

## LAZER, TRABALHO E CONSUMO: POSSÍVEIS APROXIMAÇÕES

**Recebido em:** 13/12/2010

**Aceito em:** 06/06/2011

*Emília Amélia Pinto Costa da Silva*<sup>1</sup>  
UPE/UFPB  
Campina Grande – PB – Brasil

*Priscilla Pinto Costa da Silva*<sup>2</sup>  
Universidade Federal da Paraíba  
Campina Grande – PB – Brasil

**RESUMO:** O estudo tem como objetivo discutir as relações entre lazer, trabalho e consumo, a partir da identificação e análise da ocupação do tempo livre dos trabalhadores do SESI de Campina Grande/PB. Trata-se de uma pesquisa descritiva do tipo de campo, no qual participaram 37 trabalhadores do SESI. Os resultados conduziram a quatro categorias analíticas: i. tempo de trabalho; ii. tempo destinado ao lazer; iii. práticas de consumo como lazer; e iv. espaços utilizados nas experiências de lazer. Percebe-se que o trabalho e o consumo se inserem na vida dos indivíduos da sociedade contemporânea, influenciando no tempo e nas vivências de lazer.

**PALAVRAS- CHAVE:** Atividades de Lazer. Jornada de Trabalho. Recreação.

### LEISURE, WORK AND CONSUMPTION: POSSIBLE APPROACHES

**ABSTRACT:** The study aims to promote the discussion of the relationship between leisure, work and consumption, based on the identification and analysis of the occupancy of free time by the employees of the SESI in Campina Grande / PB. This is a descriptive research concerning the type of field in which 37 of this employees participate. The results led to four analytical categories: i. working time; ii. leisure time, iii. consumption practices as leisure, and iv. spaces used at leisure experiments. It is noticed that labor and consumption are included in individuals' lives at contemporary society, influencing the time and leisure experiences.

**KEYWORDS:** Leisure Activities. Work Hours. Recreation.

### Introdução

<sup>1</sup> Mestranda do Programa Associado UPE/UFPB.

<sup>2</sup> Professora mestre da Faculdade Maurício de Nassau.

Sabe-se que o lazer, no decorrer da história, passou por várias modificações quanto ao seu significado, contudo vem ganhando um lugar, na sociedade, por se caracterizar como um momento de contemplação, relaxamento e meditação, no qual se inserem as manifestações culturais, busca pelo prazer, divertimento e ócio. Sob tal postura, Padilha (2000) alerta as incontestáveis discussões referente ao aumento da problemática do tempo livre, reforçando a necessidade desse tema para a atualidade.

Todavia as relações entre lazer e trabalho têm sido construídas pela sociedade ao longo da história. Na sociedade contemporânea, com a globalização, o advento do capital e desenvolvimento das empresas, o lazer ganha um espaço nas discussões destas organizações (SILVA; GONÇALVES JUNIOR, 2009). Nesta perspectiva, conforme os autores, do mesmo modo que o lazer vem sofrendo ressignificações, no decorrer do processo histórico, o trabalho também vem se transformando, seja no sentido positivo e/ou negativo, adquirindo relação com o mecanismo histórico que atua nessa sociedade, no que concerne às características econômicas, políticas, sociais e culturais.

As mudanças no mundo do trabalho, especificamente, decorrentes das inovações tecnológicas e organizacionais concebem uma nova forma de regular o tempo de trabalho e o tempo de não-trabalho (PADILHA, 2000). O estudo de Brown (2008) aponta para este avanço tecnológico que recai no trabalho e lazer, tendo como ferramenta a *internet*, visto a relação com o trabalho e ao mesmo tempo com o lazer proporcionando a propriedade intelectual. Neste sentido, estas dimensões apresentadas pelo autor se relacionam entre si frente a uma ética desafiadora por meio da *internet*.

No entanto, Silva e Gonçalves Junior (2009), não acreditam na centralidade do trabalho como única finalidade, mas sim, como um fenômeno igualmente ao lazer e à educação que constituem uma prática social inserida na vida humana. Assim, Brown

(2008), relata que é necessário observar mudanças culturais, e ampliar novos conhecimentos repensando as categorias de trabalho e de lazer. Neste pensar, observa-se o aumento do tempo livre em decorrência das transformações sociais. Zarotis, Katsagolis e Mitrotasios (2007), mostraram, em seu estudo, que as questões políticas, ecológicas e econômicas têm afetado a vida dos sujeitos tanto pessoal como profissional, e como consequência as atividades do tempo livre. Então, a partir dessas concepções, os autores apresentaram duas teorias de tempo livre que vêm se desenvolvendo: a primeira, teoria complementar, refere-se ao tempo livre como valor integrado na vida de um trabalhador; e a segunda, teoria do contraditório que considera o tempo livre como um período de autodeterminação, em contraste com o tempo de trabalho.

