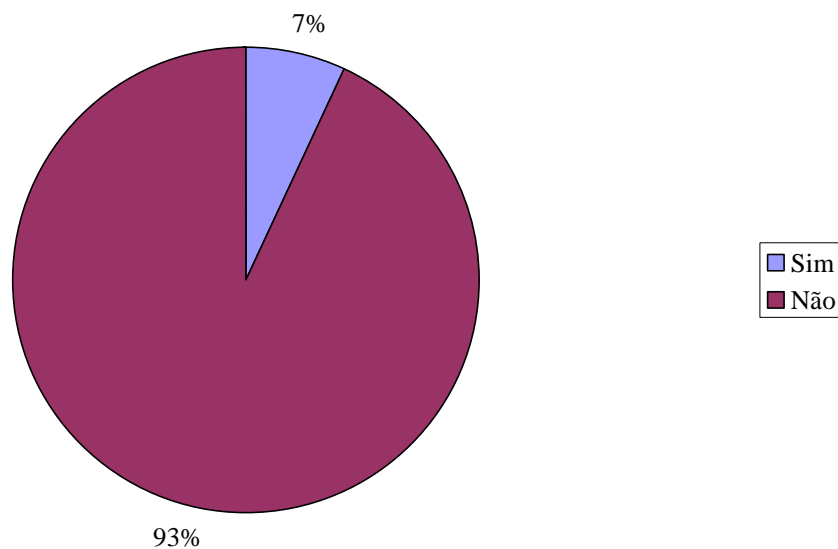
Club Med no exterior

FIGURA 13 – Entrevistados que já trabalharam no exterior.

O *Club Med* é uma empresa mundial aonde existem cerca de cem resorts espalhados pelo mundo, a facilidade de transferência para resorts espalhados pelo mundo é uma das grandes motivações de trabalho na empresa, porém apenas 7% dos funcionários de lazer na área esportiva hoje já trabalharam em resorts *Club Med* no exterior e 93% dos funcionários ainda não tiveram a oportunidade de trabalhar fora do Brasil.

Função no Club Med

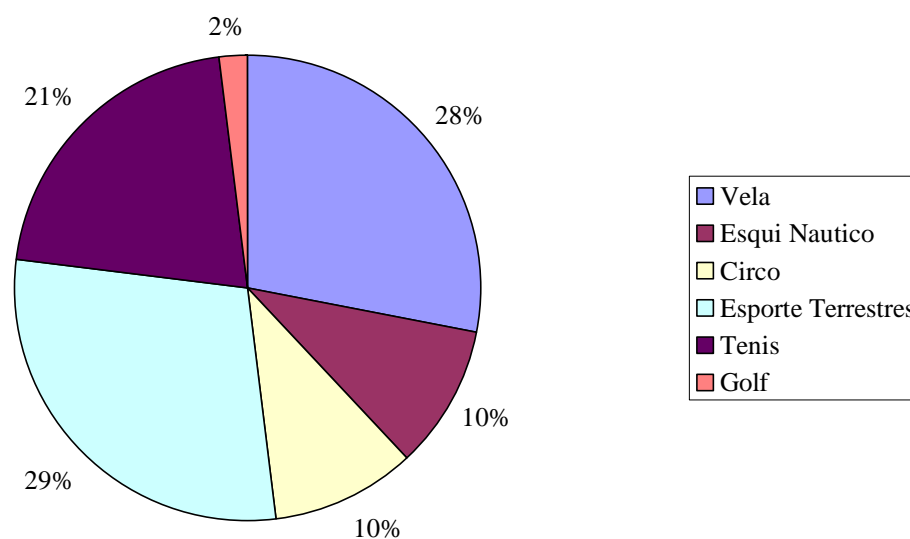


FIGURA 14 – Função exercida pelos entrevistados no Club Med.

De acordo com a função dos entrevistados 29% trabalham no setor de esportes terrestre (aula de ginásticas e esportes coletivos), 28% na vela ministrando aulas de *laser* e *Wind surf*, 21% dando aulas de tênis, esses três esportes ocorrendo nos três *resorts*. Já 10% trabalharão ou no setor circense ou de esqui náutico sendo que correspondem ao *resorts* de Itaparica e Rio das Pedras e 2% no *golf*, este somente em Itaparica.

5. CONCLUSÃO

Após verificarmos todas as questões que norteiam essa pesquisa fica fácil concluir que a grande maioria dos entrevistados é do sexo masculino e de etnia branca, proveniente em sua grande maioria da região sudeste e sul do Brasil, com formação superior completa, porém não sendo na sua maioria em Educação Física. Jovens destacam-se no trabalho no Club Med, devido a grande carga horária exigida pela empresa, faixa etária mais evidente fica entre 20 e 25 anos.

