5 Considerações finais

Este estudo buscou contribuir para um entendimento preliminar do comportamento do jovem consumidor de baixa renda e sua relação com o lazer. A pesquisa de campo foi feita em duas etapas: a primeira por meio de questionários semi-estruturados aplicados a pessoas que exercem algum tipo de liderança na vida comunitária de Vila Canoas, comunidade localizada no bairro de São Conrado, município do Rio de Janeiro; e a segunda etapa por meio de questionário aplicado a jovens e adolescentes moradores da comunidade. O objetivo foi aprender mais sobre o comportamento desses consumidores e, sobretudo, entender as percepções e significados do lazer, observando assim suas opções e escolhas, práticas de consumo, bem como a importância concedida à prática do lazer no recorte eleito.

Em relação ao perfil dos moradores da comunidade Vila Canoas quando cotejados com a literatura existente sobre o perfil dos consumidores de baixa renda, foi possível observar que em Vila Canoas, segundo o critério de grau de pobreza (Rocha e Silva, 2008), os moradores estão entre os níveis pobreza moderada e pobreza relativa, considerados os níveis da população de baixa renda que podem ser foco de interesse para as empresas. Portanto, trata-se de um local onde é válido o investimento para um melhor acesso de bens e serviços para o consumo. Além disso, de acordo com classificação proposta por Silva e Parente (2007), os dados levantados permitiram observar que Vila Canoas possui consumidores de baixa renda dos quatro primeiros tipos identificados pelos pesquisadores: sofredores de aluguel, jeitinho brasileiro, valorização do ter e batalhadores pela sobrevivência. No entanto, os dados não permitem afirmar com certeza a existência ou não de consumidores do tipo investidores na comunidade pesquisada (Silva e Parente, 2007).

No que diz respeito especificamente ao lazer, muitos dos entrevistados mencionaram como importante forma de lazer ir à praia e usufruir, além do banho de mar, das atividades que são oferecidas, tais como *surf*, *bodyboard*, jogos de

vôlei e futebol etc. Outra forma de lazer muito citada foi assistir televisão, informação que vai ao encontro de Silva (2005), que apresenta a televisão como grande fonte de lazer para o público de baixa renda, principalmente em razão da pouca disponibilidade financeira para lazer e entretenimento. No mesmo sentido, assim como já observado em pesquisas anteriores (Duailibi e Borsato, 2008), observou-se que a percentagem de gastos dedicada ao lazer ainda é muito pequena na população de baixa renda estudada.

Para Silva (2005), a mencionada capacidade da televisão de influenciar o público de baixa renda dá-se devido à aspiração desse segmento por inclusão social. Esse entendimento acompanha as conclusões de pesquisa de Barros (2006), que observou o desejo do segmento de baixa renda de inserção na chamada “sociedade de consumo”, ou seja, esses consumidores também desejam participar e aproveitar os benefícios que a sociedade de consumo oferece. No mesmo sentido, como observa Castilhos (2007), os significados dos bens escolhidos para o consumo podem variar na escala social, fato que gera impactos na maneira de consumir, pois os segmentos mais baixos tendem a se inspirar nos segmentos mais altos, acompanhando seu comportamento de consumo sempre que possível.

Os resultados do presente estudo permitiram verificar que o grupo analisado dispõe de poucos recursos para atividades de lazer. No entanto, esses consumidores reconhecem o lazer como algo importante para suas vidas. A noção de lazer não é necessariamente a de algo visto como um produto a ser consumido, ou seja, a percepção de lazer não se relaciona diretamente com as práticas de mercado, não se encontra comoditizada, pois alguns dos entrevistados entendem que “*tranqüilidade*”, “*aproveitar a natureza*”, “*ficar em casa com a família*”, por exemplo, podem ser considerados momentos de lazer.

Nesse sentido, retomando o trabalho de Taschner (2000) sobre lazer, cultura e consumo, pode-se concluir que o lazer é algo desejável, procurado e praticado sempre que possível. Como bem colocado por Almeida e Gutierrez (2005), o lazer remete a questões muito importantes para o bem-estar social das pessoas, tais como qualidade de vida, incentivo à atividade física e valorização da cultura. Por tais razões, as práticas de lazer são desejadas pelos consumidores em geral, independentemente de sua classe social. Observa-se, entretanto, que essa pesquisa obteve claros indícios de que a visão de lazer para uma grande parte dos respondentes seria de um lazer pré-industrial como identificado na pesquisa de

Goldenstein (1991). Assim, esses jovens consideram também o lazer como forma de descanso do trabalho e como espaço pessoal, e não apenas como conjunto de atividades proporcionadas por produtos e serviços a serem adquiridos, usufruídos e consumidos. Nesse contexto, o significado de lazer para os jovens de Vila Canoas relaciona-se com as formas de lazer mais ligadas à cultura popular e à sociabilidade espontânea que existe no mundo da vida e nas relações entre as pessoas (Almeida e Gutierrez, 2005).

A análise estatística também confirmou essa peculiaridade do grupo estudado e mostrou existirem quatro segmentos significativamente diferentes que puderam ser identificados a partir das respostas apresentadas pelos jovens de Vila Canoas sobre o significado do lazer. Esses segmentos foram chamados de “lazer em família”, “lazer consciente”, “lazer bem-estar” e “lazer descanso”, respectivamente.

