



UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
ESCOLA DE DIREITO, TURISMO E MUSEOLOGIA
DEPARTAMENTO DE TURISMO

POLYANNA DE MELLO OLIVEIRA

**OS GENTIS ORGANIZADORES DO CLUB MED: UMA ANÁLISE SOBRE A
PROFISSÃO E A PERSPECTIVA DA HOSPITALIDADE NA VIDA DESTES
PROFISSIONAIS**

OURO PRETO
2022

POLYANNA DE MELLO OLIVEIRA

**OS GENTIS ORGANIZADORES DO CLUB MED: UMA ANÁLISE SOBRE A
PROFISSÃO E A PERSPECTIVA DA HOSPITALIDADE NA VIDA DESTES
PROFISSIONAIS**

Monografia apresentada ao curso de Turismo da
Universidade Federal de Ouro Preto, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Turismo.

Orientadora: Profa. Dra. Kerley Alves dos Santos

Coorientador: Me. Yuri A. Estevão Rezende

Ouro Preto

2022

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

O48g Oliveira, Polyanna de Mello.
Os gentis organizadores do Club Med [manuscrito]: uma análise e a perspectiva da hospitalidade na vida destes profissionais. / Polyanna de Mello Oliveira. - 2022.
70 f.: il.: color., gráf., tab..

Orientadora: Profa. Dra. Kerley dos Santos Alves.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto. Escola de Direito, Turismo e Museologia. Graduação em Turismo .

1. Hotéis - Administração - Club Med. 2. Hospitalidade - Gentil Organizador (Go). 3. Hospitalidade. 4. Turismo. I. Alves, Kerley dos Santos. II. Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU 338.48

Bibliotecário(a) Responsável: Maristela Sanches Lima Mesquita - CRB-1716



FOLHA DE APROVAÇÃO

Polyanna De Mello Oliveira

Os gentis organizadores do Club MED: uma análise sobre a profissão e a perspectiva da hospitalidade na vida destes profissionais

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Turismo

Aprovada em 04 de novembro de 2022

Membros da banca

[Dra] - Kerley dos Santos Alves - Orientadora (Universidade Federal de Ouro Preto)
[Me] - Yuri Alexandre Estevão Rezende - coorientador - (Universidade Federal de Minas Gerais)
[Me] Raíssa de Keller e Costa - (Universidade Federal de Minas Gerais)
[Dra] Suzana Fernandes de Paula (UFOP) - (Universidade Federal de Ouro Preto)

Kerley dos Santos Alves, Orientadora do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 29/05/2023



Documento assinado eletronicamente por **Kerley dos Santos Alves, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 29/05/2023, às 16:54, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0533001** e o código CRC **094BF716**.

Dedico este trabalho primeiramente à Deus que me deu força e sabedoria para chegar até aqui e juntamente à minha mãe que me deu toda estabilidade e discernimento e nunca me deixou desistir.

AGRADECIMENTOS

Agradeço imensamente aos meus amigos do Turismo: Cacau, Iago, João, Rodrigo, Rayara, Maria Luiza, Beatriz, Paula e Mayara que sempre estiveram comigo durante essa trajetória, agradeço à minha mãe Eliane por todo apoio mesmo que lá no início não acreditando muito em mim; “mãe eu disse que ia te dar orgulho”, à minha irmã Elis, à minha prima Andreza e também aos meus amigos Anna, Cecília, David, Mariana, Nathalia, Nelson e Pedro que aguentaram meus surtos leves e saudáveis neste final de percurso nada tranquilo.

Minha gratidão à Profa. Dra. Kerley por aceitar ser minha orientadora e ao Me. Yuri meu coorientador por não me deixarem desistir e me fazer acreditar em mim mesma nos momentos que eu já não estava mais acreditando.

Agradeço a UFOP pelo ensino de qualidade e por me permitir ter experiências e vivências incríveis que fizeram toda diferença em quem eu me tornei como pessoa e no profissional.

RESUMO

O presente estudo teve como objetivo analisar como os trabalhadores do Club Mediterranée, popularmente conhecido como Club Med, experienciam o trabalho que realizam. Para tanto, utilizou-se como método a aplicação de questionários estruturados. As perguntas foram relacionadas ao pessoal e ao trabalho no espaço do Club Mediterranée, considerando os valores e ações que norteiam o trabalho dos funcionários. Participaram da pesquisa 42 profissionais que atuam na empresa durante o período da pesquisa. Os resultados, analisados em discussão teórica e com base na experiência da autora como trabalhadora do resort, evidenciaram dilemas sociais, tanto econômicos quanto sociais. Eles convergiram para o entendimento dos Gentis Organizadores (GOs) do cotidiano profissional, que precisam ser internalizados na pessoa por trás do profissional que está atuando. O estudo esbarrou em limitações quanto ao aprofundamento nas características dos GOs entrevistados e como essas características influenciam no cotidiano da profissão. Estudos futuros podem aprofundar metodologicamente nas experiências dadas as características e realidades específicas dos colaboradores.

Palavras-chave: Club Med; Gentil Organizador; Hospitalidade; Turismo.

ABSTRACT

The present study aimed to analyze how workers at Club Méditerranée, popularly known as Club Med, experience the work they perform. For this purpose, structured questionnaires were used as the method. The questions were related to both personal and work-related aspects at Club Méditerranée, considering the values and actions that guide employees' work. 42 professionals who work at the company during the research period participated in the survey. The results, analyzed through theoretical discussion and based on the author's experience as a resort worker, revealed social dilemmas, both economic and social. They converged on the understanding of the daily work of the Gentle Organizers (GOs) needing to be internalized in the person behind the professional who is performing. The study encountered limitations in delving into the characteristics of the interviewed GOs and how these characteristics influence the daily work. Future studies could methodologically delve into experiences specific to the characteristics and realities of the collaborators.

Keywords: Club Med; Gentle Organizer; Hospitality; Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interseção entre Turismo e Hospitalidade	18
Figura 2 - Unidade Rio das Pedras (RJ) Club Med	23
Figura 3 - Unidade São Paulo Club Med	24
Figura 4 - Unidade de Trancoso Club Med	25
Figura 5 - Programação de Viagem	28

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa etária dos Gentis Organizadores	33
Gráfico 2 - Identificação de gênero dos Gentis Organizadores	35
Gráfico 3 - Autodeclaração de raça/cor dos Gentis Organizadores	36
Gráfico 4 - Sexualidade autodeclarada dos Gentis Organizadores	37
Gráfico 5 - Renda média mensal familiar dos Gentis Organizadores	38
Gráfico 6 - Renda média mensal dos Gentis Organizadores	39
Gráfico 7 - Formação técnica/profissionalizante dos Gentis Organizadores	40
Gráfico 8 - Formação a nível graduação dos Gentis Organizadores	41
Gráfico 9 - Fluência em outro idioma (Gentis Organizadores)	42
Gráfico 10 - Tempo de trabalho no Club Med	43
Gráfico 11 - Gentis Organizadores que já atuaram no setor da hotelaria além do Club Med	44
Gráfico 12 - Tempo de trabalho no setor da hotelaria	44
Gráfico 13 - Percepção do impacto da hospitalidade no dia-a-dia das pessoas pelos G.Os	49
Gráfico 14 - Percepção do impacto da gentileza no dia-a-dia das pessoas pelos G.Os	52
Gráfico 15 - Como os Gentis Organizadores, no trabalho, entendem a hospitalidade	55
Gráfico 16 - Como os Gentis Organizadores, no trabalho, entendem a gentileza	56
Gráfico 17 - O exercício da hospitalidade durante o trabalho de G.Os	57
Gráfico 18 - O exercício da gentileza durante o trabalho de G.Os	60
Gráfico 19 - Percepção de si (gentis organizadores) como pessoas hospitaleiras na vida cotidiana	63
Gráfico 20 - Percepção de si (gentis organizadores) como pessoas gentis na vida cotidiana	64
Gráfico 21 - Hospitalidade e gentileza como condutas naturais ou forçadas no trabalho do G.Os	65

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Significado do termo HOSPITALIDADE na concepção dos Gentis Organizadores	46
Quadro 2 - Significado do termo GENTILEZA na concepção dos Gentis Organizadores	48
Quadro 3 - Como a hospitalidade pode impactar positivamente o cotidiano das pessoas na concepção dos Gentis Organizadores	51
Quadro 4 - Como a gentileza pode impactar positivamente o cotidiano das pessoas na concepção dos Gentis Organizadores	54
Quadro 5 - Descrições de como os Gentis Organizadores incorporam a hospitalidade durante o trabalho	58
Quadro 6 - Descrições de como os Gentis Organizadores incorporam a gentileza durante o trabalho	61

LISTA DE SIGLAS

G.E – Gentil Empregado

G.O – Gentil Organizador

G.M – Gentil Membro

O.S – Ordem de Serviço

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1 – TURISMO, HOSPITALIDADE E GENTILEZA	17
1.1 Breve introdução ao conceito de hospitalidade	18
1.2 Breves apontamentos sobre hospitalidade e gentileza enquanto conduta	20
CAPÍTULO 2 – UM PANORAMA SOBRE O CLUB MEDITERRANÉE E SEUS GENTIS ORGANIZADORES	22
2.1. O Club Méditerranée	22
2.2 – Além da hospedagem: Club Med e Eventos	25
2.3 – Profissionais do Club Med: os Gentis Organizadores	28
CAPÍTULO 3 – GENTIS ORGANIZADORES E O TRABALHO COM A HOSPITALIDADE NO CLUB MED	30
3.1 – Procedimentos Metodológicos	30
3. 2 – Quem são os gentis organizadores? Caracterizando os trabalhadores da hospitalidade	32
3. 3 – A hospitalidade e a gentileza na perspectiva e no trabalho dos Gentis Organizadores do Club Med	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS	32

INTRODUÇÃO

A rotina exaustiva, execução de tarefas e obrigações diárias, cansaço e acúmulo de estresse conduz a nossa sociedade a ser acometida pelas mais diversas enfermidades. Por esses motivos, tem se tornado comum que alguns profissionais da saúde recomendem aos seus pacientes fazer uma pausa para descansar, tirar férias, evitar aborrecimentos, realizar atividades físicas e alimentar-se bem. Práticas essas que tem se destacado no cotidiano das pessoas.

