

Revista Iberoamericana de Turismo



ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA HOTELARIA DE JOÃO PESSOA-PB: UMA ANÁLISE DA DEMANDA

Amanda de Albuquerque Queiroga

Mestranda em Administração no Programa de Pós-Graduação em Administração da
Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil.

E-mail: amandaqueiroga20@yahoo.com.br

Maria Dilma Simões Brasileiro

Doutora em Sociologia pela *Universidad de Granada, España*, com estágio na *Université Montpellier 1 - France*.
Professora Adjunta da Universidade Federal da Paraíba – UFPB, Brasil.

E-mail: dsbrasileiro@gmail.com

Resumo

Esta investigação tem como objetivo conhecer a percepção dos turistas com relação à animação turística na rede hoteleira de João Pessoa-PB. Trata-se de uma pesquisa de opiniões e atitudes, de caráter descritivo e exploratório. Os sujeitos desta pesquisa foram turistas hospedados em hotéis da cidade de João Pessoa - PB. Os dados foram coletados através de aplicação de questionários a partir de uma amostra probabilística, de forma aleatória simples e trabalhados com o programa estatístico SPSS (Versão 11.5). De acordo com a análise dos resultados obtidos, para os turistas entrevistados, a animação turística não é um serviço decisivo na escolha de um hotel, assim mesmo, percebem a animação turística como algo interessante, mas não ao ponto de motivá-los a se hospedar naquele determinado empreendimento por causa do oferecimento deste serviço. Neste sentido, este estudo aponta que a animação turística é uma área que necessita ser mais bem estudada e divulgada pelos gestores hoteleiros e precisa ser trabalhada como mais um diferencial turístico dos meios de hospedagem da cidade, apresentando-se como uma forma de agregar um maior valor ao produto, possibilidade de maior permanência no estabelecimento, aproveitamento dos recursos naturais e difusão da cultura local.

Palavras-chave: Turismo; Lazer; Animação Turística;

1 INTRODUÇÃO

O turismo apresenta-se como um produto característico de uma sociedade de consumo que se destaca sob diversos aspectos, como o sociológico, ambiental e econômico. Este último, configurando-se como o mais notório. A utilização dos bens e serviços ofertados pelo turismo incrementa a economia local onde o homem é sujeito, autor e agente desta atividade. Andrade (2000, p. 38) observa o turismo como:

[...] um complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, transportes, alojamentos, alimentação,

circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento.

A vida atribulada da sociedade atual instiga os indivíduos a necessidade de fugir do cotidiano, seja ela em pequenos passeios durante os fins de semana ou longas viagens durante as férias. O resultado é percebido através do movimento diário de milhares de pessoas às diversas partes do mundo buscando atingir e superar seus desejos, desfrutando de momentos de lazer (KRIPENDORFF, 2001).

A possibilidade de buscar tudo isso foi resultado de uma grande conquista social alcançada através da sociedade industrial, que passou a ter acesso a salários maiores, cargas horárias reduzidas de trabalho e conseqüentemente, maior tempo livre. Aliados também à tecnologia, facilitando esse processo de deslocamento que permite a circulação de informações, divisas e, principalmente, o reconhecimento do lazer como uma necessidade do ser humano.

Ao ser humano, apresentam-se várias necessidades que precisam ser supridas ao longo da vida para seu pleno desenvolvimento, bem estar, usufruto de seus direitos como cidadão, como moradia digna, emprego, tratamento da saúde, transporte, segurança, dentre outros. A sociedade demorou a notar que o lazer é uma necessidade menos palpável, porém de grande importância e apontamentos sobre essa questão constam, inclusive, na nossa Constituição, como direitos individuais e sociais (CAMARGO, 2006).

A consciência social vem colaborando para a valorização do lazer, por sua imensa contribuição em diversos fatores, como qualidade de vida, fortalecimento das relações sociais e da economia, sob forma de geração de empregos. Portanto, é preciso atentar para esse novo desenho do mercado de trabalho e conseqüentemente a melhoria da qualidade de vida a partir do reconhecimento do lazer como uma necessidade e um direito dos cidadãos.