Nesta perspectiva, a sociedade favorece uma educação com maior ênfase no âmbito do trabalho, ficando o homem moderno, muitas vezes, preso a essa centralidade e supervalorização. Neste sentido, Zarotis, Katsagolis e Mitrotasios (2007) ressaltam que o trabalho se tornou um meio de encontrar um significado na própria vida. Deste modo, pela falta de uma adequada educação para o tempo livre, Martins (2008, p. 2) expõe que o processo de educação/orientação organizado pela sociedade moderna ocasionou valores na atual sociedade de consumo que não consideram a “educação/orientação para ser/existir num tempo de nada fazer”. Cabe ressaltar que, mesmo assim, o lazer ganha um espaço na sociedade, ocasionando a necessidade desse tempo para o homem. Porém se percebe que muitas de suas ofertas se inserem em práticas capitalistas, devido às inúmeras opções de lazer interligadas ao consumo, como exemplo os encantadores pacotes turísticos, brinquedos industrializados, jogos de computadores, parques temáticos, shopping, entre outros. Nesta direção, a indústria de

entretenimento desenvolve-se constantemente, criando e inovando produtos para atrair novos consumidores. Assim, é necessário atentar-se para as formas de consumo oferecidas à sociedade em seu tempo livre.

Neste sentido, a instituição do SESI - Serviço Social da Indústria - foi escolhida para realização desse estudo, por ser uma entidade que desenvolve ações no âmbito da educação, do lazer, da saúde e da promoção social para a indústria e seus trabalhadores, assim como para a comunidade de forma em geral. Nesta perspectiva, é uma instituição que está atenta à importância de lazer e insere em seu estabelecimento políticas de lazer, reconhecendo a contribuição desse fenômeno para o desenvolvimento pessoal e social dos indivíduos em geral. Diante deste cenário, o artigo tem como objetivo discutir as relações entre lazer, trabalho e consumo na sociedade contemporânea, a partir da identificação e análise da ocupação do tempo livre dos trabalhadores do SESI, de forma a apontar indicadores para a constituição de políticas de lazer atentas à problemática do consumo na sociedade contemporânea.

### **Lazer e Trabalho: algumas aproximações**

Na literatura não existe um acordo no que se refere à definição do lazer e tempo livre, contudo se percebe que, dentre as definições existentes, o fator tempo e atitude estão presentes (MARCELLINO, 2003). Assim, o “tempo” é o tempo liberado, não só do trabalho, mas de todas as obrigações, sejam elas no aspecto religioso, social ou familiar. E a “atitude” satisfaz a relação entre o sujeito e as experiências vividas (MARCELLINO, 2003).

Todavia, por meio da solidificação de propostas de lazer, coerentes e condizentes para as especificidades de cada grupo social, desenvolve-se um exercício

pleno de cidadania, pois se criam novas possibilidades de ação e opera como mecanismo de educação, mobilização, organização e inclusão social, interligando o trabalho, a educação e o lazer (OLIVEIRA, 2004). É interessante destacar que o lazer é direito de todos os cidadãos, conforme a Constituição de 1988, no art. 6º, capítulo II, dos direitos sociais (BRASIL, 1988). O lazer é direito de todos assim como o trabalho, a saúde, a segurança. Embora, sabe-se que não são todos que exercem esse direito, pois são evidentes os problemas enfrentados pelo país, em que muitas vezes o lazer é considerado como futilidade, visto que a fome, o frio, a educação clama por uma urgência maior.

Outra justificativa de não vivenciar o lazer é a falta de tempo, devido à sociedade se inserir em uma lógica no qual o tempo é cronometrado, sendo o relógio uma verdadeira máquina a ser seguida, em que a maior parte do tempo é destinado ao trabalho, embora haja um descanso, conforme Cohon e Safatle (2009) muitas vezes este é preenchido com algum outro trabalho. Nesta direção, o fator tempo passa por expressivas transformações devido à medição do tempo cotidiano e a quantificação do tempo social na sociedade industrial, em que se chega a ponto de comercializar o próprio tempo, tornando-o mercadoria com valor econômico (MARTINS, 2008). Em contrapartida há os trabalhadores que dispõem de tempo mais flexível, como a dona de casa, artistas, trabalhadores independentes, os quais o tempo de trabalho não funciona de forma regular, assim estes grupos não determinam com os modelos de tempo livre (ZAROTIS; KATSAGOLIS; MITROTASIOS, 2007).

Neste enfoque, é necessária uma educação voltada para o lazer que proporcione uma conscientização de sua importância entre os indivíduos, oferecendo o bem-estar, divertimento, descanso entre outros aspectos positivos para o cidadão. De tal modo, é

preciso também uma educação para a distribuição do tempo, para que o trabalho não seja o único elemento enfatizado na sociedade, pois o estudo apresentado por Zarotis, Katsagolis e Mitrotasios (2007) apresentou pesquisas desenvolvidas sobre o tempo livre, mostrando que 53% dos entrevistados que tiveram a redução do trabalho, tinham a sensação de não possuir tempo livre suficiente.