Na busca pelo prazer e satisfação pessoal, cada vez mais as atividades turísticas têm ganhado valor e se tornado prioridade na vida das pessoas. Essa busca é compreendida e explicada segundo Maslow (2013) pela necessidade que os seres humanos têm em satisfazer suas necessidades, a fim de atingir a plenitude da autorrealização. Para conquistar este apogeu, é preciso atingir vários níveis de demandas, desde os elementos primordiais de sobrevivência até aqueles ligados à socialização, autocuidado e valorização da autoestima.

Desta forma, é possível compreender o que leva as pessoas a escolher um local diferente de sua morada para permanecer por algum período. Isto posto, nota-se que as organizações hoteleiras enfrentam grandes desafios, além de conviverem com a alta competitividade do mercado. Assim sendo, atender bem o cliente não é o bastante: faz-se necessário também inovar e surpreender os clientes, suprimindo as expectativas dos mesmos (MINCIOTTI; SANTOLIA; KASPAR, 2008).

O Club Méditerranée, a fim de buscar a qualidade em serviços prestados, incorporou um modo de trabalho um tanto quanto incomum nos meios de hospedagem. Sobretudo em dois aspectos: a presença constante de seus colaboradores no Club - a maioria reside nas unidades, além da concepção da profissão e da função destes, denominados, Gentis Organizadores (GOs). Trata-se de acordo com a empresa de profissionais que “vão mantê-lo entretido com programas, atividades e eventos. Às vezes são chamados de coração e alma da experiência Club Med” (CLUB MEDITERRANÉE, 2022, Online). Nota-se assim, como a empresa busca filiar o profissional a própria experiência que afirma produzir e dentro da sua própria linguagem organizacional/cultural, neste sentido (BRITO, 2007). Espera-se que esses colaboradores cumpram suas funções norteados, principalmente, por dois eixos e que estão imbricados: o exercício de uma conduta/comportamento hospitaleiro e gentil. De modo que hospitalidade e

gentileza são pontos que a empresa Club Med tende a vender como uma qualidade da empresa/da cultura e, portanto, dos seus colaboradores.

Nesse sentido, esta pesquisa se justifica por perceber a importância que a rede de resorts Club Med tem no cenário turístico e hoteleiro a nível mundial, sendo considerada uma das redes mais requisitadas, renomadas e servir como referência mundial principalmente no tocante à hospitalidade. Outra questão que é relevante neste trabalho consiste na possibilidade de entender tanto quem são estes profissionais, quanto a perspectiva deles sobre a hospitalidade.

Portanto, o objetivo geral da pesquisa é investigar a profissão dos Gents Organizadores, precisamente, a partir da concepção de hospitalidade que se tem vinculada a este profissional. Para a execução do proposto, o estudo apresenta três objetivos específicos, tais quais: (1) abordar a história e os valores do Club Med, (2) identificar as atribuições e contribuições dos GOs para a cultura do resort, (3) compreender quem são estes trabalhadores/as, sobretudo em relação às suas especificidades de gênero, raça, classe e geração, bem como estes entendem a noção de hospitalidade atribuída ao Club Med. Assim, busca-se investigar como eles/as traduzem a cultura organizacional do Club durante a atividade laboral, à medida que são vistos por tal empresa como “embaixadores do espírito Club Med e criadores de conexões” (CLUB MEDITERRANÉE, 2022, Online).

Para tanto, neste trabalho, utilizou-se como métodos a pesquisa bibliográfica, que faz uso de fontes de informação impressas e eletrônicas, bem como análise de campo, ao relatar a minha experiência enquanto GO da rede Club Med, durante 12 meses, na unidade Rio das Pedras. Foram aplicados questionários, de modo online, no período setembro a outubro de 2022, a 42 funcionários do Club. Esses questionários são compostos por 34 perguntas, divididos em seções: informações básicas que permitiram caracterizar os colaboradores; questões relativas à noção que tais funcionários possuem a respeito da categoria hospitalidade; além de perguntas que buscaram evidenciar como estes empregam tais noções em suas funções como GOs. Os dados coletados foram tratados estatisticamente e serão analisados quali-quantitativamente. Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa em que as experiências enquanto profissional (em campo, em certo sentido), no entendimento da experiência como uma categoria analítica (SCOTT, 1998), aliado aos dados coletados via questionário costuram as análises que serão apresentadas nesta monografia.

Este trabalho se divide em três capítulos. No capítulo um serão abordados os aspectos que definem os conceitos de turismo, hospitalidade e gentileza e a inter-relação entre estes termos e a importância destes em meio às atividades que competem ao setor hoteleiro.

Em seguida, o segundo capítulo, trata sobre o contexto histórico do Club Med, desde a sua criação até o alcance do status de empresa referência no setor hoteleiro a nível mundial. Ainda neste ponto, serão abordados os conceitos de receptividade e como se dá o trabalho dos GOs no Club Med, além de destacar como a empresa também oferta serviços para além da hospedagem, por exemplo, em eventos

No terceiro capítulo, foram caracterizados o perfil dos profissionais do Med que atuam como GOs, como estes compreendem e mobilizam noções de hospitalidade e gentileza. Em seguida, buscamos analisar de que maneira empregam tais noções no cotidiano das suas funções laborais. Por fim, são elencadas as considerações finais, fundamentadas nas pesquisas realizadas para a composição deste, conduzindo-nos à reflexão acerca do trabalho dos gentis organizadores e sua relação com a hospitalidade e a gentileza enquanto condutas.

CAPÍTULO 1 – TURISMO, HOSPITALIDADE E GENTILEZA

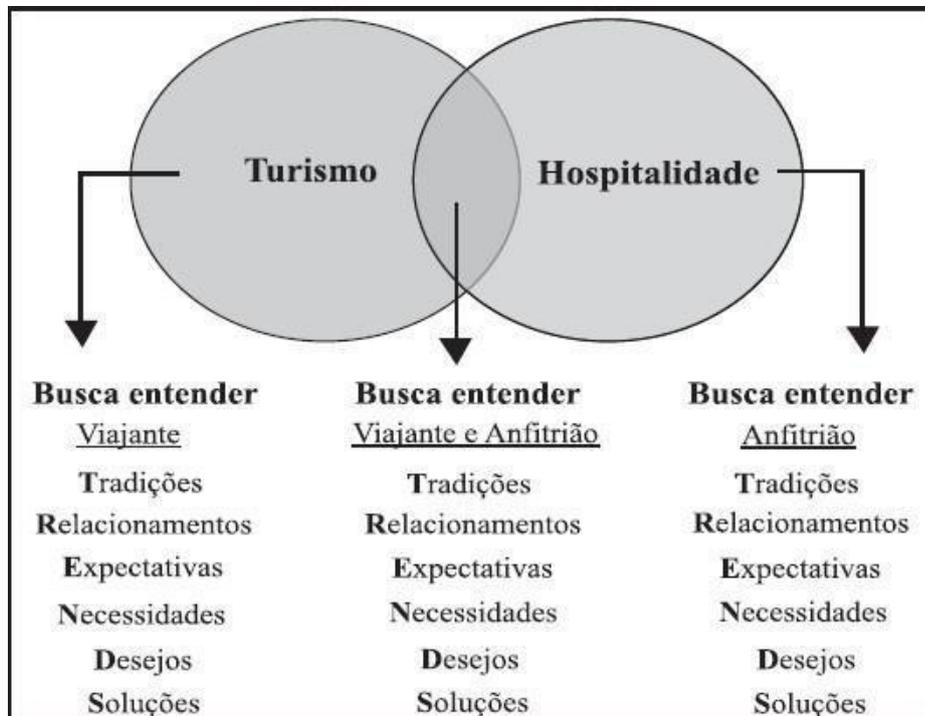
O turismo tem assumido um papel importante, tanto para o setor econômico, quanto na dimensão sociocultural nos mais diversos países. O crescimento exponencial das atividades turísticas possibilita o desenvolvimento social, econômico, cultural e político do meio e da sociedade. O processo de globalização e os avanços tecnológicos são alavancas propulsoras que incentivam o crescimento e exploração das atividades turísticas ao redor do mundo, possibilitando a ruptura de fronteiras físicas, sociais e culturais, agindo como facilitador da comunicação global, da disseminação da informação, quebra de preconceitos e estereótipos, além de promover o intercâmbio de ideias e bens culturais.