Na perspectiva de Camargo (2006, p.10), o lazer pode ser considerado um tempo, um espaço e uma prática social:

[...] Enquanto tempo, é a pausa do trabalho e das demais obrigações, no final do dia, no fim de semana, nas férias, e na aposentadoria. Enquanto espaço, é o conjunto de interstícios do território urbano e rural [...] voltados à expressão lúdica dos indivíduos num território globalmente marcado pela ocupação utilitária do trabalho e da vida econômica.

O lazer como prática social pode mostrar-se no desenvolvimento de alguma atividade, seja ela desportiva ou cultural, entre outras, desfrute de uma boa leitura, uma sessão de cinema ou estudo desinteressado de qualquer assunto.

Mais especificamente no turismo, o lazer pode ser desfrutado de muitas formas. A mudança de ambiente, proporcionada pelo deslocamento, o convívio com outras pessoas, facilitando assim a criação de novos relacionamentos e

também a participação em programas de animação como uma oportunidade de integração e efetiva participação na viagem.

A animação turística apresenta-se como uma saudável maneira de divertimento e aproveitamento do tempo livre de modo descontraído, criativo e alegre durante as viagens. É capaz de atender às diversas demandas e também aos variados perfis de turistas, sempre com o objetivo de proporcionar o melhor aproveitamento da viagem e a plena satisfação dos desejos de diversão, descanso e realização dos viajantes.

Portanto, percebida a estreita relação entre o lazer e o turismo, buscou-se um melhor entendimento desses fenômenos, por meio do conhecimento da percepção dos turistas com relação à animação turística nos meios de hospedagem de João Pessoa e mais especificamente, conhecer o interesse dos turistas pela animação turística, identificar se os hóspedes utilizam os serviços recreativos ofertados pela rede hoteleira e elencar as atividades de animação mais praticadas nestes meios de hospedagem.

Percebida uma lacuna na produção científica dedicada ao tema, este trabalho foi elaborado de forma que viesse a colaborar com os poucos estudos existentes sobre esta temática no Brasil, a fim de contribuir cientificamente e estimular a produção de novas pesquisas frente à riqueza e profundidade que possui esta área.

2 METODOLOGIA

Para a realização deste estudo, de acordo com a natureza dos dados, foi desenvolvida uma pesquisa de opiniões e atitudes (DENKER,1998), de caráter descritivo e exploratório, visto que, buscou-se analisar a percepção dos turistas quanto à recreação e lazer na atividade turística.

Os dados foram obtidos através de levantamento em fontes primárias e secundárias, envolvendo inicialmente a seleção de material literário significativo, interpretações dos textos e das idéias que possibilitaram a fundamentação teórica sobre o tema, sendo a mesma de grande importância na correlação com os resultados da pesquisa de campo, que colheu várias informações sobre a percepção dos turistas a respeito da animação turística, se há interesse, se utilizam estes serviços e quais as atividades mais praticadas, para que em seguida, mediante uma análise quantitativa, fossem obtidas as conclusões correspondentes aos dados coletados.

A pesquisa foi realizada através da utilização de questionários, aplicados pela pesquisadora, aos quais os entrevistados responderam oralmente as perguntas. Sua forma de abordagem se deu através de entrevistas aplicadas a partir de uma amostra probabilística de forma aleatória simples.

A população desse estudo foram turistas hospedados em hotéis de João Pessoa. A amostra foi constituída por sujeitos que se disponibilizaram a colaborar com a pesquisa, apresentando um total de 45 sujeitos. A pesquisa foi realizada em locais de grande absorção de turistas como o Mercado de Artesanato Paraibano, a "Feirinha de Tambaú" e o Centro Turístico de Tambaú,

no período de Setembro a Outubro de 2007. A escolha desses locais se deu pelo fato de localizarem-se em uma região com grande número de meios de hospedagem e por ter um considerável fluxo de turistas.

As respostas colhidas receberam tratamento estatístico através do programa estatístico SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*, versão 11.5), nos quais foram inseridos os dados coletados e suas variáveis. Destes dados foram extraídas as frequências absoluta e relativa, formando as tabelas e gráficos, que foram analisados e discutidos à luz da revisão de literatura.

É importante evidenciar os percalços encontrados na sua realização, como o período de baixa estação, conseqüentemente um menor fluxo de visitantes, dificuldades em localizar pessoas com o perfil requisitado e muitos dos que poderiam fazer parte da amostra recusaram-se a colaborar com a pesquisa.

