

A ATUAÇÃO DO PROFISSIONAL DO LAZER NOS HOTÉIS: PROPORCIONANDO O PRAZER OU A OBRIGAÇÃO?¹

THE LEISURE PROFESSIONAL'S PERFORMANCE AT THE HOTELS:
PROVIDING THE PLEASURE OR THE OBRIGATION?

Olivia Cristina Ferreira Ribeiro²

RESUMO: No crescente mercado da animação hoteleira, os animadores têm um papel fundamental na motivação da participação do hóspede nas atividades de lazer. Porém, o empenho destes profissionais neste contexto pode, muitas vezes, constranger ao invés de estimular. Neste texto será discutida a atuação dos profissionais do lazer na rede hoteleira e seus papéis no desenvolvimento das programações de lazer.

PALAVRAS-CHAVE: Lazer, animação hoteleira, profissional do lazer

O setor privado do lazer e do entretenimento abrange atualmente um grande número de modalidades de negócios. A indústria do lazer cresce a cada ano e os números são triunfais, destacando, de um lado, a indústria de comunicação de massa (TVs, rádios, editoras, imprensa, publicidade, eventos) e, de outro, o turismo (operação, transporte, recepção e hospedagem), segundo CAMARGO (1998) e SALOMÃO (2000). Neste último, incluem-se os hotéis de lazer. Estes já constituem um importante segmento de mão de obra para o lazer e seu crescimento é evidente (CAMARGO, 1998). Conseqüentemente, os hotéis vêm contratando os profissionais do lazer de diversas formações para desenvolver programações aos seus hóspedes nos finais de semana, feriados e férias, atendendo a todas as faixas etárias. Será que a atuação destes profissionais do lazer (aqui denominados animadores) vem atendendo às expectativas dos hóspedes?

¹ Parte deste trabalho foi apresentado como tema-livre no XI ENAREL.

² Especialista e mestre em Lazer pela UNICAMP, docente na graduação nos cursos de Turismo, Hotelaria e Lazer e Indústria do Entretenimento na Universidade Anhembi-Morumbi, no curso de Educação Física na Universidade do Grande ABC e Assessora do curso de Pós-graduação em Lazer e Animação Sócio-cultural do SENAC/SP. Rua Felipe Camarão, 171/14 Tatuapé - São Paulo SP - 03065-000 - e-mail: oliviarib@uol.com.br

Os Hotéis de Lazer

CAMPOS, GONÇALVES (1998) classificam os hotéis de lazer como aqueles que estão direcionados 'a recepção de turistas, sejam individuais ou em grupo. Podem estar "localizados em área urbana ou rural, em grandes centros turísticos, em montanhas, florestas, planaltos, praias ou outras zonas de interesse turístico ou ecológico" (p.89). Completam os autores que estes hotéis possuem amplas áreas de lazer esportivo e social, apartamentos para até quatro pessoas e área de alimentos e bebidas com grandes restaurantes.

Segundo CAVALLARI, ZACHARIAS (2001), os hotéis que oferecem serviços de lazer podem ser divididos em 3 tipos, que se diferenciam em função da sua localização, dos equipamentos/espacos de lazer e, ainda, das atividades oferecidas. São eles:

- 1) Hotel de Praia: utilizam a praia como mais uma opção de espaço para o desenvolvimento das atividades de lazer, principalmente as físico-esportivas;
- 2) Hotel de campo: dispõem de grandes áreas livres e verdes disponíveis, com edificações mais horizontais. São afastados de núcleos de lazer e turismo, o que mantém o hóspede por mais tempo dentro das instalações/espacos do hotel. Incluem, também, os hotéis-fazenda, com animais e plantações, lagos ou represas com pedalinhos e barcos que são as atrações principais deste tipo de hotel. Mesmo assim, é grande a participação dos hóspedes nas atividades de lazer, sendo o público principalmente constituído de famílias;
- 3) Hotéis de Estância: localizados em estâncias turísticas, possuem espaços disponíveis para o lazer menores que os dos anteriores. Neste tipo de hotel, o animador desenvolve atividades em espaços próximos aos hotéis como ruas e praças, mas dividem o público com os outros atrativos que a cidade oferece.