Desta forma, é possível identificar que o turismo é um fenômeno de vasta complexidade e que, portanto, deve ser compreendido de maneira interdisciplinar. As atividades turísticas envolvem e agregam valores a todos sujeitos que estejam nelas envolvidos. Acerca dessa temática, Hunziker e Krapf (apud BENI, 2001) apresentam que o turismo pode ser definido como sendo a soma de fenômenos e relações resultantes da viagem ou permanência de pessoas

não-residentes de determinada localidade distinta à sua morada e que não se relaciona a atividade remunerada. De acordo com Beni (2001), esta é uma teoria que reconhece o principal agente deste fenômeno, ou seja: o turista. Ainda é possível encontrar outra definição de turismo, dada por Jafari (apud BENI, 2001). Este autor defende que o turismo compreende o homem que esteja longe de sua residência, indústria que satisfaz suas necessidades, os impactos sofridos e gerados por ambos, sobre a sociedade, cultura, economia e espaço geográfico da área receptora.

Em consonância com a majoritária parcela da comunidade acadêmica, é impossível desassociar a existência da atividade turística aos serviços de hotelaria. Nesse sentido, é possível ainda inferir por alguns estudiosos que turismo, hotelaria e hospitalidade se confundem entre si e que, portanto, poderiam ser considerados termos análogos, senão, sinônimos. A exemplo, é possível citar Wada (2003, p. 66) que menciona que “turismo e hospitalidade não são antagônicos e precisam se complementar”. Desta forma, nota-se a interseção entre turismo e hospitalidade onde ambas as áreas são contempladas, como demonstra a figura a seguir:

Figura 1 - Interseção entre Turismo e Hospitalidade



Fonte: Wada (2003, p. 06)

Entretanto, cabe salientar que exatamente em virtude da inter e multidisciplinaridade que compõem as atividades turísticas estes são termos que se complementam, não podem e não devem ser confundidos, como ao longo desta pesquisa será possível perceber.

1.1 Breve introdução ao conceito de hospitalidade

A hospitalidade está no âmago das relações humanas e sempre esteve relacionada ao acolhimento. Partindo para uma análise histórica, na Grécia antiga, considerada berço da civilização, durante as festas olímpicas os povos locais costumavam oferecer hospitalidade aos estrangeiros que eram muito bem recebidos. As histórias bíblicas relatam que fazia parte da tradição que o viajante tivesse seus pés lavados na casa do anfitrião, e que tivesse lugar reservado à mesa da casa. Além disso, antes de partir, recebia mantimentos para que pudesse seguir viagem.

Aprofundando-se no estudo etimológico da palavra, segundo Dias (2002, p. 98) “A noção de hospitalidade provém da palavra latina *hospitalitas-atis* e traduz-se como: o ato de acolher, hospedar; a qualidade do hospitaleiro; boa acolhida, recepção; tratamento afável, cortês, amabilidade; gentileza.” Sendo assim, pode-se entender que a palavra hospitalidade se refere à qualidade de um lugar ou de um sujeito ser receptivo, hospitaleiro; atribui-se ainda a este termo o ato de hospedar, considerando o ponto de vista do hóspede. Entretanto, a prática de hospedar e de ser hospitaleiro é mais complexa do que simplesmente receber um visitante. Trata-se da aproximação de seres plurais, com culturas e costumes distintos, onde percebe-se uma relação de troca de valores entre os sujeitos envolvidos, doravante denominados visitado e visitante.

De forma geral, a hospitalidade apresenta-se de diversas formas, pode ser representada por inúmeros fatores, ostenta conceitos distintos e múltiplas associações tais quais: receptividade, sociabilidade, confortabilidade, alimentação, lazer dentre tantas outras. Importante frisar que a hospitalidade tem um aspecto subjetivo também, à medida que há a percepção e avaliação desta pode variar de acordo com experiência vivenciada por cada sujeito.

Ao se encontrar fora do domicílio, algumas pessoas se sentem solitárias. No intuito de preencher esse vazio, surge a hospitalidade comercial, onde os estabelecimentos comerciais que prestam o serviço de hospedaria (pousadas, hotéis e resorts) oferecem acolhimento e os colaboradores fazem as vezes dos anfitriões. A oferta de acomodação, alimentação e diversão através de troca monetária além de possibilitar as viagens, representam, de certo modo, o quão

determinado lugar é hospitaleiro. Percebe-se que a relação de hospitalidade se dá entre pessoas e pode gerar um ambiente de troca. Atualmente, há grande exigência do cliente pela qualidade na prestação de serviço, que começa antes de tudo pela hospitalidade.

Assim destaca-se a hospitalidade comercial, que, de acordo com Lashley (2004) pode-se compreender como a possibilidade de atrair e manter os clientes, garantindo a eles a qualidade dos serviços, principalmente no tocante às relações humanas, uma vez que o serviço prestado é generoso e não totalmente desinteressado. Ainda nas palavras de Lashley, denota-se que:

A oferta da hospitalidade comercial depende da reciprocidade com base na troca monetária e dos limites da concessão de satisfação aos hóspedes que, no fim, causam impacto sobre a natureza da conduta hospitaleira e da experiência da hospitalidade. (LASHLEY, 2004, p.19).

Em consequência, é possível afirmar que as pessoas que compõem o quadro de colaboradores de uma empresa constituem um dos recursos de maior valor dentro da organização. Desta forma, Drucker (2006, p. 51) expõe que:

Hoje todas as organizações dizem: “as pessoas são nosso maior ativo”. Entretanto, poucas praticam aquilo que pregam e menos ainda acreditam nisso. A maioria ainda acredita, embora talvez não consciente, naquilo que acreditavam os empregadores do século XIX: as pessoas precisam mais de nós do que nós delas. Porém, as organizações precisam atrair pessoas, retê-las, reconhecê-las e recompensá-las, motivá-las, servi-las e satisfazê-las. (DRUCKER, 2006, p. 51)

Percebe-se uma grande polêmica acerca da fidedignidade da hospitalidade em estabelecimentos comerciais. No entanto, não se pode afirmar que um hospedeiro comercial não se comporta com hospitalidade única e exclusivamente pela existência de pagamento por seu trabalho. Logo, é possível ser hospitaleiro ainda que exista benefício financeiro, o que acarreta a trocas de bens e serviços que podem ser materiais ou simbólicos entre o sujeito receptor e o sujeito acolhido. Em outras palavras, entre o anfitrião e o hóspede.

1.2 Breves apontamentos sobre hospitalidade e gentileza enquanto conduta

Como foi visto na seção anterior, a hospitalidade assume caráter dotado de subjetividade; é elemento característico, próprio de cada indivíduo e que viabiliza as relações interpessoais em diversos cenários. É possível então afirmar que a hospitalidade abrange

trocas, encontros, idas e vindas, o receber e ofertar, o dom e a dádiva entre sujeitos (CAMARGO, 2004). Envolve também o respeito entre as pessoas como indivíduos plurais que compõem o meio social, em que o conhecimento mútuo viabiliza a identificação das necessidades que precisam ser atendidas. Desta forma, é possível concluir que a hospitalidade caminha de mãos dadas com a gentileza, em uma relação de interdependência para a manutenção da convivência harmônica entre os seres nesta relação de troca.

Compreende-se, pois, que a palavra gentileza se envolve com o significado de hospitalidade, além de outros valores morais e sociais, tais quais a cordialidade, o respeito e nobreza para com o outro. Analisando etimologicamente a palavra gentileza, encontra-se que sua origem é advinda do latim, *gentilis*, e significa “pertencente ao mesmo grupo, da mesma família”¹. A palavra originária, *Gentilis*, por sua vez, é formada pelo radical *gen*, que, no plural, designa “gentes”. Em outros termos, adequado a nossa Língua Portuguesa, temos, pois, como significado, “pessoas”.

De acordo com o Dicionário Online de Português, define-se como gentileza “Característica ou particularidade de gentil; Comportamento distinto; em que há nobreza e/ou elegância; Com delicadeza; amabilidade”². Sendo assim, sintetizando o significado e valor que esta palavra agrega é possível inferir que a gentileza é a qualidade daquele que é gentil, amável e que se faz presente e marcante com pequenas atitudes.

No tocante ao setor de serviços, mais especificamente no ramo de hotelaria, onde se aplica este estudo de caso, aspectos intangíveis como a gentileza, são de extrema importância e conta como fator preponderante para a competitividade, sobrevivência e permanência no mercado. Logo, conclui-se que agir com hospitalidade implica em ser gentil, estabelecendo conexões humanas, através do afeto e empatia.