3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

A pesquisa em questão foi realizada no período de setembro a outubro de 2007 em locais públicos com um grande fluxo de turistas como o Mercado de Artesanato da Paraíba, Centro Turístico de Tambaú e “Feirinha” de Tambaú. A análise do questionário baseou-se tecnicamente em três partes: na primeira, buscou-se traçar um perfil dos turistas; na segunda, a opinião destes sobre a animação turística na hotelaria e na terceira, foi feita uma análise do serviço oferecido pelos hotéis em que estavam hospedados que disponibilizavam este tipo de serviço.

3.1 Perfil sócio-econômico dos turistas hospedados em hotéis de João Pessoa

De acordo com os dados da pesquisa, foram entrevistados visitantes oriundos de várias partes do Brasil e um estrangeiro. Em sua maioria, advindos dos Estados de Pernambuco (33%), registrando dessa forma um grande fluxo de visitantes advindos do Estado vizinho, Rio de Janeiro (18%) e Brasília (11%). Também responderam ao questionário turistas residentes nos Estados de Sergipe, Minas Gerais, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Paraná e Paraíba.

Observou-se a preponderância de respondentes do sexo feminino, com 64% e apenas 36% do sexo masculino. Quanto à faixa etária, praticamente a mesma proporção de pessoas com idade de 26 a 40 anos (35%) e de 41 a 55 anos (36%).

No que diz respeito ao Estado Civil dos entrevistados, os casados foram maioria absoluta, com 58% enquanto os solteiros foram apenas 22%. A esse respeito, foi publicado no Portal “Turismo em Foco” em 26/01/2008, uma pesquisa realizada pela Fecomércio da Paraíba, na qual pouco mais da metade dos visitantes da Paraíba são do sexo feminino, casados ou com relação estável e com faixa etária predominante entre 36 e 45 anos, informações que corroboram com os dados evidenciados nesta pesquisa.

Vale ressaltar que as informações sobre origem, sexo, idade e estado civil, renda e escolaridade extraídos nesta pesquisa estão em consonância com os dados informados pelo Relatório da Primeira Fase da Pesquisa de Fluxo e Demanda Turística da BR 101 realizada pela Secretaria de Turismo do Município de João Pessoa/2007.

Segundo os dados coletados com relação à renda familiar, 34% possuem uma renda entre seis e 10 salários mínimos, 24 % entre um e cinco salários e 16% têm renda superior a 20 salários mínimos. A partir desses dados é possível perceber uma participação efetiva de pessoas com renda mais baixa usufruindo do turismo, mostrando dessa forma a grande capacidade de inclusão desta atividade, não se restringido apenas às camadas mais abastadas da sociedade.

Os níveis educacionais com maior destaque foram o Ensino Médio Completo (31%), Ensino Superior Completo (45%) e com Pós-graduação (20%), constatando, dessa forma, um alto nível de escolaridade dentre os visitantes de João Pessoa no período da coleta de informações. É importante destacar de acordo com o aumento do nível de escolaridade, conseqüentemente o nível de exigência dos visitantes por produtos e serviços de melhor qualidade tende a aumentar em virtude de ser uma clientela bem informada, crítica e que sabe o que quer. Dessa forma, a excelência na prestação de serviços é quesito fundamental para a satisfação dos seus usuários.

3.2 Interesse por parte dos turistas em atividades de animação turística

De acordo com as teorias do lazer (CAVALLARI, 200600), assuntos que envolvem o entretenimento são complexos devido ao envolvimento de questões pessoais, sofrendo variações conforme o perfil do público, pois os seus interesses vão sempre interferir na sua conduta. A animação em si pode não ser a maior motivação do turista ao sair de casa, mas neste novo ambiente pode tornar-se um atrativo a mais. As atividades recreativas objetivam ser mais um modo de proporcionar prazer, jamais uma obrigação.

Quando questionados se durante a reserva em um meio de hospedagem havia a preocupação em saber se o mesmo dispunha de serviços de animação turística, a maioria (80%) relatou não ter esse tipo de preocupação. Para esta ausência de preocupação, podemos apontar o desconhecimento por parte do turista do que vem a ser a animação turística, ou ainda uma percepção superficial do que ela representa durante a viagem.