Existem ainda os SPAS que, além de desenvolver cuidados com a saúde têm diversificado sua programação de lazer, oferecendo, além das atividades físico-esportivas, jogos, gincanas, bailes, shows, exposições, entre outros. Existem, ainda, os RESORTS, (macro complexos turísticos) e os HOTÉIS DE SELVA, denominados "lodges", localizados no norte do país e que oferecem atividades nas selvas.

Todos estes tipos de hotéis, ao oferecerem esses espaços/atividades de lazer têm os objetivos de oferecer um serviço a mais para os hóspedes, buscando um diferencial na tentativa de superar a concorrência. Desta forma, os hotéis divulgam suas campanhas de marketing com temas voltados para os espaços e a presença do profissional do lazer, objetivando, também, um maior retorno financeiro (CAVALLARI, ZACHARIAS, 2001).

Devido a esta busca de aumento do lucro, os gerentes/proprietários dos hotéis acreditam que somente participando efetivamente das atividades de lazer dirigidas é que os hóspedes irão retornar e recomendar o hotel a outras pessoas. Assim, passam a sondar e pressionar os animadores para que estes levem os hóspedes a participar de toda a programação de lazer oferecida. Considerando as características das atividades de lazer, ou seja, que elas devem ser livremente escolhidas,

que a gratuidade deve estar presente e que elas devem fundamentalmente proporcionar o prazer, a ação dos animadores nos hotéis deve partir destas premissas. Nem sempre os animadores nos hotéis consideram, também, que o tempo de lazer pode proporcionar o divertimento mas, ainda, o descanso e muitas vezes é esta a escolha do hóspede durante sua estadia.

Os Profissionais do Lazer nos Hotéis

Segundo CAMARGO (1998), o setor econômico do lazer e do entretenimento trouxe a importância de um profissional denominado por este autor de animador cultural. Muitas são as denominações para o profissional do lazer encontradas tanto na literatura especializada quanto no mercado de trabalho: além de animador, ele é chamado ainda de recreador, recreacionista, monitor, programador de lazer, supervisor de lazer, agente cultural, entre outros. Nos hotéis, é comum o profissional que está em contato direto com o público ser denominado de monitor ou recreacionista e aquele que supervisiona o seu trabalho, e que é o elo de ligação entre esse e o empreendedor/gerente, ser denominado de supervisor ou coordenador.

CAVALLARI, ZACHARIAS (2001) apontam que os hotéis podem contratá-los de diferentes formas: diretamente pelo hotel ou através de coordenadores. Nestes casos, os coordenadores têm vínculo empregatício com o hotel e estes escalam a equipe de animadores que, geralmente, são free-lancers e trabalham como autônomos. Estes são convocados dependendo da ocupação do hotel no período. Este sistema é mais utilizado por hotéis que tem sua ocupação muito variável de acordo com a época do ano. Hotéis com ocupação mais regular optam pela contratação efetiva dos animadores que trabalham como mensalistas e fazem parte do quadro regular de funcionários do hotel. Existe, ainda a tercerização de serviços por meio da contratação de empresas de lazer. Neste caso, os monitores têm vínculo com a empresa, por meio de contrato e o hotel fica despreocupado com detalhes técnicos, mas também terá um gasto maior do que se contratasse os animadores diretamente (CAVALLARI, ZACHARIAS, 2001).

O número de animadores que atuam nos hotéis varia de acordo com a capacidade de hospedagem do hotel, a quantidade de espaços e atividades a serem desenvolvidas.

Muitos estudiosos do lazer do Brasil e de outros países têm discutido as diversas funções, as formações e perfis que os profissionais do lazer devem apresentar como por exemplo DUMAZEDIER (s.d.), SILVESTRE NETO (1980), PINA (1995), MARCELLINO (1996), CAMARGO (1998), entre outros autores.