Ademais, na contratação, manutenção e demissão de um profissional, não apenas são levados em consideração seu conhecimento técnico, mas sobretudo – principalmente no setor de serviços - os seus aspectos comportamentais. Nestes comparecem pontos como a maneira que os colaboradores lidam com os clientes, a forma como tais profissionais agem em ambiente de trabalho: ou seja, de modo gentil, educado, com profissionalismo e segurança. Isso mostra que ainda existem empresas e profissionais que focam apenas na eficiência e na competência em executar seus processos (procedimental), esquecendo que para agradar e fidelizar o cliente é necessário encantá-lo, promovendo experiências únicas durante a prestação dos serviços, resultando em uma relação humanizada, empática e gentil (atitudinal).

¹ Segundo o Dicionário Latino-Italiano.

Dito isso, nota-se a importância de se investir nas pessoas, no desenvolvimento de habilidades comportamentais em especial daqueles que atuam na linha de frente, no atendimento ao público.

CAPÍTULO 2 – UM PANORAMA SOBRE O CLUB MEDITERRANÉE E SEUS GENTIS ORGANIZADORES

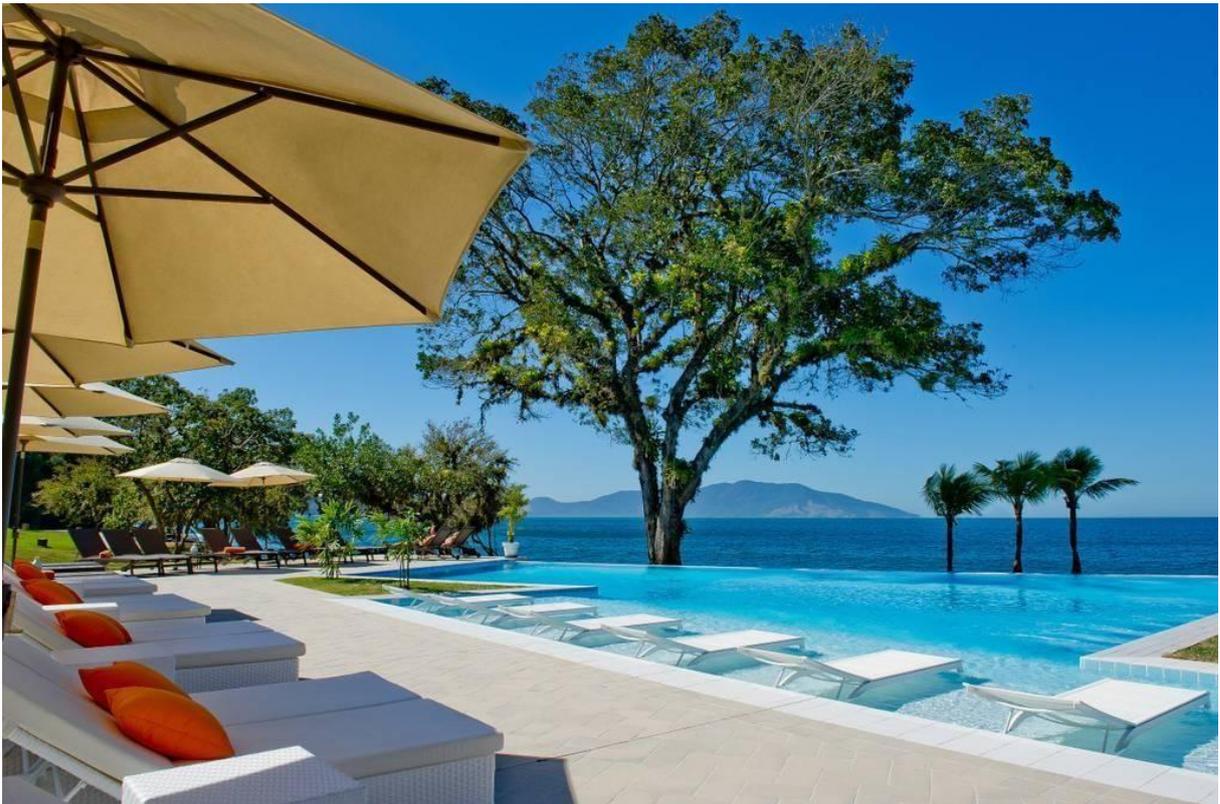
2.1. O Club Méditerranée

Conhecida como uma das mais importantes redes hoteleiras no cenário internacional, O Club Méditerranée, popularmente chamado de Club Med, é considerado um nome de referência que se destaca no segmento de lazer. A rede é composta por 61 unidades que operam em diversas localidades do mundo, cada uma de suas unidades disponibiliza serviços voltados ao lazer e repouso. É considerada empresa precursora da formatação de resort, denominados *villages*, com sistema *all inclusive*². A empresa é ainda conhecida por promover uma atmosfera única e acolhedora, onde o hóspede “deve se sentir em casa e longe ao mesmo tempo” (CLUB MEDITERRANÉE, 2021, Online).

A ideia de criação do Club Med nasceu em 1950, mais precisamente na data de 27 de abril, em uma pequena vila de pescadores da região das Ilhas Baleares, na Espanha. Gérard Blitz juntou-se a Gibert Trigano, que era fabricante de lonas, com o propósito de construir uma vila de tendas destinada às férias. Por ser um grande defensor da liberdade e amante da prática esportiva, o objetivo principal de Blitz era que as pessoas pudessem desfrutar da paisagem natural e praticar esportes. O resultado dessa ideia foi o sucesso na inauguração do primeiro resort que, em virtude também da democratização das férias remuneradas que, no cenário de pós guerra mundial, era uma novidade para a sociedade da época. Cerca de duas mil pessoas passaram pelo primeiro village. O que levou o resort a se tornar único além do conceito de *all inclusive*, foi a quebra de barreiras sociais estabelecidas pelo convívio harmônico entre os G.O.'s e os G.M.'s, instituídos desde o princípio do negócio. Os conceitos de liberdade e felicidade eram a alma do projeto dos sócios Blitz e Trigano. Nas palavras do próprio Blitz, "O objetivo da vida é ser feliz, e a hora de ser feliz é agora" (BLITZ, s.d.).

² Todas as refeições (principais e lanches), bebidas (alcoólicas ou não), atividades específicas supervisionadas para crianças e atividades esportivas acompanhadas por profissionais especializados estão inclusos nos pacotes oferecidos aos hóspedes da Club Med.

Figura 2 - Unidade Rio das Pedras (RJ) Club Med



Fonte: Site Club Med (2022)
Autor: Autor desconhecido

O Club Med Rio das Pedras fica localizado na Costa Verde do Rio de Janeiro, entre a beleza da Mata Atlântica e as belezas de uma linda praia. O resort conta com paisagens inspiradoras para a prática de esporte, sendo eles no mar o esqui aquático e o wakeboard, no rio o kayak e em terra firme tem se o arco e flecha, tênis, beach vôlei, quadras cobertas para realização de outros esportes.

O village é composto não somente por áreas esportivas, mas também por lazer e tranquilidade como a piscina calma que é um ambiente onde somente maiores de 16 anos podem adentrar e o silêncio é almejado. “Para mais privacidade e um toque extra de sofisticação, descubra o La Réserve, o Espaço Exclusive Collection dentro do Resort 4t d Rio das Pedras. Uma escolha ideal para quem pretende combinar privacidade, serviços personalizados e conforto premium com o espírito acolhedor e amigável do Club Med. *Sob demanda, com custo adicional” (CLUB MEDITERRANÉE, 2022, Online)

O village conta com uma estrutura de lazer composta por um teatro onde são realizados diversos shows de entretenimento noturno, uma piscina principal e olímpica onde acontecem

aulas de hidroginástica e jogos recreativos para adultos, um bar principal e um centro de convenções onde se é explorado todo o lado de eventos que acontecem no local. Quanto aos quartos, os mesmos ficam localizados e subdivididos entre vista mar e vista montanha.

Outra característica ímpar da empresa está nos serviços prestados pelos GOs (Gentis Organizadores), profissionais responsáveis por incorporar “os cinco valores principais do clube de férias: gentileza, liberdade, responsabilidade, espírito pioneiro e multiculturalismo.” (CLUB MEDITERRANÉE, 2021, Online). De acordo com a filosofia da rede, Os GOs são denominados "embaixadores da atmosfera Club Med” e são incumbidos por acolher, entreter e atender de maneira única os GMs (Gentis Membros, como são denominados os hóspedes na empresa) durante todo período de estada no village. Sob o slogan “um mundo de felicidade”, o Club Med tem como premissa um estilo único que preserva a sociabilidade, liberdade e o prazer em vivenciar o período de férias da melhor maneira possível, nos melhores lugares, com os melhores serviços.