Esta despreocupação para com a animação turística pode ser também uma questão de segmentação turística, visto que cada local, a partir das suas características naturais, culturais e até mesmo sociais, possuem apelos diferenciados para a realização dos mais diversos tipos de turismo. João Pessoa apresenta um leque de segmentos (Ex: Turismo de lazer, desportivo, cultural) e uma infinidade de possibilidades a serem exploradas, portanto, de início, a animação turística na hotelaria não é a primeira das preocupações dos hóspedes.

Segundo Cavallari (2006), investir em animação turística tem como finalidade a prestação de um serviço de qualidade, diversificado e que possibilite

uma maior agregação de valor, buscando assim diferenciar-se da concorrência. Aqueles empreendimentos que ainda não oferecem esta alternativa de lazer ficam em desvantagem em relação àqueles que possuem.

Entretanto, cerca de 53% dos entrevistados não dão importância à existência de animação turística nos hotéis. Uma diferença percentual mínima pôde ser percebida na opinião dos que acham ou não mais atraente o hotel com este tipo de serviço. Cerca de 47% consideram mais atraente, alegando ser uma forma de entretenimento para os filhos, ou seja, convencionou-se que as atividades de animação turística sejam voltadas para o público infantil, enquanto que as atividades recreativas desempenhadas possuem uma capacidade de desenvolvimento para diversas faixas etárias, possibilitando integração e participação ativa dos envolvidos nas diversas atividades de cunho social, cultural, esportivo/recreativo.

Estas opiniões coincidem com a teoria, principalmente no tocante aos objetivos da animação, ou seja, a promoção de atividades com o intuito de humanizar as viagens, tornando ativa a participação do visitante, deixando de ser um mero espectador e sim parte atuante de todo o processo (TORRES, 2004, p. 3).

Dos 53% que opinaram não achar mais atraente o meio de hospedagem que oferece a animação turística, justificaram preferir sair para conhecer a cidade (50%). Ou seja, no caso de João Pessoa, o maior atrativo é a própria cidade juntamente com seus equipamentos turísticos disponíveis para desfrute do visitante.

Como explicita Cavallari (2006), os diversos perfis de hóspedes vão gerar várias opiniões a respeito do tema. É possível desenvolver atividades recreativas e corresponder aos anseios dos visitantes em sair do hotel para desfrutar a cidade. Para isto, basta realizar e inovar as atividades recreativas em praias, rios, cachoeiras, praças e todo e qualquer equipamento que possa ser utilizado com criatividade pelo animador e que ao mesmo tempo não dêem a sensação de mesmice. Portanto, o visitante tem a possibilidade de ultrapassar as fronteiras do hotel para conhecer melhor o destino e suas atrações podendo também desfrutar das atividades de animação.

Como um dos objetivos desta pesquisa era conhecer a percepção e o interesse dos turistas com relação à animação turística, foi pedido que os entrevistados fizessem uma avaliação do grau de importância para a existência de animação turística no empreendimento hoteleiro numa escala de um a cinco. O nível um correspondia o menor grau de importância e o nível cinco, o maior. Portanto, dentre os entrevistados, cerca de 26,7% atribuíram um, 24,4% conferiram três e apenas 20% concederam cinco e quatro à importância da animação turística no meio de hospedagem. A partir desses dados é possível perceber uma baixa valorização com relação aos serviços de animação por parte dos visitantes da cidade de João Pessoa.

Segundo os dados adquiridos desta pesquisa, pouco menos da metade dos entrevistados, ou seja, 47% estavam hospedados em meios de hospedagem com o serviço de animação turística em sua programação diária. A partir das opiniões desses turistas foi possível analisar a situação dos serviços de animação turística

dos hotéis situados na orla de João Pessoa. Portanto, constatamos que além de uma baixa oferta de serviços de animação turística por parte dos empreendimentos existe ainda uma baixa demanda e um alto índice de desinteresse por parte dos visitantes de João Pessoa.

3.3 Opinião dos turistas em relação aos serviços de animação turística oferecidos pelos meios de hospedagem

Como descrito por Cavallari (2006), assim como existem diversos perfis de hóspedes também são múltiplos os estilos de meios de hospedagem, que podem variar de acordo com o pólo turístico onde se encontram, podendo ser a atração principal em locais afastados ou de difícil acesso, ou encontrar-se como mais um equipamento turístico dentro do pólo ao qual pertence.