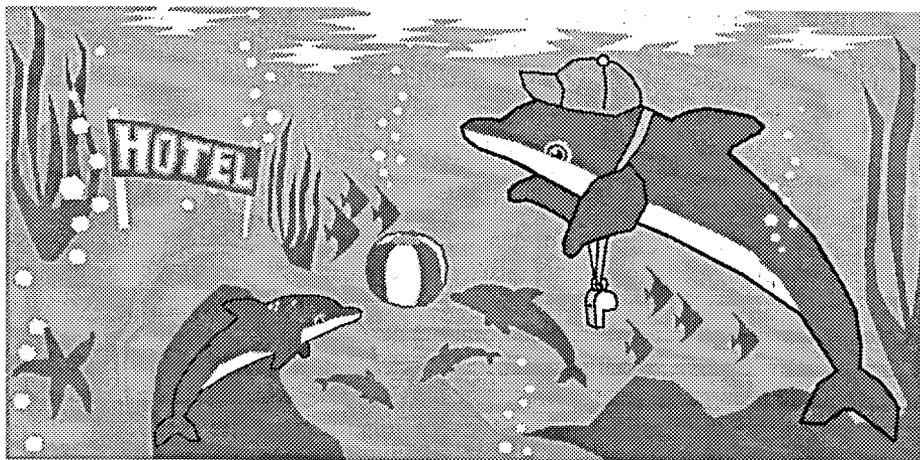
PINA (1995) coloca que, qualquer que seja a função exercida, os animadores devem possuir o seguinte perfil profissional: formação, atualização, cooperativismo, comunicação, imaginação/intuição e comportamento e atitude. Este autor salienta a importância do animador utilizar estas características em prol do público que está participando das atividades de lazer. Será que os animadores que atuam nos hotéis estão apresentando estes perfis?

MARCELLINO (1996) aponta que a especialização é uma característica da vida moderna, que em todas as áreas somos levados a conviver cada vez mais com especialistas e isto também inclui o lazer. Entre os riscos que podemos encontrar na atuação dos especialistas em lazer, segundo este autor, está o direcionamento da programação, que não deixa opção para os participantes. Este direcionamento que menciona o autor é encontrado nos animadores da rede hoteleira que acreditam que, por conhecer atividades diversas, podem definir os interesses do grupo com que está envolvido. É necessário lembrar que as atividades de lazer devem ser escolhidas pelos participantes e devem buscar o prazer. Desta forma, os hóspedes devem interferir e opinar sobre a programação.

MARCELLINO (1996) esclarece que este direcionamento ocorre porque, na maioria das vezes, o animador é precedido de sondagens. Isto ocorre na maior parte dos hotéis onde os gerentes e proprietários acreditam que somente a participação plena dos hóspedes nas atividades de lazer é que demonstra a competência do animador. Estes gerentes crêem, também que a participação nas atividades é condição essencial para que o hóspede volte e recomende o hotel a outras pessoas, trazendo, assim, o tão esperado lucro. Os animadores, por outro lado, preocupados em receber uma boa avaliação de seus patrões, não só direcionam a programação mas convidam os hóspedes de forma tão insistente e constrangedora que estes acabam participando muito mais por obrigação do que por vontade própria. Será que, com este tratamento, os hóspedes irão voltar ou indicar o hotel a seus conhecidos?

Outro risco apontado por MARCELLINO (1996) é a tendência do profissional do lazer de valorizar conteúdos de suas preferências, não considerando, mais uma vez, os critérios dos grupos participantes. Isto é observado também nos diferentes tipos de hotel. São as preferências dos hóspedes que devem ser consideradas ao planejar a programação, independente de suas faixas etárias ou sexo. Muitas vezes, o animador é obrigado, também, a incluir na programação, atividades que os gerentes/proprietários dos hotéis acreditam que sejam as mais adequadas, esquecendo, mais uma vez, dos mais interessados, os hóspedes.

Poucos são os estudos brasileiros que discutem sobre os papéis e o perfil dos animadores que atuam especificamente nos hotéis de lazer. Ao tratar da postura do animador no hotel, CAVALLARI, ZACHARIAS (2001) esclarecem que este deve manter uma relação de simpatia, confiança e de amizade, estabelecendo e respeitando os limites, evitando dar mais atenção a alguns hóspedes mais carismáticos, ou seja, não fazer nenhum tipo de distinção entre eles. No contato com as crianças, estes autores enfatizam que, além de estabelecer limites, os animadores devem divulgar as atividades a serem oferecidas e estimular, sem obrigar as crianças a participarem da programação. Os hóspedes de outras faixas etárias também não devem ser obrigados e sim estimulados a vivenciar as atividades de lazer oferecidas, seja na prática (fazendo), seja na contemplação (assistindo).