Neste sentido, compreender a importância e as questões do tempo livre não é tarefa de fácil absorção para a sociedade que está centrada no trabalho e o considera como fenômeno de necessidade para a existência humana. Desta forma, é necessário compreender o lazer numa perspectiva ampla, e não o tratando de forma isolada (MARCELLINO, 2003). De tal modo, torna-se importante indagar sobre questões referentes ao lazer relacionando-as com o trabalho.

Deste modo, o trabalho, sendo visto como a busca das realizações, torna-se uma atividade que, além de definir o homem, pode gerar prazer e, ao mesmo tempo, desprazer, ocasionando estresse para o indivíduo. Dialogando com Padilha (2000), mesmo com as metamorfoses no mundo do trabalho, ele continua sendo o meio de contorno e guia para a vida humana. Nesta linha de pensamento, as variações no universo do trabalho têm o objetivo de diminuir sua carga, ocasionando mais tempo livre, porém se observa o incômodo e desconforto que a “falta do que fazer” provoca no homem. Martins (2008) aponta isso como algo paradoxal, pois além de existir uma pressa, criam-se instrumentos para ganhar tempo, mas, por outro lado, o tempo que sobra é preenchido com mais atividades. Para Antunes (2006), o trabalho aparece como um tempo de realização social, sendo um meio de existência para o homem, devido a esse motivo, torna-se uma forma de partida para a humanização do ser social.

Deste modo, Gomes (2004, p. 121) aponta que mesmo o trabalho e o lazer possuam diferentes características, ambos participam da mesma dinâmica social, apesar das contradições existentes, “[...] trabalho e lazer não constituem pólos opostos, representando faces distintas de uma mesma moeda”. Neste pensar, eles se relacionam, apesar de ser/ter campos distintos, participando da esfera da vida humana, não obstante um ter mais importância que o outro, cada um tem sua significação assim como uma importância, no qual o homem deve equilibrar tais atividades em suas vidas.

### **Compreendendo o Consumo**

A prática do consumo aos poucos se integra na vida da sociedade e se enquadra tanto no meio familiar, religioso, profissional, escolar, da saúde e do lazer. As transformações constantes dos produtos fazem com que as pessoas criem o desejo de novidades, a paixão pelo novo e o hedonismo (LIPOVETSKY, 2007). Desta forma, os fabricantes lançam produtos cada vez mais inovadores para suprir tais “necessidades”. Todavia é notória a existência de mudança contínua dessas necessidades pelos consumidores, após cada lançamento um novo desejo de compra, em que, muitas vezes, as modificações de uma coleção a outra são mínimas, porém a sociedade tende a sempre se atualizar, tornando um ciclo contínuo de consumo.

Assim, Giddens (2002) comenta sobre o consumismo numa sociedade dominada pelas aparências, no qual se configura como um meio de solução para a vida social moderna que estabelece padrões de bens e serviços fazendo com que indivíduos vivam cercados de espelhos, procurando a aparência de um “eu” socialmente valorizado e imaculado. De tal modo que para deixar os clientes mais à vontade para consumir, as lojas transformam seus ambientes de acordo com o estilo dos produtos à venda. Espaços

climatizados, confortáveis, com artifícios, fazendo com que o cliente tenha prazer em permanecer dentro do estabelecimento durante a escolha dos produtos.

Seguindo as argumentações de Oliveira e Freitas (2004) que explanam o ato de consumir nos dias atuais, passa a ser uma forma pela busca de identidade tornando um referencial descoberto por novos objetos e serviços, que ocasiona uma busca interminável por satisfações de necessidades. Para tanto, Baudrillard<sup>3</sup> (1970, citado por LIPOVETSKY, 2007, p.138) recorre para caracterizar a sociedade de consumo: “é a ausência de reflexão, de perspectiva sobre si mesma [...] não existe mais a vitrine na qual o indivíduo já não reflete a si próprio, mas se absorve na contemplação dos objetos/signos multiplicados”.

Desta forma, percebe-se que, atualmente, o consumidor faz suas opções de compra mais explanadas, mas não implica dizer que esses consumidores não podem ser influenciados pelas propagandas e estratégias contínuas dos fabricantes. É evidente a existência de consumidores com autonomia de escolha, que analisa a compra e avalia como o produto pode se originar em seu meio.

Até o ano de 1880, era inexistente a presença das marcas, logo após, iniciou-se o investimento em embalagens com seus respectivos nomes, método esse que permanece até os dias de hoje, exercendo influência sobre os consumidores no ato da compra. A construção da marca oferece subsídios na compreensão do consumidor com o objetivo de que não seja apenas a característica do produto, mas também a importância do significado da marca. No entanto, “criar uma personalidade de uma marca é criar um significado ou um valor para um produto de modo que estimule a sensação de desejo no consumidor e gere uma percepção positiva para a sua imagem” (ALMEIDA, 2006, p.2).

---

<sup>3</sup> BAUDRILLARD, Jean. **La société de consommation**. Paris: Denoël, 1970.