Parque aquático, quadras poli - esportivas, *playground* e salão de jogos são alguns equipamentos recreativos que podem ser complementados com equipamentos já existentes na região onde está inserido o hotel e nas quais as equipes de monitores podem montar uma programação variada entre passeios e atividades que possam entreter e agradar aos mais diversos clientes. Ao avaliar a infra-estrutura destes equipamentos para desenvolvimento de atividades recreativas, a maioria hospedada em hotéis que dispunham dos serviços de animação (53%) não considerou boas as condições para a realização de tais atividades.

Dos entrevistados hospedados em hotéis com serviços de animação disponível (47%), foi revelado que apenas 48% dos hóspedes se utilizam das atividades de animação turística oferecida pelo hotel e revelaram ainda que as condições de infra-estrutura para desenvolvimento de tal atividade não são satisfatórias. Dos que não se utilizam dos serviços de animação, o principal motivo é a preferência em desfrutar a cidade de João Pessoa e não o meio de hospedagem.

Portanto, para que se tenha uma nova visão e conseqüentemente uma valorização da animação turística como um atrativo turístico, são necessárias modificações tanto na estrutura física dos empreendimentos, possibilitando um melhor aproveitamento dos seus espaços físicos com intervenções na infra-estrutura e também na prestação dos serviços recreativos que podem ser melhorados com novas práticas, um estudo mais aprofundado da demanda e também a utilização de equipamentos disponíveis na cidade onde possam ser desenvolvidas mais atividades recreativas, sociais e culturais.

Quanto à divulgação da programação de animação, 69% consideraram amplamente difundida a programação das atividades recreativas a serem desenvolvidas. Em Tahara (2004) podemos encontrar esclarecimentos com relação à importância da organização de uma programação diária das atividades de animação turística; a equipe de recreadores precisa estar atenta à quantidade de hóspedes, faixas etárias, tempo de permanência no meio de hospedagem, clima, áreas e materiais disponíveis para realizar os planos de animação de acordo com o público, seus recursos materiais e humanos.

A programação, além de mostrar claramente as atividades a serem desenvolvidas, deve também motivar os hóspedes a participarem. Quanto maior e melhor for a comunicação, mais interessado ficará o hóspede (CAVALLARI, 2006). De acordo com a pesquisa, na escala de satisfação com relação aos serviços recreativos prestados, a maioria dos respondentes que se utilizaram dos serviços de animação, cerca de 60% classificaram os serviços com nota quatro. Já 20% atribuíram um e cinco o índice de satisfação. Apresentando, portanto, uma boa conceituação, visto que, segundo Negrine (2001), a qualidade dos serviços prestados e as oportunidades oferecidas ao usuário é o caminho para o sucesso de todo e qualquer empreendimento.

Na visão de Tahara (2004), para atuar na área de animação turística são necessários profissionais capacitados e comprometidos com a atividade, que atuem com receptividade, cordialidade, educação, sensibilidade e criatividade a fim de estimular os usuários a aderir às atividades recreativas propostas. Negrine (2001) exemplifica algumas características essenciais do perfil dos monitores de animação, como capacidade de estabelecer relações interpessoais, tomada de iniciativa, exercer função de mediador, ter criatividade e saber entender e respeitar as opiniões dos outros, procurando sempre a melhor maneira de trabalhar o grupo, aproveitando o máximo do que cada indivíduo pode oferecer.

Ao analisar em uma escala de satisfação com a atuação dos profissionais de animação dos equipamentos utilizados, foi constatada uma avaliação positiva na qual cerca de 40% consideraram cinco e quatro. Portanto, a maioria dos entrevistados apresentou-se plenamente atendidos pelos recursos humanos disponíveis na área da animação turística na rede hoteleira de João Pessoa. Avaliando a organização dos programas de animação, a maioria dos entrevistados usuários dos serviços de animação (80%) os considerou bem planejados e desenvolvidos para atender os diversos perfis de hóspedes.

Pelo fato desta pesquisa enfatizar a opinião dos usuários dos hotéis localizados em João Pessoa, um dos objetivos era elencar as atividades recreativas mais praticadas por estes hóspedes durante a sua estadia.

Os turistas citaram as atividades que realizaram durante a hospedagem, sendo estas agrupadas de acordo como foram citadas. Dessa forma, através dos dados pesquisados foram constatadas as atividades aquáticas (Ex: brincadeiras na piscina, hidroginástica, pólo aquático), culturais, jogos desportivos, jogos de salão e caminhadas como as atividades recreativas mais praticadas durante este período. São atividades bastante conhecidas apesar de pouco praticada na maioria das vezes no cotidiano.