Figura 3 - Unidade São Paulo Club Med



Fonte: Site Club Med (2022)

Autor: Autor desconhecido

O village de São Paulo antes de se tornar um Club Med era um Club de golfe localizado em Mogi das Cruzes, diferente das outras unidades o Lake Paradise tem uma estrutura mais sofisticada por receber grandes eventos de empresas de São Paulo com mais frequência e

também por aproveitar parte da estrutura do antigo club de golfe. Outro diferencial além das atividades como vela, kayak, circo, golfe, arvorismo, stand up, tirolesa, tênis, beach tênis é o fato de possuir uma capela dentro da estrutura onde se pode realizar casamentos.

Todo diferencial ofertado nos villages da rede Club Med compõe uma hospitalidade específica baseada em proximidade, acolhimento, afetividade e gentileza. Isto torna a rede padrão em conceitos e atendimento ao público. Mesmo assim, cada unidade possui características particulares, justificando assim o sucesso e prestígio no cenário da hotelaria, sendo, pois, considerado referência no quesito excelência nos serviços prestados.

Figura 4 - Unidade de Trancoso Club Med



Fonte: Site Club Med (2022)
Autor: Autor desconhecido

A unidade de Trancoso possui um visual deslumbrante composto pelo mar e as falésias que ficam ao entorno do village. Possui uma estrutura que segue a linha rústica sofisticada, em que se explora a simplicidade do ambiente praiano e ao mesmo tempo o requinte da franquia Club Med.

Diferente de Rio das Pedras, o acesso à praia é por meio de uma pequena trilha com escadas ou por um elevador especialmente desenvolvido para o trecho. Ao chegar à praia os

hóspedes possuem o serviço de bar que se encontra na mesma e como diferencial, uma churrasqueira onde são realizados eventos especiais como lual na praia e churrasco no almoço.

O resort fica localizado próximo de Arraial d’Ajuda, o que favorece o hóspede a explorar e conhecer outras partes da região.

2.2 – Além da hospedagem: Club Med e Eventos

Conhecido como referência na rede hoteleira o Club Med além de ser um *resort* destinado ao lazer para as famílias e amigos, o Club também é muito requisitado no setor de eventos onde proporciona experiências incríveis para empresas que querem surpreender seus clientes “um jeito único e sofisticado de garantir o sucesso de seu evento, aliando a melhor infraestrutura de trabalho a um mundo de possibilidades que só os nossos villages oferecem.” (CLUB MEDITERRANÉE, 2022, Online).

O departamento de eventos do Club é constituído por dois setores, o escritório comercial e a equipe do operacional. No escritório comercial ocorrem as negociações e o fechamento de contrato entre os três Clubs do Brasil, sendo eles o de Rio das Pedras localizado no Rio de Janeiro (RJ), o Lake Paradise em São Paulo (SP) e o de Trancoso na Bahia (BA). O papel da equipe comercial é enviar o portfólio onde contém todas as informações sobre o funcionamento do *Village*, as salas e espaços disponíveis (a estrutura) e valores de tudo que eles venham solicitar (orçamento detalhado). Este primeiro contato se estabelece entre o setor comercial com a empresa cliente, nessa relação são definidas as demandas dos serviços necessários para organização do evento. Em um segundo momento o comercial é o responsável em repassar tais questões para o setor operacional.

Após o fechamento de contrato/acordo as demais funções ficam por conta do operacional diretamente com a empresa cliente, onde logo é enviado um questionário perguntando detalhes sobre o evento, como as salas/espaços que serão usados, para quantas pessoas está destinado, quais departamentos serão necessários estar envolvidos. Logo após, acontece a visita técnica da empresa onde eles avaliam a estrutura do espaço para concluir a contratação.

Tendo o evento fechado segundo o detalhamento e contrato é o momento de o operacional entrar em contato com todos os departamentos envolvidos do hotel perante a Ordem de Serviço (OS). A equipe da cozinha é necessária ser informada caso necessite de um *coffe break* ou um jantar privativo, a equipe do bar se for preciso montar algo específico ou até

mesmo a equipe de lazer, animação, esportes caso haja alteração na programação do *Village*. Caso não seja necessário alteração na programação, a OS é enviada somente para os departamentos envolvidos na operação para que todos estejam programados e prontos para atender todas as demandas.

Com isso, o operacional é responsável para todas estas demandas da empresa cliente sejam atendidas, os mesmos devem efetuar cobranças, comandas, receber as pessoas VIPs do evento, dar todo o suporte para que eles conheçam a estrutura do hotel, atender demandas e solicitações de última hora e acionar os departamentos necessários para saber se é possível atender estas solicitações.

A parte operacional localiza-se dentro do hotel onde se mantém contato direto com o comercial, caso haja alteração no contrato, inclusão além do que foi solicitado e contratado deve ser informado ao escritório. Uma das principais clientes do Club no que tange a realização de eventos é a empresa Forma Turismo.

A Forma Turismo é uma empresa de viagens de formatura que existe há mais de 20 anos onde fecham com as escolas o final do ciclo do 9º ano e do 3º ano. A empresa possui viagens nacionais e internacionais, em que os jovens e adolescentes são acompanhados por monitores especializados desde o início ao fim da aventura e em todas as atividades propostas pela firma.

A empresa de início passou por grandes dificuldades, pois seu maior concorrente era os famosos bailes de formatura, porém após passar dos anos os passageiros que voltavam de sua viagem espalhavam aos amigos uma frase que acabou se tornando nosso slogan: viajei com a Forma e foi “A melhor viagem da minha vida (FORMA TURISMO, 2022, Online).

Um dos destinos que a organização oferece é a viagem para o Club Med, onde ocorre um evento que acontece dentro do *Village* para menores de 18 anos e que muda toda a programação do Club. Assim, é necessário haver uma movimentação muito maior já que todo o espaço é utilizado para o evento e não receberá durante este período outros hóspedes. O Club se responsabiliza em retirar de circulação tudo que é proibido para esta idade como bebida alcoólica, o espaço wine é fechado e todo material é guardado para que os adolescentes não tenham acesso.

A parte operacional do *Village* recebe a proposta da empresa um período antes para se programar e um dia antes da chegada do grupo existe o pré meeting com a equipe técnica da empresa para alinhar o planejamento, aliás a empresa traz com ela a equipe de monitores e seguranças para a vigilância e acompanhamento dos adolescentes.

Neste momento é informado que a área dos quartos é dividida em lado masculino e lado feminino onde além de acompanhar nas atividades, os monitores serão escalados a todo momento nos blocos para supervisionar estes setores para que não haja problemas maiores de meninos irem para blocos femininos e vice e versa. Também é alinhado os horários previstos das chegadas dos ônibus para que a equipe GO esteja preparada para recebê-los e para não haja uma aglomeração e o serviço possa ser atendido da melhor maneira para que então o check in seja entregue rapidamente. Logo após, começam os serviços e programação oferecidos, então a equipe GO fica responsável em atender as demandas de atendimento ao restaurante, auxílio nas lanchonetes, nos crazys selecionados nas festas noturnas e diurnas entre todas outras atividades previstas. Toda a programação do Village é cortada e os GOs ficam destinados somente em atendê-los, pois os mesmos não realizam os shows diários, os contatos com GMs e suas obrigações de rotina.

Segue programação da empresa para com o evento:

Figura 5 - Programação de Viagem



TRANSPORTE Passagem aérea ida e volta saindo de @cidade@.

PROPOSTA Nº

PERÍODO

HOSPEDAGEM

- ✦ 3 noites de hospedagem no Club Med Rio das Pedras, em Mangaratiba - RJ
- ✦ Resort exclusivo para os grupos de 9º ano da Forma Turismo
- ✦ Acomodação em apartamentos conforme número de pessoas do grupo (de 3 a 5 por apto)

ESTRUTURA DO HOTEL

- ✦ Ginásio poliesportivo, quadras e campo de futebol
- ✦ Piscinas externas
- ✦ Salão de jogos, quadra de tênis
- ✦ Quadras de esportes de praia - Beach Tennis, Beach Volley, Fut Volley
- ✦ Equipe de COs

REFEIÇÕES

- ✦ Café da manhã, almoço e jantar no hotel
- ✦ Água, sucos e refrigerantes à vontade durante as refeições
- ✦ Bolos, frutas e doces diversos à vontade durante as refeições
- ✦ B.S.I – bebidas, lanches e snacks à vontade fora do horário das refeições
- ✦ Lanche da madrugada durante as festas noturnas, com snacks e bebidas à vontade

ESTRUTURA EXCLUSIVA DA FORMA TURISMO

- ✦ Monitores da Forma acompanhando o grupo
- ✦ Equipe de gerentes e coordenadores
- ✦ Forma Smart Pass - sistema de acesso eletrônico
- ✦ Carros de apoio para assistência ao grupo
- ✦ Assistência médica com enfermaria no hotel (conforme contrato)
- ✦ Ambulância UTI
- ✦ Salva-vidas em todas as atividades aquáticas
- ✦ Seguranças particulares

PROGRAMAÇÃO DIURNA

- ✦ Atividades Forma: Artilharia, Voltaha e Mix Games
- ✦ Copa Forma Festival - Campo / Quadra / Areia
- ✦ Competição entre equipes
- ✦ Arco e Flecha (atividade do hotel)
- ✦ Esportes Náuticos: esqui-boia e caiaque (atividades do hotel)
- ✦ Sunset Pool Party - Revoada na Piscina
- ✦ Espaço Influencer para gravação de vídeos e fotos nas redes sociais
- ✦ Festa da Espuma

PROGRAMAÇÃO NOTURNA

- ✦ Arena Games
- ✦ Lounge Playroom
- ✦ White Garden (Festa do Branco)
- ✦ Mysterio Fantasy
- ✦ Show Exclusivo
- ✦ Luau de Despedida

E MAIS

- ✦ Kit exclusivo da viagem (mochila e camiseta)

VALOR À VISTA
R\$ 0.000,00

VALOR PARCELADO
00x de R\$ 0.000,00

VALIDADE DA PROPOSTA
00/00/2000

* Programação sujeita a alteração. Transporte rodoviário - Caso o número de 25 participantes da mesma cidade não seja atingido, fica a cargo do Responsável Legal o transporte do passageiro até o local de embarque mais próximo. Transporte aéreo - Transfer até o aeroporto não incluído.