Os resultados mostram que os segmentos “lazer em família” e o “lazer consciente” convergem no entendimento do significado de lazer, que para eles significa um momento relacionado à distração, diversão, e fazer o que se gosta. No entanto, esses dois segmentos são formados por jovens de perfis distintos e que divergem em relação a outras variáveis pesquisadas, como projeto de vida para o futuro, maior sonho pessoal e significado de tempo livre. O segmento “lazer bem-estar” percebe o lazer mais como um momento dedicado para buscar felicidade, o que não necessariamente se encontra relacionado com distração ou diversão. O segmento “lazer descanso” entende o uso de tempo livre como um tempo que deve ser dedicado ao descanso, despreocupação e momentos de paz. Curiosamente, esse segmento revelou compreender o lazer de forma mais ampla que os demais segmentos

Os segmentos “lazer bem-estar” e “lazer descanso” mostraram que entendem o lazer como um momento para ser vivido com tranquilidade, que se relaciona com as formas de lazer pré-industriais identificadas no estudo de Goldenstein (1991), isto é, em que o lazer é dedicado ao descanso, e não ao entretenimento ou ao exercício da capacidade criativa. O segmento “lazer consciente” mostrou-se um grupo que entende que o lazer é um momento para ser dedicado à diversão ou fazer o que se gosta, considerando que o lazer tanto pode ser um momento de espaço pessoal para se dedicar a atividades importantes, como estudo, aprimoramento pessoal ou ao exercício da capacidade criativa, e também,

à descontração e entretenimento, considerando as atividades de lazer estruturadas mencionadas por Taschner (2000). De outro lado, o “lazer em família” foi um segmento que mostrou considerar que o lazer é um momento de descontração para se vivido em companhia, especialmente de familiares, considerando como legítimos momentos de lazer atividades de lazer pré-industriais e que não necessitam investimento direto de recursos (Almeida e Gutierrez, 2005; Goldenstein, 1991), como passeios, idas à praça, reuniões em casa para ver televisão ou realizarem uma refeição juntos etc., assim como atividades de lazer estruturadas (Tashner, 2000), oferecidas pela indústria de entretenimento, tais como viagens, idas a restaurantes, idas à parques, idas ao cinema, idas a espetáculos etc.

Há expectativa de aumento significativo da riqueza nos próximos anos no Brasil (Araujo e Chauvel, 2007), o que certamente irá aumentar as possibilidades de consumo no país, fato que beneficiará diversos segmentos da sociedade. Desta forma, é possível pensar que existem boas oportunidades de expansão da oferta de lazer que pode trazer um retorno lucrativo aos empreendedores que decidirem investir em comunidades de baixa renda, como a pesquisada.

No entanto, como aponta Prahalad (2005), é preciso abordar esse público com uma visão de negócios inovadora. Alguns aspectos chamam atenção nesse sentido. Em primeiro lugar, embora haja aspirações no sentido de se usar o lazer para praticar atividades estruturadas e voltadas para o crescimento pessoal, como praticar esportes, viajar, estudar ou aprender algo como canto, dança, violão, artesanato, tais opções ainda parecem estar mais próximas de um sonho distante do que da realidade do cotidiano, no qual a prioridade é descansar e desfrutar do convívio da família e dos amigos. Dessa forma, a facilidade de acesso ao lazer parece ser crucial. Opções que ofereçam atividades ou serviços relacionados à diversão e entretenimento precisariam estar disponíveis perto de casa, a um preço acessível. As queixas relativas à estrutura do bairro sugerem que por enquanto isso ainda não ocorre. Além disso, opções de lazer que ofereceram descanso e/ou relaxamento, tais como serviços de massagem, *yoga*, *fitness*, alongamento, meditação, entre outros, também podem ser bem recebidas por jovens de baixa renda. Outro aspecto que chama atenção é que os consumidores pesquisados entendem que a família é parte importante do lazer. Nesse sentido, seria pertinente

desenvolver oportunidades de lazer que possam ser usufruídas em conjunto, e não apenas individualmente.

A pesquisa realizada, de caráter exploratório, é uma contribuição ao entendimento do consumo de lazer por jovens de baixa renda, mas não traz respostas definitivas ao tema. Além disso, dadas a relevância e a atualidade das questões aqui apresentadas, espera-se que outras pesquisas sejam desenvolvidas, visando aprofundar o conhecimento e o debate sobre o consumidor de baixa renda, bem como sobre as atividades de lazer oferecidas ao público em geral. Como sugestão para pesquisas futuras, seria oportuno verificar se a mesma percepção de lazer é encontrada em outros grupos de baixa renda, considerando também faixas etárias diversas, como a idade adulta ou a terceira idade. O estudo em outras comunidades de baixa renda, no Brasil ou em outros países, também traria novas contribuições ao entendimento do tema. Além desses, seria oportuno realizar estudos sobre tendências específicas de consumo dessa parcela da população, como *lan houses*, serviços de ginásticas, lanchonetes, sorveterias, casas de jogos eletrônicos etc. Por fim, visando conhecer mais o comportamento da base da pirâmide brasileira, sugere-se a realização de mais pesquisas relacionadas ao lazer gratuito usufruídos por grupos de baixa renda, como praia, praça, parques, áreas de lazer público, passeios em áreas verdes, caminhadas, grupos de ginástica para crianças, para jovens ou para terceira idade.