Vale ressaltar que são necessários maiores estudos e pesquisas que procurem saber um pouco mais sobre a demanda potencial por parte dos que fazem a animação turística para possibilitar uma maior identificação com as atividades por parte do público, pois o uso contínuo de atividades mais tradicionais pode levar os visitantes a considerarem iguais em todos os estabelecimentos hoteleiros e isso agir de forma negativa à prática da animação turística.

4 CONCLUSÕES

O turismo, como área de estudo, nos permite estabelecer inter-relações com outras ciências e este caráter multidisciplinar é fator ainda mais relevante para o aprofundamento dos seus estudos e ampliação do conhecimento. O lazer apresenta-se com uma excelente forma de desenvolvimento pessoal, recuperação física e mental, propiciando bem estar e qualidade de vida, amenizando o desgaste e cansaço do dia a dia.

Mediante a pesquisa realizada através deste estudo foi possível traçar algumas características, definições e relações do turismo e do lazer, numa perspectiva que os engloba como sendo complementares, apresentando colaborações no estudo dessas áreas com objetivos compartilhados mais aprofundados e embasados.

Durante o processo do trabalho discutimos com clareza a importância da atividade turística e do lazer na vida da sociedade em geral, as contribuições para o bem estar, desenvolvimento social e econômico no plano teórico. Discutimos também sobre a animação turística, seu aparecimento e notória expansão da atividade nos mais variados ramos e mais especificamente na hotelaria.

Os estudos teóricos mostraram os objetivos e benefícios da animação turística, sua importância e capacidade de fazer a diferença durante a estadia do usuário nos meios de hospedagem dotados de tal serviço, como maior tempo de estadia do hóspede no estabelecimento, aproveitamento e valorização da cultura e natureza local. Porém, dentro dos objetivos traçados no início da pesquisa, que seria conhecer a percepção dos visitantes alojados em hotéis de João Pessoa, verificou-se que estes turistas percebem os serviços de animação turística como uma atividade interessante, mas não ao ponto de motivá-los a se hospedar naquele determinado empreendimento por causa do oferecimento deste serviço.

Podemos atribuir a esses resultados a tímida parcela de estabelecimentos que oferecem esse tipo de serviço, apesar de comprovadamente ser um tipo de atividade que agrega valor ao produto e que agrada aos praticantes.

Assim sendo, para esta ausência de preocupação é possível apontar o desconhecimento por parte do turista do que vem a ser a animação turística, considerando-a apenas como brincadeiras para crianças, ou ainda uma percepção superficial do que ela representa e até mesmo uma questão de segmentação turística, que é o caso mais provável da cidade de João Pessoa que, por ser um local com uma vasta oferta de atrativos naturais e culturais, o principal intuito do visitante ao encontrar-se na cidade é poder explorar todos os seus atrativos, saindo, portanto, de dentro das áreas do hotel para conhecer e aproveitar melhor o destino.

Na pesquisa empírica, encontramos uma grande riqueza e o quanto são surpreendentes os estudos da sociedade e suas inter-relações. Buscamos compreender os aspectos relacionados à percepção dos turistas hospedados na rede hoteleira de João Pessoa.

Na sua realização, alguns problemas foram encontrados, o que dificultou processo de coleta de dados. Inicialmente, devido ao período de baixa estação, a dificuldade de encontrar turistas que pudessem responder às questões, visto que necessariamente precisariam estar hospedados em algum empreendimento hoteleiro. Muitos dos visitantes estavam apenas de passagem, hospedados em cidades vizinhas, como Natal e Recife.

Em segundo lugar, a dificuldade em coletar informações devido à recusa de muitos turistas em colaborar com a pesquisa. As pessoas encontravam-se sempre com pressa em responder às questões, o que demonstrava não ter se desligado ainda do ritmo corrido do cotidiano. Outros apresentavam claro desinteresse com a pesquisa. Entretanto, os sujeitos que responderam efetivamente ao questionário foram prestativos e claros no relato de suas opiniões.

A animação turística é uma área que necessita estudos, tanto teóricos como empíricos e, especificamente no caso de João Pessoa, necessita ser trabalhada como mais um diferencial turístico dos meios de hospedagem da cidade, apresentando-se como uma forma de agregar um maior valor ao produto, possibilidade de maior permanência no estabelecimento, aproveitamento dos recursos naturais e difusão da cultura local.