Fonte: Marketing Forma Turismo, 2021.

Como observado na figura acima, vemos uma proposta de um pacote de viagem oferecido para os alunos do 9º ano que estão se formando. Trata-se de um programa encaminhado aos pais ou responsáveis.

2.3 – Profissionais do Club Med: os Gentis Organizadores

Como dito anteriormente, a equipe de funcionários que constitui o Village é formada pelos Gentis Organizadores que são as pessoas que residem no local, além de outros colaboradores GOs que quando necessário são convocados para suprir a equipe do Club, em períodos de alta demanda. Temos também os GEs que são os Gentis Empregados que são moradores locais ou da redondeza que diariamente retornam para suas casas. Este colaborador tem como função primordial o exercício da gentileza, ou seja, precisa ser gentil com seus hóspedes, inclusive é esta premissa que está vinculada ao próprio nome deste profissional.

Em suas rotinas vividas dentro do Village os funcionários devem ser prestativos em tudo que os hóspedes tiverem necessidade, seja ao repassar uma informação, um sorriso ou um mero cumprimento. A prestatividade é algo diferenciado que o hóspede procura quando chega ao Club, aliás é isto que o marketing oferece e vende. Importante destacar que a receptividade passa a ser assimilada pelo colaborador como uma tarefa básica do seu serviço, o que por ser diariamente (re)produzida, pode se tornar comum na função cotidiana do trabalho. O que pode ser absorvido como algo natural.

Os funcionários estão presentes em todos os espaços do Club, seja na cozinha, no bar, nas áreas comuns e nas atividades. A vida GO é tão intensa que mesmo nas folgas, eles/elas precisam conviver com seus hóspedes por morar no mesmo lugar, com isso, a gentileza passa a ser produzida de maneira reiterada na vida do Club Med, a fim de criar um ambiente de bom relacionamento entre as pessoas naquele contexto.

A boa convivência, a harmonia e o bem-estar é algo que a empresa preza muito em relação aos seus funcionários. Assim, o Club Med oferece uma qualidade de vida com tudo que é oferecido aos hóspedes também para seus colaboradores nos momentos em que estes não estão trabalhando, podendo usufruir e aproveitar juntamente dos amigos que fazem durante o período que ali estão.

CAPÍTULO 3 - GENTIS ORGANIZADORES E O TRABALHO COM A HOSPITALIDADE NO CLUB MED

Neste último capítulo, apresenta-se os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa deste TCC, bem como as adversidades encontradas na aplicação e coleta dos dados.

Ademais, analisa-se os dados coletados – tratados quali-quantitativamente - e as discussões decorrentes destes. De modo que se busca entregar o que foi proposto nesta monografia: uma análise do trabalho dos Gentis Organizadores do Club Med, principalmente, pelo viés da hospitalidade.

3.1 – Procedimentos Metodológicos

Inicialmente, esta pesquisa partiu de forma empírica em que a vivência dentro do Club trouxe associações a temática de Hospedagem e Hospitalidade e então o aprofundamento literário em estratégias e abordagens sobre o tema. Parte do procedimento da coleta de dados foi através de um questionário aplicado de forma remota composto por perguntas abertas e fechadas, com a garantia de sigilo dos dados pessoais fornecidos.

Ademais, nesta pesquisa, outros eixos de análises foram propostos: informações básicas, a análise dos setores de marketing e eventos quanto a operação e serviços; em paralelo com o marketing de uma empresa nacional (preço). A ideia foi a de ampliar o campo de discussões e buscar novas formas de se caracterizar, para além das áreas físicas.

Para tanto, a fim de levantar os dados necessários para esta investigação, foi formulado um questionário aplicado aos funcionários dos três resorts localizados no Brasil, o de São Paulo, Rio de Janeiro e na Bahia.

O questionário é dividido a partir dos eixos, cada um deles possui um número específico de perguntas. Sendo: 16 perguntas em Informações Básicas. No apêndice deste trabalho é possível visualizar um exemplar de gráficos e quadros do questionário utilizado.

Como se deu a interpelação dos entrevistados: Inicialmente, durante as duas primeiras semanas do mês de setembro de 2022, encaminhou-se link direcionado a um questionário para os funcionários dos resorts através do aplicativo Whatsapp, apresentava-se uma breve explicação acerca da pesquisa e um pedido para a participação na mesma. Também foi enviado um texto explicativo sobre o cunho do formulário, produzido a partir da ferramenta Google Forms.

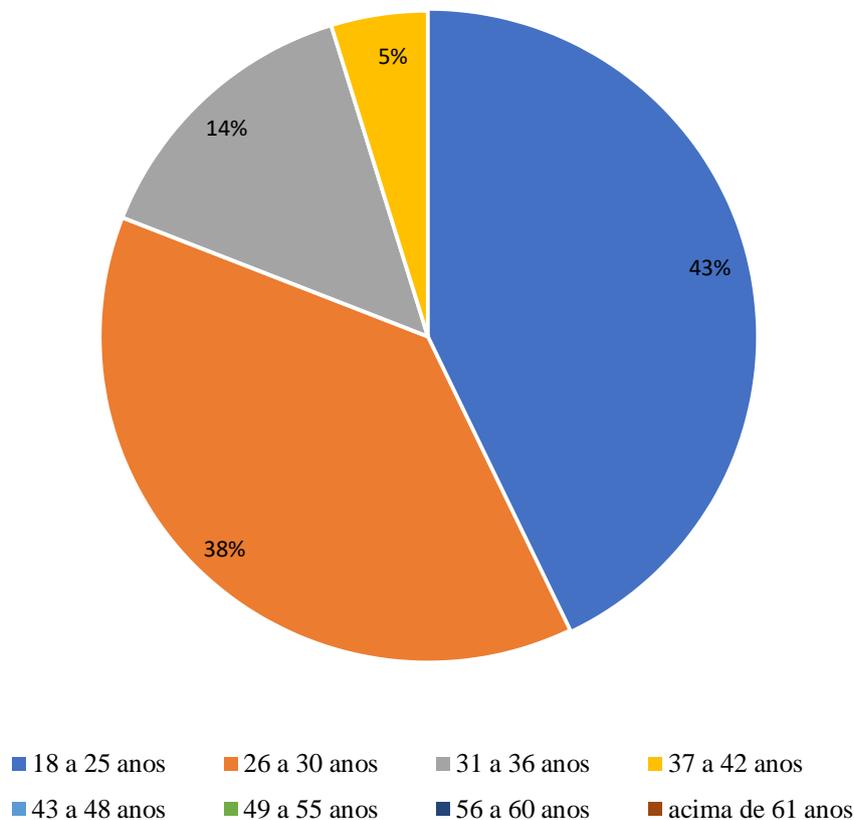
Contudo, neste procedimento, por parte de alguns representantes, houve resistência em participar da aplicação, acabaram negando, sem muitas explicações. Entretanto, aceitaram participar desta pesquisa, 42 funcionários dos resorts.

Os dados coletados passaram por tratamento estatístico e foram transformados em gráficos e tabelas. As análises feitas a partir dos gráficos, são obviamente, quali-quantitativas, baseadas na técnica da análise de conteúdo que, de acordo com Berelson, trata-se de uma interpretação analítica e descritiva acerca do objeto coletado.