CAMARGO (1998) também discute algumas capacidades e habilidades que o profissional do lazer deve possuir, independentemente de sua área de atuação. Traça, também, um perfil para o animador e critica a literatura francesa e norte americana por citarem características para o profissional do lazer que podem induzir a equívocos. Um destes equívocos seria acreditar que o animador deve ser necessariamente extrovertido. CAMARGO (1998) afirma que aparentemente sim, "uma certa caricatura do animador confundida com o animador de auditório induz a este equívoco" (p.142). A experiência profissional deste autor mostra que "pouco importa se ele é extrovertido ou introvertido, do tipo brincalhão ou mais tímido; se extrovertido, não pode ser invasivo; se introvertido ou tímido, não pode ser inseguro (p.142)". CAMARGO (1998) continua discutindo o perfil do animador, mostrando que estes mais perdem em eficiência, podendo ser até nocivos, se forem incapazes de respeitar o universo pessoal de cada cliente e seu eventual desinteresse em participar da atividade que ele propõe. Enfatiza o autor que "essa deficiência é facilmente observada em hotéis de lazer (grifo meu), quando os animadores, às vezes, mais constroem do que estimulam o cliente a participar de uma gincana ou passeio" (p.142). Da mesma forma, completa o autor, um animador mais sisudo ou tímido também se revela ineficiente, se não conseguir transmitir ao cliente firmeza em suas propostas.

CERRA et al. (1996) mostram que o animador num hotel de lazer – denominado por eles de animador turístico – tem a possibilidade de proporcionar férias mais participativas, fazendo com que os hóspedes se relacionem por meio das diversas atividades de entretenimento.³ Para estes autores, o animador turístico deve atuar como um verdadeiro "relações públicas" e a programação a ser oferecida por este

³ Este conjunto de atividades de lazer oferecidas pelos hotéis através de profissionais de diferentes áreas como hotelaria, turismo, educação física e artística, entre outras, é denominado de animação hoteleira ou animação turística.

profissional, para atingir tal objetivo, deve conter as mais variadas atividades, como por exemplo: esportivas, culturais, jogos, concursos, recreativas, festas, entre outras. Para desempenhar este papel, estes autores enfatizam que o animador turístico deve conhecer os interesses e os gostos e, ainda, os costumes dos hóspedes que estão no hotel. Nesta programação, o hóspede deve ter a opção pela prática ou contemplação, sendo importante considerar que, contemplando, ele também pode estar descansando e/ou se divertindo.

CERRA et al. (1996), no entanto, alertam que a atuação dos animadores pode ser incipiente se aglomerar uma série de atividades que, ao invés de entreter, "sufocam" os hóspedes, não dando o tempo suficiente para repouso ou para desfrutar de tais atividades como desejar. A programação deve estar à disposição dos hóspedes e os animadores devem motivá-los a participar. Consideram, desta forma, que o animador turístico, atuando nos hotéis de lazer, deve apresentar o seguinte perfil:

"relações públicas, relações humanas, conhecimentos de sociologia, de idiomas, capacidade de adaptação e organização, responsabilidade, iniciativa própria, capacidade de lidar com pessoas, de motivação, dinamismo, conhecimentos de cultura geral e conhecimentos de diversas atividades."
(p.402)

GALLEGO (1996) também denomina de animador turístico o profissional do lazer que atua na rede hoteleira. Este autor concorda com CERRA et al. (1996) quanto ao perfil que este profissional deve apresentar e acrescenta outras qualidades que ele deve possuir neste campo de atuação tanto na coordenação da equipe quanto os animadores que estão em contato com os hóspedes: "vocação (gostar do que faz), comunica o, capacidade para solucionar problemas dos hóspedes" (p.250).

GALLEGO (1996) mostra ainda, como MARCELLINO (1996) e CERRA et al. (1996) que a programação deve partir dos desejos dos hóspedes. Para o autor, o animador turístico, ao planejar a programação a ser oferecida, deve partir dos desejos do cliente, pesquisando com os hóspedes o que eles gostariam de participar em sua estadia no hotel. Sendo estes de níveis culturais, sociais, sexos, profissões, faixas etárias e religiões diferentes, exigem também atuações diferenciadas do animador turístico. É importante considerar estas variáveis sócio-culturais para o planejamento da animação hoteleira. Na impossibilidade de fazer este levantamento prévio com os hóspedes, é importante que o animador diversifique ao máximo a programação a ser oferecida, não privilegiando um conteúdo ao outro. É comum em alguns hotéis o animador oferecer muitas atividades esportivas e poucas atividades artísticas e manuais, por exemplo.