Dessa forma, esta investigação contribuiu para os estudos sobre o lazer, o turismo e a animação turística. Recomendamos que novas pesquisas na temática sejam realizadas, sempre buscando alternativas para satisfazer e realizar os sonhos daqueles que vêm na atividade turística uma forma de desfrutar o tempo livre e vivenciar o lazer.

ABSTRACT

TOURIST ANIMATION IN HOTELS: AN ANALYSIS OF DEMAND

Abstract

This research has as objective knows the tourist's perception with respect to the tourist animation at hotels in João Pessoa-PB. It is a research of opinions and attitudes, of descriptive and exploratory character. The subjects of this research were tourists accommodated at hotels in João Pessoa - PB. The data of the research were collected through application of questionnaires starting from a random sample in a simple aleatory way. The data were worked with the Statistical Package for Social Sciences Program SPSS (Version 11.5). In agreement with the analysis of the obtained results, for the interviewed tourists, the tourist animation is not a decisive service in the choice of a hotel, even so, they notice the tourist animation as something interesting, but not to the point of motivating them staying in that determined place because the offer of this service. Less than half of those that were accommodated in hotels with animation were used of the service, showing desire to leave the hotel to know the city as one of the main reasons. Therefore, this study suggests that the tourist animation is an area that needs to be studied better and published by the hotel managers and needs to be worked as further means of differential tour of lodging of the city, presenting as a way to add greater value to the product, possibility of larger permanence in the establishment, use of the natural resources and diffusion of the local culture.

Keywords: Tourism, leisure; tourist animation.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo Fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2000.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2001.

CASTELO BRANCO, Uyguaciara Veloso. "SPSS – apresentação geral". (mimeo).

CASTRO, Celso A. Pinheiro de. **Sociologia aplicada ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2002.

CAMARGO, Luiz O. Lima. **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1989. (Coleção Primeiros Passos)

CAVALLARI, Vânia Maria (Org.) **Recreação em ação**, São Paulo: Ícone, 2006.

DANTAS, Sales. Mulheres são maioria entre os turistas que visitam a Paraíba. Disponível em:

<https://www.turismoemfoco.com.br/v3/includes/imprimir.php?id=1847>.

Acesso em: 28 jan. 2008.

DENKER, Ada de Freitas. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAS, Reinaldo. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.

KRIPENDORFF, Jost. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e viagens. Rio de Janeiro: Aleph, 2001.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. A ação do profissional no lazer, sua especificidade e seu caráter multidisciplinar. In: MARCELLINO, Nelson Carvalho (org). **Lazer: formação e atuação profissional**. Campinas: Papyrus, 1995.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do Trabalho Científico**: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos. São Paulo: Atlas, 2001.

MOESCH, Marutschka. Turismo e Lazer: conteúdos de uma única questão. In: **Formação e desenvolvimento de pessoal em lazer e em esporte**. Campinas: Papyrus, 2003. (Coleção Fazer Lazer)

NEGRINE, Airton; BRADACZ, Luciane; CARVALHO, Eugênio G. **Recreação na hotelaria**: o pensar e o fazer lúdico. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA. Relatório da Pesquisa de Fluxo e Demanda Turística da BR – 101 (Paraíba-Brasil) 1ª Fase. (mimeo)

TAHARA, ALEXANDER Klein. Atividades Recreativas em hotéis. In: SCHWARTZ, Gisele Maria (org). **Educação Física no Ensino Superior: Atividades Recreativas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2004.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. Os setores público e privado no lazer e no turismo. In: Marcellino, Nelson Carvalho (org). **Lazer: Formação e atuação profissional**. Campinas: Papirus, 1995.

TORRES, Zilah Barbosa. **Animação Turística**. São Paulo: Rocca, 2004.

VERGARA, Sylvania Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2004.

UVINHA, Ricardo Ricci. Atividades recreativas e turismo: uma relação de qualidade In: SCHWARTZ, Gisele Maria (org). **Educação Física no Ensino Superior: Atividades Recreativas**. Rio de Janeiro, RJ: Guanabara Koogan, 2004.

Artigo recebido em 24/03/2011. Aceito para publicação em 10/06/2011.