3. 2 – Quem são os gentis organizadores? Características e reflexões sobre os trabalhadores da hospitalidade

No questionário, além do nome completo, o qual não será exposto aqui, buscou-se realizar perguntas que pudessem produzir uma amostra relativa ao perfil destes profissionais, naquilo que tange a faixa etária, origem, gênero, raça, sexualidade, classe, nível de formação/capacitação profissional, além de tempo de trabalho no Club Med e/ou no setor hoteleiro. A seguir, apresenta-se os gráficos com os dados coletados. Vejamos inicialmente o marcador etário destes trabalhadores:

Gráfico 1 - Faixa etária dos Gentis Organizadores



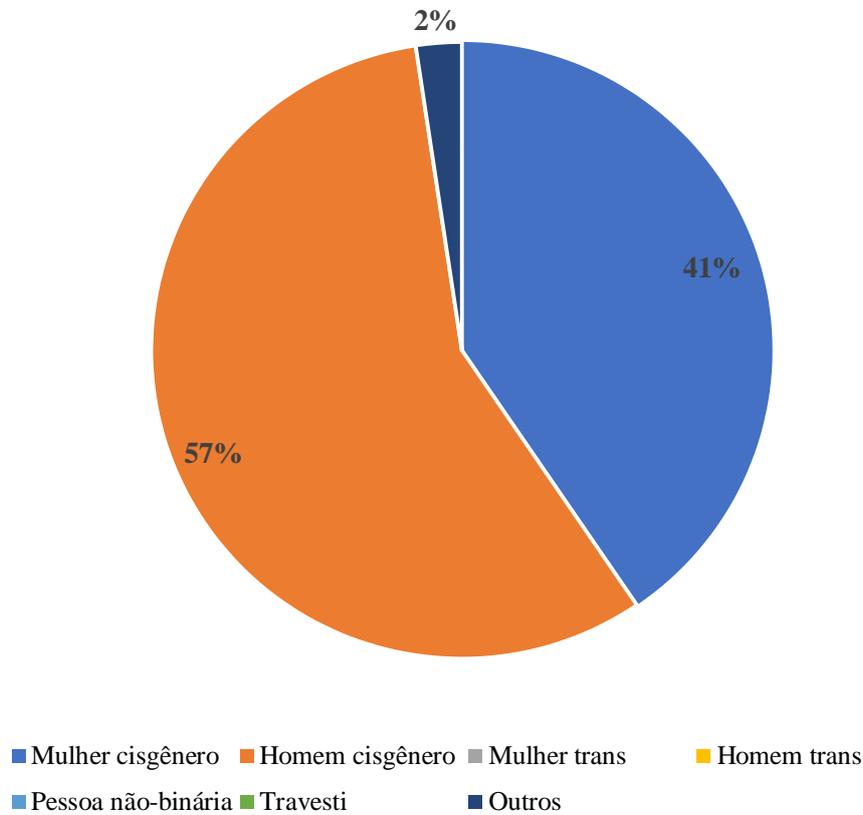
Fonte: Autora, 2022.

Analisando as respostas pode-se observar que não tem GOs com idade superior a 42 anos. Isso se deve pelo fato de muitos deles, já terem migrados a outros cargos ou empregos.

Naquilo que tange a cidade de origem, a maioria, precisamente, 18 profissionais são de cidades do Estado do Rio de Janeiro, sendo estes: 12 cariocas (nascidos na capital do Rio de Janeiro); 2 funcionários da cidade de Nova Iguaçu (RJ); 1 uma pessoa de São Francisco de Itabapoana (RJ); 1 de Mangaratiba (RJ); 1 de Niterói (RJ) e 1 profissional de Petrópolis. Em segundo lugar, tem-se Gents Organizadores oriundos do Estado de São Paulo, total de 12 pessoas, sendo 7 pessoas da capital São Paulo; 1 profissional cada das respectivas cidades: Mogi das Cruzes, Ribeirão Preto, São José do Barreiro, Ituverava e Patrocínio Paulista. Em seguida temos o Estado de Minas Gerais, com 6 funcionários com origem no Estado, destes: 4 são da cidade de Belo Horizonte; 1 de Barra Longa e outra(o) de Betim. Há também empregados da Bahia: 2 pessoas de Salvador; 1 de Porto Seguro e 1 de Ilhéus. Um profissional da região Sul, precisamente, Curitiba e um Gentil Organizador que respondeu “brasileira”, confundindo cidade de origem com nacionalidade, propositalmente ou não, o que não podemos analisar aqui.

Outro ponto levantado nesta pesquisa se refere a identidade de gênero a qual esses profissionais se identificam/se declaram. Vejamos:

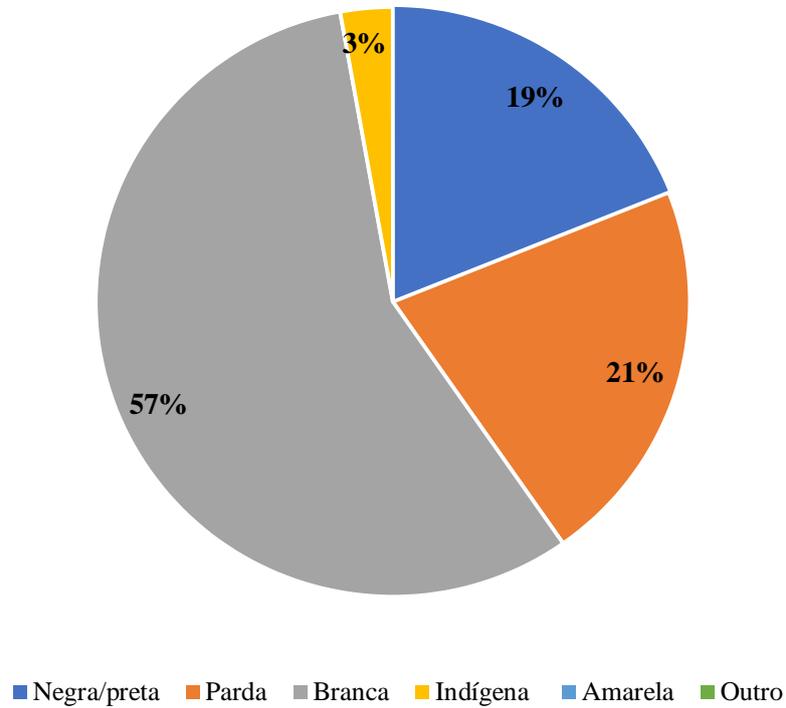
Gráfico 2 - Identificação de gênero dos Gêntis Organizadores



Fonte: Autora, 2022.

Com o gráfico, pode-se inferir que a maioria dos colaboradores são homens cisgênero. Em segundo lugar vêm as mulheres cisgênero e, esses dois grupos, formam 97% do perfil dos entrevistados. A ausência de respondentes possuidores de outros gêneros é uma questão complexa. O fato pode sugerir um local ainda não alcançado por essa população que ainda sofre com dilemas sociais como: abandono parental, escolar, dificuldade de acesso a emprego formal, prostituição como forma de subsistência, violência em relação ao gênero e suas múltiplas faces e, por seqüência, uma expectativa de vida de 35 anos no Brasil (BENEVIDES E NOGUEIRA, 2021).

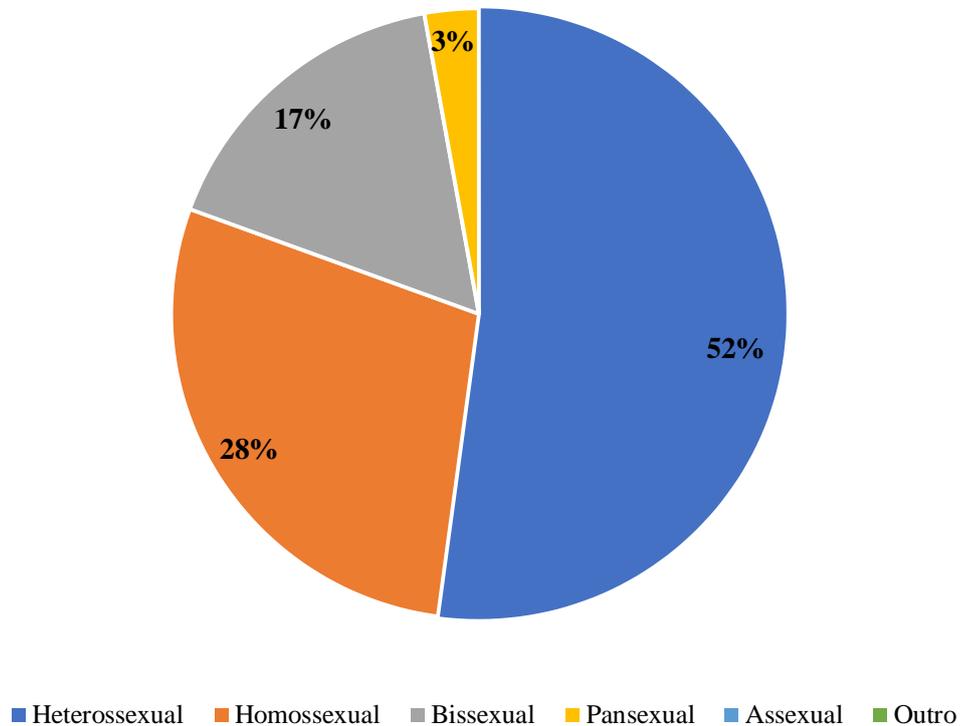
A inserção do tema (e dessas pessoas) no debate social e acadêmico no Brasil é emergente e tem apresentado crescimento considerável, o que demonstra uma preocupação com essas minorias (COLLING, 2018).

Gráfico 3 - Autodeclaração de raça/cor dos Gentis Organizadores

Fonte: Autora, 2022.