Este autor alerta também que "conceber a animação hoteleira somente como uma simples ocupação recreativa do tempo livre é um erro" (p.243). Discorda que a animação hoteleira seja oferecer entretenimentos ao longo do dia no espaço do hotel ou "vender" uma cultura padronizada, que muitas vezes é uma distorção da

realidade sócio-cultural que se visita.

Para GALLEGO (1996), concordando com a visão de CERRA et al. (1996) e SÓLER (2000), "a animação hoteleira deve proporcionar uma comunicação entre os grupos, proporcionando uma maior integração entre os visitantes nos aspectos sociais, culturais e econômicos" (p.244).

Deve, também, promover um desenvolvimento pessoal, além do descanso e do divertimento, ampliando a bagagem cultural dos hóspedes e, conseqüentemente, promover uma melhor qualidade de vida destes.

No entanto, para que a animação hoteleira cumpra todos estes objetivos é necessário, ainda, que o animador tenha apoio de outros departamentos do hotel. Muitas vezes, estes sofrem preconceitos de outras áreas ou de funcionários do hotel que o vêem como mais um "hóspede" e que está ali somente para "brincar" e se "divertir". Cabe ao animador mais esta função: mostrar aos seus colegas do hotel que ele também está em seu ambiente de trabalho, que seu trabalho é sério e não necessariamente "fácil" como pode parecer.

Considerações Finais

É crescente o número de hotéis de lazer que vêm investindo recursos na animação hoteleira. Contudo, o animador que vai atuar nestes hotéis, seja como coordenador de equipe, seja em contato direto com os hóspedes, deve considerar alguns aspectos: que a animação hoteleira deve ter objetivos mais amplos do que só "entreter" os hóspedes; que no tempo livre em que os hóspedes estão no hotel – finais de semana, feriados ou férias – eles podem optar pelo descanso e não pelo divertimento, pela contemplação e não pela prática de atividades e isto deve ser respeitado. Deve ser considerado, também, que os hóspedes devem ser consultados pelo animador antes de planejar a programação e, na impossibilidade de se fazer este diagnóstico, o animador deve oferecer uma programação bastante diversificada, variando os conteúdos do lazer. Desta forma, o hóspede pode optar por atividades de que mais gosta, uma vez que atividades de lazer devem, fundamentalmente, proporcionar o prazer. Finalmente, os animadores devem, ainda, mostrar aos gerentes e proprietários do hotel (que em sua maioria não possuem a fundamentação teórica sobre o lazer) que as atividades de lazer devem ser livremente escolhidas e que "forçar" os hóspedes a participarem pode constrangê-los e fazer com que eles não voltem mais, e, assim, os empresários deixarão de obter o tão desejado lucro.

Referências.

- CAMARGO, L. O. L. *Educação para o lazer*. São Paulo: Moderna, 1998.
- CAMPOS, L. C. A. M.; GONÇALVES. *Introdução a Turismo e Hotelaria*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998.
- CERRA, J. et al. *Gestión de producción de alojamientos y restauración*. Madrid: Síntesis, 4ª ed, 1996.

CAVALLARI, V.; ZACHARIAS, V. *Trabalhando com Recreação*. 5ª Ed., São Paulo: Ícone, 2001.

DUMAZEDIER, J. *Questionamento teórico do lazer*. Porto Alegre, s.d.

GALLEGO, J.F. *Dirección, Estratégica en los hoteles del siglo XXI*. Madrid: MC Graw-Hill, 1996.

PINA, L.W. Multiplicidade de profissionais e de funções. In: MARCELLINO, Nelson Carvalho. (Org) *Lazer: formação e atuação profissional*. Campinas: Papirus, 1995.

SALOMÃO, M. *Parque de diversões no Brasil: entretenimento, consumo e negócios*. Rio de Janeiro: Mauad (Coleção Cultura e Consumo), 2000.

SILVESTRE NETO, D. Quem é o animador cultural? *Leituras CELAZER*, São Paulo: SESC, 1980.

SÓLER, J. R. M. *Técnicas de Gestión y Dirección Hotelera*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.

SUMMARY: At the increasing business of hotelkeeper animation, the hotelkeeper have a primordial duty of motivate the guest participation in the leisure activities. However, the interest of those professionals at this context can, many times, constrain instead to stimulate. At this text will be discussed the leisure professional's performance at the hotels and their activities at the leisure program's evolution.

KEY-WORDS: leisure, hotel, leisure's professional