



**XIX
CONBRACE**
VI CONICE
08 a 13 de setembro de 2015
VITÓRIA-ES

TERRITORIALIDADE E DIVERSIDADE
REGIONAL NO BRASIL E AMÉRICA LATINA:
SUAS CONEXÕES COM A EDUCAÇÃO
FÍSICA E CIÊNCIAS DO ESPORTE

ALGUMAS APROXIMAÇÕES DO LAZER E A HOTELARIA GOIANIENSE

Thamara Cardoso Jacob¹
Eliene Pereira Lacerda²

PALAVRAS-CHAVE: Lazer; Hotelaria; Turismo; Hotel;

APRESENTAÇÃO

O lazer está a cada dia mais valorizado pela sociedade, consequência disto é o aumento na demanda para o setor de ações culturais, entretenimento e do turismo. Esta valorização se dá a partir da relação entre tempo de trabalho e tempo de lazer. O lazer, que até então era usufruto da burguesia, teve seu auge após a Revolução Industrial onde houve transformações como: maior avanço tecnológico, a conquista de leis trabalhistas bem como a regulamentação das horas trabalho, férias e a aposentadoria ao trabalhador por lutas dos Movimentos Sociais da época. Daquele período até os dias presente, as ofertas de lazer vêm sendo criadas e recriadas para preencher o tempo livre dos trabalhadores. Em consequência disto, o lazer possui diversas funções que vão desde atividades para recompor energias, melhorar a autoestima, no desenvolvimento social, pessoal e etc..

Na hotelaria, o lazer está inserido a partir dos 3D's. Termo utilizado por Dumazedier (1976 *apud* MASCARENHAS, 2003, p. 24) a respeito das funções do lazer, são elas: Descanso, Diversão e Desenvolvimento. Um hotel que oferece atividades de lazer promove o Descanso que libera o hóspede do cansaço físico criado pelas exigências do trabalho ou de uma longa e cansativa viagem. Soma-se ao Descanso à Diversão que rompe com a monotonia, o tédio e o estresse do cotidiano. E quanto ao Desenvolvimento que une Descanso e Diversão quando se têm uma maior participação social das pessoas, há interação do sujeito.

Para muitos, os feriados, folga e finais de semana são dias para os quais as pessoas costumam programar algumas horas de lazer com família e amigos. Sua aplicabilidade no turismo pode ser através de duas maneiras: uma enquanto hóspede, que está na cidade como turista, os serviços de lazer podem entreter crianças e adultos. E a outra para as pessoas que estão na cidade a negócios, como uma estimulação para interagir com colegas fora do âmbito de trabalho. Sendo assim, o principal objetivo de um serviço de lazer dentro de um hotel é oferecer entretenimento e descontração aos hóspedes durante o tempo livre de sua estadia.

Negrine; Bradacz e Carvalho (2001) afirmam que o hotel que oferece atividade de lazer, a fim de preencher o tempo livre do hóspede com atividades lúdicas, pode trazer o hóspede de volta ao estabelecimento em outras ocasiões, além de ser um diferencial nos serviços prestados. Estas atividades de lazer (esporte, jogos e brincadeiras, manuais e artesanais e etc.), podem ser oferecidas nos próprios hotéis ou por empresas especializadas em recreação, a serem contratada pelo hotel.



SITUANDO O LAZER NA HOTELARIA GOIANA

Esta pesquisa consiste em verificar a presença do lazer em hotéis com classificação de três a cinco estrelas (EMBRATUR, 2002) da cidade de Goiânia/GO. Seleccionamos 25 hotéis em diversos pontos da cidade classificados entre três e cinco estrelas. Muitos hotéis não se qualificam através de estrelas e sim por categorias como luxo, econômico, apart hotel e dentre outros. Mas ao se cadastrar em sites, os hotéis fazem uma auto avaliação de sua estrutura física e serviços, e indicam a quantidade de estrela compatível com os serviços oferecidos.

Optamos por pesquisar e utilizar neste trabalho a classificação por estrelas que os hotéis utilizam nas *Online Travel Agency* (OTAs). OTA é uma agência de viagens na internet que vende diretamente ao seu público final através de ferramentas de busca, onde cliente é capaz de fazer reserva em hotel, adquirir passagens aéreas, pacotes e passeios (MELO, 2012, p. 31). Sendo assim, a OTA é considerada como um guia de qualificação para os hóspedes e optamos por utilizá-la.

Os sujeitos da pesquisa são aqueles responsáveis pelo departamento de lazer, caso o hotel não possua departamento específico, direcionamos para o departamento comercial/vendas, podendo também ser respondido pelo gerente geral, gerente de marketing do hotel ou qualquer colaborador correspondente ao departamento responsável. Com a lista dos 25 hotéis em mãos, foi realizada a busca via internet dos contatos (telefone e e-mail).

Devido à dificuldade de marcar horário com os respectivos responsáveis dos hotéis por causa da logística e rotina do trabalho hoteleiro, optamos por utilizar o questionário ao invés da entrevista. Encontramos na literatura, ao pesquisar sobre o tema, informações de caráter conceitual sobre o lazer e seus desdobramentos sendo enumerados com relação às atividades relacionadas e/ou equipamentos.

Consideramos este um dos principais desafios para a construção deste trabalho, pois, são poucas as produções desenvolvidas nessa temática, então, tivemos de relacionar a área da hotelaria/turismo e do lazer a partir de seus conceitos, definições e trabalhos práticos como relato de experiência. Devido a essa dificuldade de aproximação e resposta, levantamos alguns questionamentos para reflexão: qual o posicionamento dos hotéis perante as pesquisas acadêmicas? Qual a relevância que a academia tem para os hotéis? Por que o distanciamento entre o campo de trabalho e a academia? Tivemos um baixo coro, mesmo assim, demos sequência à pesquisa.