Como citado na pesquisa a empresa Club Med é originária da França e tem seus resorts espalhados pelo mundo inteiro. Devido a essa variável, a importância de ter conhecimentos em línguas fluentes, como: o inglês, o francês, o espanhol e o próprio português é uma das necessidades básicas para aqueles que visam carreira no Club Med e esse fator fica claro quando concluirmos que sua grande maioria fala três ou quatro línguas fluentemente.

Sair de casa e ter uma relativa independência foi o grande motivo que levou os entrevistados a tentarem carreira profissional no Club Med, no qual a maioria deles teve a indicação de algum amigo ou parente, esses que já trabalharam na empresa ou ainda trabalham.

Embora a área pesquisada seja a esportiva do Club Med uma porcentagem muita pequena dos entrevistados trabalhava na área esportiva antes de entrarem na empresa.

A maioria dos entrevistados trabalha a mais de três anos no Club Med mostrando que a possibilidade de carreira profissional e de transferência para o exterior motive a permanência dos funcionários na empresa. A divisão dos funcionários de lazer na área esportiva entre os três resorts no Brasil fica com uma porcentagem um pouco maior nos resorts de Itaparica-BA e Rio das Pedras - RJ, devido à quantidade de modalidades esportivas oferecidos pelo Club Med, no Club Med Itaparica a presença exclusiva do circo e em Rio das Pedras do esqui náutico, as demais modalidades esportivas estão presentes em todos os três.

A possibilidade de ter a oportunidade de trabalhar em Club Med no exterior atrai funcionários, embora apenas 7% dos funcionários que hoje trabalham no Club Med Brasil tenham experiência no exterior esse dado não comprova que essa possibilidade não exista, pois a muitos brasileiros se encontram ainda no exterior.

Ao verificarmos a qualidade de trabalho em relação à formação superior nota-se que embora a grande maioria não tenha formação superior em Educação Física a qualidade de trabalho é excelente e mantendo o nível elevadíssimo, pois a empresa investe em treinamento e aperfeiçoamento dos funcionários de lazer na área esportiva.

Conclui-se que é de extrema importância futuros estudos em todas as áreas do lazer, pois é muito pobre a quantidade e qualidade de pesquisas nessa área. Deve-se também reestruturar o funcionamento das aulas ministradas em universidades a respeito do tema lazer aprofundando – se mais e diversificando a área.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**. São Paulo: Boitempo, 1999.
- BRAMANTE, A. C. **Recreação e lazer: O futuro em nossas mãos**. Campinas: Papyrus, 1993.
- CAMARGO, L. O. **Educação para o lazer**. São Paulo: Moderna, 1998.
- CAVALLARI, V. R. e ZACHARIAS, V. **Trabalhando com recreação**. 2. ed. São Paulo: Ícone, 1994.
- DAMINELLI, M. Reflexões sobre cultura e lazer na empresa. In: Marcellino. N. C. (org.). **Lazer, formação e informação profissional**. Campinas: Papyrus, 1995. p. 149-159.
- DUMAZEDIER, J. **A evolução cultural do tempo livre**. São Paulo: Studio Nobel, 1994.
- GARCIA, E. B. Os novos militantes culturais. **Revista Brasileira de Ciência do Esporte**, Santa Maria, v.16, n. 3, p.200-208, maio 1995.
- ISAYAMA, Helder F. e STOPPA, Edmur A. **Reflexões acerca dos profissionais de lazer**. Goiânia, 1997.
- MARCELLINO, N. C. **Lazer e educação**. 3. ed. Campinas: Papyrus, 1995.
_____.(org.). **Estudos do lazer: uma introdução**. Campinas: Autores Associados, 1996a.
_____. **Lazer e empresas**: Campinas – SP, 1999.
- OLIVEIRA, P. S. **O que é brinquedo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- PIMENTEL, G. G. DE A. **Boletim de turismo e administração hoteleira**. v. 9, n. 2. São Paulo: Unibero, p. 67-79, out. 2000^a.
- PINA, L. W. **Multiplicidade de profissionais e de funções**. In: MARCELLINO, N. C. (org.). **Lazer: Formação e atuação profissional**. Campinas: Papyrus, 1995, pp. 117-130.
- ROLIN, L. C. **Educação e lazer**. São Paulo: Ática, 1989.
- SIVESTRE NETO, D. **Quem é o animador cultural?** São Paulo: Sesc, 1980.

ANEXOS

JÁ ATUOU EM ALGUM CLUB NO EXTERIOR, SE SIM QUAL?

() NÃO () SIM - Qual -

QUAL A SUA FUNÇÃO NO CLUB MED?