A presença das marcas e do consumo também se insere na questão do lazer, com o desenvolvimento da indústria do entretenimento e a criação de espaços de lazer. Desperta a ideia de que os nomes dos produtos e dos estabelecimentos tenham grande referencial no momento da escolha de tais opções. Essa indústria tem muitos instrumentos para seduzir os consumidores e vem crescendo a cada ano, sejam com brinquedos cada vez mais modernos, parques temáticos, shopping centers, festas, ilhas paradisíacas, internet entre outros meios.

Em tal contexto, Oliveira (2004, p. 01) relata que, a indústria de entretenimento atrai os consumidores com sugestões para os satisfazerem. Portanto se observam propostas de lazer vinculadas aos meios de comunicação, não interpretadas de forma correta, sendo vendida uma ideia de lazer constituinte de tarefas física e esportiva, artística e cultural, recreativa, sendo realizados em espaços livres e/ou construídos de forma intencional para esses fins, “com um grande número de pessoas bonitas e felizes, e uma parafernália de produtos que referenciam, socialmente a qualidade de tal lazer”.

Nesta perspectiva, pode-se encontrar, na cidade, várias opções de consumo para as horas de lazer, como é o caso dos shoppings centers, que são consideradas verdadeiras casas de consumo, além da estrutura para atender clientes de todas as faixas etárias, sejam nas lojas infantis, lojas de roupas femininas e masculinas, parques para crianças, livrarias, praça de alimentação, conforto e segurança.

Os parques temáticos conseguem atrair indivíduos de todas as idades que estão à procura de adrenalina, com inovações e seguranças. No Brasil há cerca de 33 empreendimentos desta área, abrangendo 11 parques temáticos, dentre eles Beto Carrero World, Hopi Hari, Play Center, entre outros e 22 parque aquáticos, como Veneza Water Park, Beach Park, entre outros (SANT'ANNA, 2007). Com propagandas e roteiros

encantadores, chamam a atenção de inúmeras pessoas anualmente, como forma de lazer. Tais empreendimentos têm vários atributos para conquistar os indivíduos, eles produzem o que interessa ao consumidor e, mesmo não chamando atenção, faz o consumidor se sentir atraído e criar uma necessidade de possuir tal produto. No entanto, não se podem omitir as oportunidades que essas indústrias oferecem em torno do profissional do lazer, gerando empregos e possibilidades lucrativas para os seus trabalhadores. Neste contexto, é importante que o profissional de lazer saiba orientar os sujeitos para que estes não vivenciem apenas experiências voltadas ao consumo, que possibilitam a restrição de vivenciar a sua criatividade, liberdade de novas atividades e experiências.

### **Metodologia**

Trata-se de uma pesquisa descritiva, no qual o procedimento adquirido para a coleta de dados configura-se como um estudo de campo. Uma das características da pesquisa descritiva, é que esta tem por finalidade observar, registrar e analisar fenômenos atuais (MARCONI; LAKATOS, 2002). Sendo assim, a população caracterizou-se pelos trabalhadores do SESI do estado da Paraíba, constituindo uma amostra de 59 trabalhadores do SESI da Unidade João Rique Ferreira, localizado no Distrito Industrial da cidade de Campina Grande/PB. Os critérios de inclusão estabelecidos para participar da pesquisa foram indivíduos com idade acima de 18 anos, que estivessem exercendo algum tipo de trabalho nesta unidade. Os critérios de exclusão consistiram nos sujeitos que estivessem de licença ou que trabalhassem em outras unidades do SESI.

Como instrumento para coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, elaborado pelas pesquisadoras. A escolha pelo questionário surgiu pela facilidade para analisar os dados, além de sua elaboração consistir em manifestar os objetivos da pesquisa a partir de critérios definidos (GIL, 2002). Desta forma, o questionário foi aplicado no expediente normal dos trabalhadores, totalizando 37 questionários respondidos. Na apreciação das informações coletadas, a estratégia seguida foi à análise de conteúdo de Bardin (2009) que possibilitou a classificação das respostas em quatro categorias temáticas:

É importante destacar que a pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética de Pesquisa com seres humanos da Universidade Estadual da Paraíba, com protocolo de número 0172.0.133.000-08, em 20 de agosto de 2008, e os sujeitos que aceitaram participar do estudo assinaram o termo livre e esclarecido.

## **Resultados e Discussão**

A análise e interpretação dos dados conduziram a classificação das respostas obtidas em quatro categorias analíticas, sendo elas: *Tempo de Trabalho*, *Tempo Designado ao Lazer*, *As Práticas de Consumo nos Momentos de Lazer* e *Os espaços Utilizados nas Experiências de Lazer*.

### **Tempo de Trabalho**

Nessa categoria, foi analisado o “*Tempo de Trabalho*” dos sujeitos pesquisados, não apenas a carga horária diária, exercida na instituição, bem como fora dela. Todavia, é importante destacar que, o tempo de trabalho e de não-trabalho é institucionalizado, sendo este último um tempo em que o sujeito se disponibiliza a realizar atividades

diversificadas (OLIVEIRA, 2004). Deste modo, o trabalho se torna uma referência principal de tempo utilizado pelos indivíduos na orientação da vida.