A partir da problemática: de que maneira os hotéis da cidade de Goiânia, enquanto um equipamento de lazer, atendem aos seus hóspedes no âmbito do lazer? Identificamos que o público de Goiânia é caracterizado, predominantemente, como turismo de negócios/corporativo. Segundo o Goiânia Convention & Visitors Bureau [s.d.], a cidade é um dos maiores pólos de turismo de negócios e eventos do país. E que o público que desfruta dos itens de lazer é representado pelos hóspedes de final de semana.

Uma característica dos hotéis quanto ao lazer é que em categorias onde se têm o público alvo executivo e hóspede a negócios, o valor das diárias aos finais de semana é reduzido ou possuem tarifas promocionais de modo a atrair a clientela durante o seu descanso. Assim, as definições de lazer vão de encontro com a literatura, onde o lazer tem a finalidade de relaxar, propor divertimento e entretenimento quando o indivíduo está desfrutando de seu tempo livre. O lazer em hotéis possui relevância, pois, é um serviço atrativo capaz de agregar ao hóspede alegria, diversão, e que o mesmo "se sinta em casa". Mas quando se traz essa temática para Goiânia, o lazer não tem tanta importância para os mesmos sob a justificativa de não possuir público para tal, ainda que haja procura por este serviço. Sendo o item mais procurado pelos hóspedes nos hotéis pesquisados, a piscina.



Ao questionar sobre qual o meio utilizado pelo hotel para entretenimento/lazer dos hóspedes, recebemos respostas variadas onde o Fitness Center aparece com destaque. Em sequência aos questionamentos, os hotéis não visualizam o Fitness Center como uma forma de entreter os hóspedes, nem mesmo a sala de jogos que ficou logo atrás no resultado da pesquisa, pois, hotéis não deram continuidade ao questionário. Somente dois finalizaram o questionário por completo.

Não estamos com a intenção de comparar os hotéis, pois, suas características e público alvo são diferentes, bem como a oferta de seus serviços. Um oferece uma proposta terceirizada com parceria em clubes e o outro possui uma equipe própria para realizar as atividades. Sobre a formação inicial das pessoas que executam a programação de lazer vimos que são profissionais com formação em educação física e que em nenhum momento o profissional de hotelaria/turismo tinha participação nesse contexto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tendo em vista a conclusão da pesquisa, notamos que apesar do crescimento da rede hoteleira em Goiânia e previsão de expansão até 2016 (BORGES, 2014), os hotéis reconhecem a importância que o serviço de lazer possui dentro de hotel, há espaços de lazer como piscina, sauna, fitness center, porém, não têm uma clareza na definição de lazer consequência disto é a não valorização dos espaços/meios citados como e para o lazer, ou seja, a falta de conhecimento limita o lazer às atividades de recreação e diversão, focando seus serviços predominantemente na hospedagem, e em seguida na alimentação e no setor de eventos.

Este trabalho, que é fruto do trabalho de conclusão de curso do curso superior de tecnologia em hotelaria, nos instiga a percorrer outros caminhos e a olhá-la com outras lentes para novas discussões e estudos. Sugere-se para futuras pesquisas o retorno aos hotéis (visita *in loco*) para levantar e descrever outros espaços de lazer e comparar os dados com os dados. Esperamos que esta pesquisa possa contribuir como sugestão de trabalhos futuros e material de consulta para aqueles que pretendem estudar ou desenvolver pesquisa nesta temática.

REFERÊNCIAS

BORGES, Lídia. Goiânia terá mais 12 hotéis. **Jornal O Popular**. Goiânia, 20 jan. 2013. Disponível em: <<http://www.tropicalurbanismo.com.br/imprensa-detalhes/33/goiania+tera+mais+12+hoteis>>. Acesso: 28 ago. 2014.

EMBRATUR – Empresa Brasileira de Turismo. **Regulamento do Sistema Oficial de classificação de Meios de Hospedagem**. 2002. Disponível em: <http://www.brasilturismo.com/legislacao/meiosdehospedagem/regulamento_sistema_oficial_class_meios_hosp.pdf>. Acesso em: 05 out. 2014.

GOIÂNIA CONVENTION & VISITORS BUREAU. **A Capital**. In: Goiânia é tudo. [s.d.]. Disponível em: <<http://goianiaconvention.com.br/a-capital>>. Acesso em 03 out. 2014.

MASCARENHAS, Fernando. **Lazer como prática da liberdade**. Goiânia, Ed. UFG, 2003.



**XIX
CONBRACE**
VI CONICE
08 a 13 de setembro de 2015
VITÓRIA-ES

TERRITORIALIDADE E DIVERSIDADE
REGIONAL NO BRASIL E AMÉRICA LATINA:
SUAS CONEXÕES COM A EDUCAÇÃO
FÍSICA E CIÊNCIAS DO ESPORTE

MELO, Higor Gonçalves de. **Agências de Viagens e Turismo: um estudo sobre o uso das ferramentas de internet na aquisição de serviços turísticos em Natal/RN.** Universidade Federal do Rio Grande do Norte: Natal, 2012.

NEGRINE, Airton. BRADACZ, Luciane. CARVALHO, Paulo Eugenio Gedoz de. **Recreação na hotelaria: o pensar e o fazer lúdico.** Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

¹ Tecnóloga em Hotelaria-IFG; Licenciada em Educação Física-UFG;
(jacob.thamara@hotmail.com)

² Professora IFG. Mestre em Educação Física-UPE. (elienemorango@gmail.com)