A esse respeito, ao analisar os dados referentes ao tempo que os questionados passam trabalhando, observou-se que 48,6% dos sujeitos trabalham até oito horas por dia; 27,2% até seis horas por dia; 21,6% trabalham mais de oito horas por dia e outros 2% não responderam a questão. Tendo em vista as atividades exercidas no tempo que não estão trabalhando no SESI, alguns questionados expõem a existência de outro trabalho formal ou informal e parte das mulheres, no tempo fora do trabalho, aproveita para desempenhar atividades domésticas.

Nesta perspectiva, Lipovetsky (2005) relata que realizar outras atividades de trabalho tornar-se possível, pelo fato de que, nos dias atuais, os horários de trabalho são mais flexíveis, percebendo a jornada individualizada. Neste enfoque, a relação da duplicação da carga horária com a produtividade dar-se talvez, pelo simples fato da acumulação de bens, que estão interligadas à lógica capitalista. Por outro lado, é necessário compreender que essa duplicação pode ser resultado da má remuneração que parte da população brasileira enfrenta.

### **Tempo Designado ao Lazer**

Outra categoria de análise está relacionada ao “*Tempo Designado ao Lazer*”, sob esse olhar, faz-se necessário compreender como os indivíduos percebem a importância de reservar um tempo de suas vidas para vivências de lazer. Predominantemente, verifica-se que 51% dos questionados realizam uma reserva de seu tempo para experiências de lazer, portanto se observa certa preocupação por parte desses atores sociais para guardar um tempo diário para o lazer.

Neste sentido, sabe-se da importância do fenômeno do lazer para a emancipação humana e da cidadania, além de ser uma forte estratégia para promoção da saúde (BACHELADENSKI; MATIELLO JÚNIOR, 2010). De fato, reservar um tempo para o lazer pode proporcionar benefícios para a vida dessas pessoas, como o Sujeito 1 declara que a reserva desse tempo proporciona “*melhor qualidade de vida*”.

Sob esta dimensão, tornou-se necessário identificar o tempo diário destinado ao lazer, que constatou que os pesquisados reservam de uma a duas horas por dia. A esse respeito o sujeito 11 relata que guarda “*uma hora e meia por dia, para melhorar a qualidade de vida*”. No entanto, cabe ressaltar que o estudo não teve a finalidade de cronometrar o tempo que esses indivíduos destinam ao lazer, apenas procurou identificar que as vivências de lazer desses trabalhadores não se restringem exclusivamente aos finais de semana e feriados.

O estudo de Oliveira (2004) indica que, na sociedade moderna, o tempo se resumiu em intervalos de almoço, final do expediente, licença, feriados e finais de semana. Assim, ao perceber que os pesquisados se interessam pelas vivências de lazer, em diferentes períodos, considera-se tal ponto um fator positivo. Ainda neste sentido, Gomes (2008) relata que esse tempo satisfaz ao momento presente e não se restringe aos momentos institucionalizados para o lazer, como é o caso das férias, feriados e finais de semana.

Por outro lado, 48,7% da amostra não têm o hábito de ter um período do dia reservado para o lazer, declarando falta de tempo, como afirma o Sujeito 30 “*nos horários livres de um trabalho, já estou em outro e me resta apenas o domingo*” e o Sujeito 37 afirma o “*comodismo*” como justificativa de não vivenciar diariamente alguma experiência de lazer. Quando o Sujeito 37 relata o “*comodismo*”, entende-se o

lazer como simples execução de atividades. Ampliando esta análise, Gomes (2008) alerta que não se deve analisar o lazer como realizações de mera atividade, que visam apenas à diversão e o relaxamento alienante, descontextualizadas da dinâmica social.

Ainda sob esta ótica, essa realidade parte para a necessidade de uma intervenção educativa, fazendo com que a sociedade tenha consciência do valor e da importância do uso do tempo livre. Assim, conforme De Masi (2000), a educação para o tempo livre significa uma educação para o lazer.

Entretanto é fundamental relatar que nenhum participante do estudo afirmou ser contra reservar um momento diário para o lazer. Os pesquisados apenas mencionam a falta de tempo como fator principal que impede essa reserva, como descreve o Sujeito 18 *“devido às atividades que tenho que desempenhar em casa e as profissionais, não sobra tempo”*.

De fato, observa-se que parte dos sujeitos compreende a importância do lazer em suas vidas, porém, é possível notar ainda a necessidade de uma educação para o tempo livre, no sentido dos indivíduos compreenderem sua importância e, de alguma forma, vivenciar outras experiências nesse tempo disponível, para assim, o lazer ter um real significado na vida desses atores sociais.

### **As Práticas de Consumo nos Momentos de Lazer**

A categoria *“As práticas de Consumo nos Momentos de Lazer”* tem o intuito de identificar a média da reserva da renda familiar para o lazer, sendo importante para se aproximar das práticas de consumo realizadas nesse tempo destinado às vivências de lazer. Neste sentido, verifica-se que 62% dos indivíduos pesquisados costumam reservar parte de sua renda para o tempo livre, em contrapartida, 35% relatam não realizar essa

reserva. As atividades de lazer, no que se referem às despesas realizadas nesse setor, vêm crescendo, gradativamente, no orçamento das famílias, como aponta Lipovetsky (2007, p. 61-62) “sua progressão desde os anos 1950 é regular: as famílias lhe consagravam 6% de seu rendimento disponível em 1960, 7,3% em 1980, 9,5% em 1999”.

De tal modo, foi pesquisado se essa renda participa do orçamento mensal fixo, quando 62% afirmaram ter essa renda no orçamento mensal fixo, 1% confirmou que não participa do orçamento mensal e outros 33% não responderam à pergunta. Sendo assim, os participantes da amostra que afirmaram guardar parte da renda para o lazer, descreveram a forma do planejamento para tais despesas, sendo possível verificar que algumas pessoas não fazem planejamento para o lazer, como o caso do relato do Sujeito 29: “*aleatório, eu não planejo muito*”. O Sujeito 11 expõe “*não faço esse planejamento*”. Mas parte dos participantes relata a elaboração de um planejamento “*coloco todas as minhas contas na minha agenda aí depois vou saber como dividi-lo*” (Sujeito 26). “*Planilha mensal, livro caixa*” (Sujeito 31).

Conforme Oliveira e Freitas (2004), a diversidade de produtos a ser consumido, resulta em um processo entrelaçado de vários estilos de vida. Os autores explicam que tal processo de conquista de bens e serviços submete a um cenário simbólico, entre sonhos e emoções que são despertados por meio do ato de consumir. Assim, houve relatos que, por meio da análise dos questionários, foi possível perceber que determinados sujeitos veem essa reserva como necessidade, alegando o planejamento da reserva como: “*racionalmente e considerado como despesa necessária*” (Sujeito 8). “*Eu reservo um valor fixo para o meu lazer*” (Sujeito 9). “*Reservo em torno de 10%*” (Sujeito 27). Entretanto não foi possível identificar, mais minuciosamente, acerca da

distribuição dessa renda destinada ao lazer, como esta é fragmentada e empregada nos momentos de lazer desses consumidores.

### **Os Espaços Utilizados nas Experiências de Lazer**

A categoria “*Os Espaços Utilizados nas Experiências de Lazer*” discute os espaços de lazer utilizados pelos sujeitos pesquisados, procurando identificar a relação entre os lugares visitados e as atividades realizadas por estes. A partir de relatos advertidos pelos participantes, pode-se observar, no geral, certo equilíbrio entre lugares que existem possibilidades de consumo e outros locais que não necessitam.

Desta forma, como o Sujeito 31 relata que frequenta “*a casa dos meus pais, igreja, clube, shopping*”. O Sujeito 23 aponta a “*casa de familiares, shopping, internet*”. Com relação à mesma questão, observam-se relatos de alguns sujeitos que citam apenas atividades direcionadas ao consumo “*cinema, ‘Café & Poesia’, shopping*” (Sujeito 34). O Sujeito 12 relata “*às vezes, frequento um salão de beleza (p/ os cuidados pessoais), um cinema, um happy hour com os amigos, etc*”.

Neste enfoque, não se sabe, ao certo, se a procura dessas atividades foi devido à falta de opção ou apenas o prazer em frequentar esses lugares no tempo livre. Todavia, sabe-se que as opções intermináveis, ligadas ao consumo, são constantemente modificadas de acordo com os sujeitos que exigem cada vez mais essas mudanças frequentes. Todavia, de acordo com Oliveira e Freitas (2004), a emoção para consumir incentiva a busca pela novidade.

Outra pergunta procurou identificar atividades que os sujeitos não deixam de executar no tempo livre, e a mesma possibilitou um leque de respostas, nesse sentido, observa-se à colocação do Sujeito 23 o qual declara que, além do descanso nesse tempo



livre, resolve pendências pessoais “*descansar, internet e resolver problemas rotineiros como bancos, contas, etc*”, bem como o Sujeito 16 que respondeu que reserva o tempo livre para a “*organização do lar*”. Ainda houve relatos de atividades apenas destinadas ao lazer, como explana o Sujeito 32, “*ouvir uma boa música, ler livros, um ótimo DVD, sair com amigos*”. E ainda, tratando-se da mesma perspectiva, o Sujeito 24 “*ir à missa, dormir, visitar amigos e parentes, ver TV, usar o computador*”.

Desta forma, percebe-se o paradoxo das atividades realizadas nesse tempo, enquanto alguns realizam atividades relacionadas ao trabalho, além da sua carga horária regulamentada legalmente, no tempo livre esses sujeitos procuram mais trabalhos, conseqüentemente, minimizando seu tempo de lazer. Para tanto, denominam-se essas pessoas de *workaholic*, expressão usada para aqueles indivíduos que não conseguem se desligar do trabalho (MELO; ALVES JUNIOR, 2003). Em relação aos outros sujeitos, os mesmos utilizam esse tempo para o descanso e/ou realizar atividades que tragam o prazer, desligando-se do tempo de trabalho.

Em relação às instalações do SESI, a entidade oferece aos seus trabalhadores e sócios equipamentos de esporte e lazer, neste aspecto, objetiva “promover a qualidade de vida do trabalhador e de seus dependentes, com foco em educação, saúde e lazer, e estimular a gestão socialmente responsável da empresa industrial” (SESI, 2007, p. 9). Assim, 56,7% dos questionados não utilizam as instalações do SESI em seu tempo livre, 29,7% relatam frequentar esse espaço, 5% expõe que, às vezes, utilizam, outros 5% não responderam a questão e 2% afirmaram ainda não utilizar essas instalações. Para tanto, os participantes que alegaram a não utilização desses espaços, justificaram-se por ser dentro do ambiente de trabalho, como expõe o Sujeito 04 “*porque eu trabalho neste espaço e eu me sentiria trabalhando*”. O Sujeito 14 aponta que “*não, porque no*

*horário de trabalho não é possível*". Neste último caso, percebe-se a falta de conhecimento quanto ao uso gratuito das instalações do SESI fora do expediente de trabalho.

Aos participantes da amostra que confirmaram utilizar essas instalações, constatou-se motivação quanto ao uso, como expõe o Sujeito 26 "*sim. Porque o SESI nos proporciona um espaço agradável de lazer*". O Sujeito 23 relata que "*sim. Por oferecer campo, quadra, etc*". E o Sujeito 09 "*sim, porque são excelentes para o lazer*". Contudo é importante refletir sobre as contraditórias dimensões dos sujeitos questionados, quando relataram seus dizeres, de um lado há uma falta de informações acerca das atividades de lazer oferecidas pelo SESI, por outro lado existe um interesse por estes espaços. Ainda há aqueles que se interessa em utilizar espaços diferentes do trabalho em seus momentos de lazer.

### **Considerações Finais**

No decorrer da pesquisa, surgiram algumas reflexões acerca da temática que convém ser mencionadas e serem feitas algumas considerações. Ao analisar os relatos expostos nos questionários, foi possível observar indivíduos impulsionados pelo trabalho, em que, mesmo no tempo liberado ao lazer, realizam alguma atividade do trabalho. Conforme foi visto foi possível verificar que alguns questionados recusam vivências de lazer pelo fato de possuírem outras atividades prioritárias, como as tarefas do lar, planejamento de trabalhos ou até mesmo outro emprego, e assim não sobrava tempo para tais experiências, e até mesmo, para o descanso. Neste enfoque, é importante destacar o número expressivo de trabalhadores do SESI que não utilizam os espaços oferecidos pela instituição, compreendendo a carência de informações dos

próprios funcionários quanto ao conhecimento das atividades, espaços e serviços disponibilizados aos trabalhadores da instituição. Neste ponto, observa-se a necessidade de desenvolver políticas que deem suporte a uma educação continuada para e pelo lazer, para que assim, os indivíduos tenham oportunidade de conhecer a importância do mesmo, passando a ter um tempo livre de forma mais agradável e humanizada, beneficiando seu desenvolvimento social e pessoal.

De tal modo, o SESI insere uma política institucionalizada, oferecendo, no espaço do trabalho, opções de experiências de lazer, no entanto se torna ideal um profissional multidisciplinar, para facilitar a interação e participação desses funcionários, com o objetivo de oportunizá-los a novas experiências de lazer. Apesar dos questionados serem ligados ao trabalho, nota-se o reconhecimento do sentido do lazer em seu cotidiano, embora não sendo todos que dão a si a oportunidade de conhecer melhor as oportunidades que esse fenômeno pode lhe proporcionar. Os participantes da pesquisa compreendem a importância do tempo livre, entendido por eles como sinônimo de descanso, relaxamento e qualidade de vida.

Referindo-se às atividades de lazer ligadas ao consumo, é possível identificar a influência da produtividade em relação à prática do lazer, em que a lógica capitalista faz com que o tempo livre passe a ser um mero produto. Além disso, com o desenvolvimento tecnológico, ficam evidentes as modificações existentes dentro dos lares em relação às práticas de lazer.

Constatou-se também, a existência de atividades vinculadas ao consumo, tais como ir ao shopping, restaurante, boate e outros lugares. Mas se torna importante mencionar que estas atividades não focalizam apenas a prática do consumo, realizando, no entanto, outras manifestações de lazer.

Em suma, com as possibilidades no âmbito do trabalho, do lazer e do consumo que a sociedade atual oferece, resulta em uma mobilização a novas percepções no tocante à vida social, em que o tempo e o capital podem estar diretamente relacionados às opções de lazer escolhidas pelos indivíduos. No entanto, é preciso criar estratégias para que oportunizem novas vivências para a sociedade.

Para que as atividades de lazer futuramente não estejam apenas vinculadas ao consumo, devido ao crescimento de espaços privados de lazer e má infra-estrutura de espaços públicos, é preciso se atentar a questão das políticas públicas, para que a sociedade seja um agente construtor do direito de lazer para todos os cidadãos, contribuindo na transformação social. Em síntese, o trabalho, o lazer e o consumo são dimensões distintas e, concomitantemente, intrínsecas, em que todas essas áreas estão inseridas na dinâmica social. Neste sentido, conforme Gomes (2004) não se faz parte de uma sociedade neutra e desconectada, ou seja, não se vive em uma dimensão isolada, necessita-se desta forma, de uma interação, pois a vida social não se resume a uma única esfera.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. S. de. A influência da marca nos processos de decisão de compra do consumido: uma revisão teórica. *In: SEMANA ACADÊMICA DA FACULDADE SOCIAL DA BAHIA, IV, 2006, Salvador. Anais...* Salvador, 2006. p. 01-07.

ANTUNES, R. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 11 ed. São Paulo: Cortez; Campinas: Editora da Universidade Estadual de Campinas, 2006. 200 p.

BACHELADENSKI, M. S.; MATIELLO JÚNIOR, E. Contribuições do campo crítico do lazer para a promoção da saúde. **Cadernos de Saúde Pública**, v.15, n.5, p.2569-2579, 2010.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Portugal: Edições 70, 2009. 228p.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil (1988)**. São Paulo: Brasiliense, 1988.

BROWN, J. J. From Friday to Sunday: the hacker ethic and shifting notions of labor, leisure and intellectual property. **Leisure Studies**, v. 27, n. 4, p. 395-409, 2008.

COHON, J. C. K.; SAFATLE, V. Ensaio sobre educação, tempo livre e trabalho. **Primeiros Escritos**, São Paulo, v.1, n.1, p.141-152, 2009.

DE MASI, D. **O ócio criativo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Sextante, 2000. 328p.

GIDDENS, A. **Modernidade e identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002. 233p.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 176 p.

GOMES, C. L. Lazer - Concepções. In: GOMES, C. L. (Org.). **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. 119-126 p.

GOMES, C. L. **Lazer, trabalho e educação. relações históricas, questões contemporâneas**. 2. ed. rev. e ampl. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2008. 151 p.

LIPOVETSKY, G. **A sociedade pós-moralista. o crepúsculo do dever e a ética indolor dos novos tempos democráticos**. Tradução Armando Braio Ara. Barueri: Manole, 2005. 296 p.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. Tradução Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia Das Letras, 2007. 400 p.

MARCELLINO, N. C. **Lazer e educação**. 10. ed. Campinas: Papirus, 2003. 164 p.

MARCONI, M. de A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002. 255 p.

MARTINS, J. C. O. Sentidos e possibilidades subjetivas do tempo livre. **Licere**, Belo Horizonte, v. 11, n.2, p. 1-15, 2008.

MELO, V. A. de; ALVES JUNIOR, E. D. **Introdução ao lazer**. Barueri: Manole, 2003. 200 p.

OLIVEIRA, C. B. Sobre lazer, tempo e trabalho na sociedade de consumo. **Conexões**, Campinas, v.2, n.1, p. 20-34, 2004.

OLIVEIRA, J. S.; FREITAS, R. F. Consumo. In: GOMES, C. L. (Org.). **Dicionário Crítico do Lazer**. Belo Horizonte: Autêntica, 2004. 48-50 p.

PADILHA, V. **Tempo livre e capitalismo: um par imperfeito**. Campinas: Editora Alínea, 2000. 111 p.

SANT'ANNA, A. D. **Parques temáticos**: férias para pequenos e grandes. 2007. Disponível em: <http://www.brasilviagem.com/materia/?CodMateria=4&CodPagina=11>  
Acesso em: 12 jun. 2008.

SERVIÇO SOCIAL DA INDÚSTRIA – SESI. Departamento Nacional. **Políticas de lazer do SESI**: versão preliminar / SESI. Departamento Nacional – Brasília: SESI/DN, 2007.

SILVA, R. A.; GONÇALVES JUNIOR, L. Lazer e processos educativos: o olhar de gestores de clubes de empresas. **Licere**, Belo Horizonte, v. 12, n.2, p. 1-31, 2009.

ZAROTIS, G. F.; KATSAGOLIS, A.; MITROTASIOS, M. Free time and its alteration tendencies. **Studies in Physical Culture & Tourism**, v. 14, n. 2, p. 179-184, 2007.

#### **Endereço das Autoras:**

Emília Amélia Pinto Costa da Silva  
Rua: João Machado, nº 90. Bairro: Prata  
CEP: 58400510 - Campina Grande – PB  
Endereço Eletrônico: milapcosta@hotmail.com