Como podemos ver no gráfico acima, a maioria dos profissionais que responderam ao questionário se consideram brancos. Isso é o que mais vemos em empresas grandes. Empregos de elite são geralmente ocupados por pessoas brancas, e o inverso por pessoas pretas (GOMES, 2018). Tal afirmativa de Gomes condiz com os achados: há um grande número de negros em outras posições, como GE'S do setor cozinha, manutenção, camareiras e jardinagem que são lugares menos prestigiados socialmente. Entende-se, nesse sentido, o reflexo do Brasil colonizado (SANTOS; SILVA, 2022).

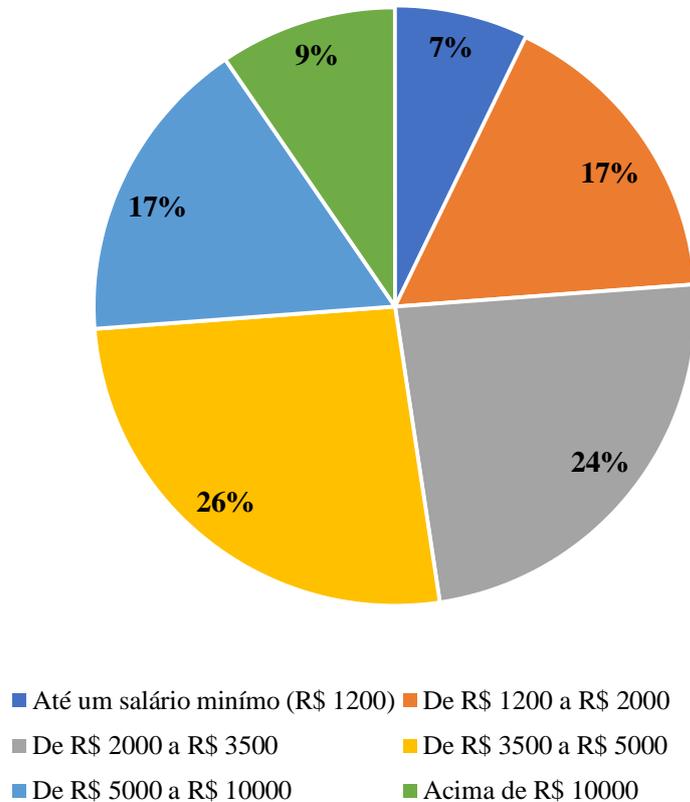
Essa situação desigual presente na teoria e nos achados refletem nas perspectivas econômicas, sociais, culturais e psicológicas da sociedade, causando a manutenção das condições precárias que vivem muitas “minorias” (CAMPOS, 2017).

Gráfico 4 - Sexualidade autodeclarada dos Gents Organizadores

Fonte: Autora, 2022.

As respostas apontaram certa diversidade quanto à sexualidade. A literatura atualmente nos diz que a carreira profissional é influenciada pela orientação sexual, porém o espaço no mercado tem sido conquistado pela comunidade LGBTQIA+, o que denota proximidade com os achados e certo avanço social de liberdade individual (SOARES; SANDER, 2018). Esse cenário é relativamente positivo, tendo em vista que o Brasil é o país que mais mata pessoas dessas comunidades em crimes de ódio (CASTRO, 2016).

Gráfico 5 - Renda média mensal familiar dos Gentis Organizadores



Fonte: Autora, 2022.

Analisando o gráfico acima, vemos que a maior parte dos familiares de GO's recebem em média de 3.500 a 5.000 mensais, equivalentes a 26%. Aqui, o interesse não está em produzir um perfil de classe nos termos de uma sociologia clássica, período em que a Sociologia se autonomiza da filosofia e desenvolve o seu programa das revoluções francesa e industrial, estudando o urbanismo, o desenvolvimento do capitalismo, industrialismo etc, onde as classes não se classificam pelo salário que os grupos recebem, mas na forma que são aplicados nos meios de produção do capitalismo (Os meios de produção podem ser máquinas, terras, ou instalações industriais, por exemplo, e eles têm a função de gerar renda por meio do trabalho).

O levantamento realizado nos mostra a renda salarial média mensal das famílias dos GOs, e de acordo com a classificação realizada através da Fundação Getulio Vargas, as classes econômicas são formadas pela seguinte sequência:

Classe E (aqueles que possuem renda de 0 a R\$1.254,00).

Classe D (renda entre R\$1.255,00 a R\$2.004,00).

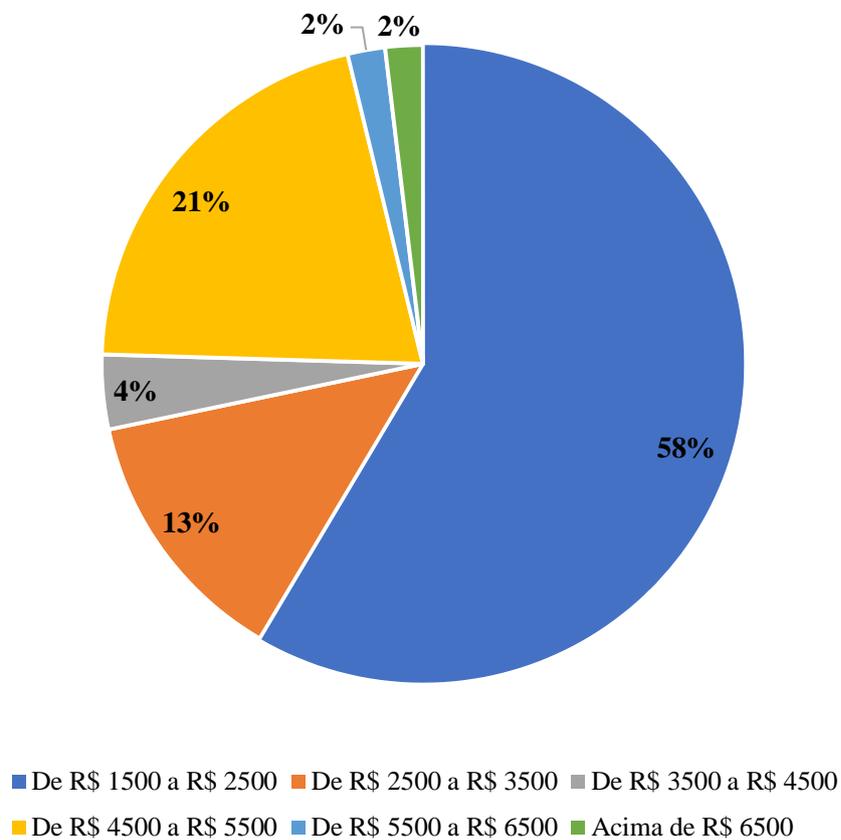
Classe C (renda de R\$2.005,00 a R\$8.640,00)

Classe B (renda de R\$8.641,00 a R\$11.261,00)

Classe A (renda a partir de R\$11.262,00)

Tem-se, então, que 50% das famílias dos respondentes recebem R\$ 2.000 ou mais por mês. Tal valor equivale a menos da metade do necessário para o suprimento digno das necessidades humanas contemporâneas (TUON, 2019).

Gráfico 6 - Renda média mensal dos Gêntis Organizadores

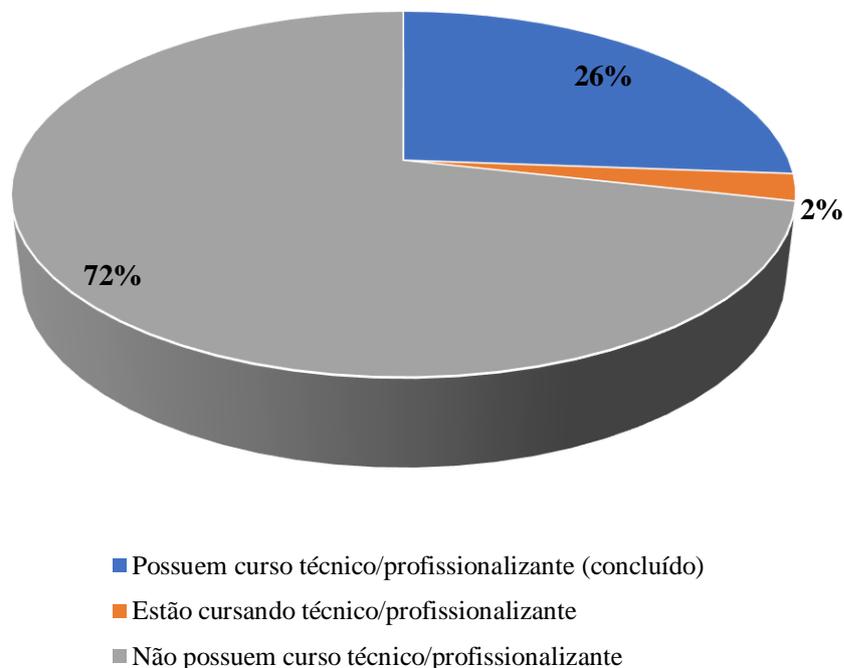


Fonte: Autora, 2022.

O gráfico está mostrando a renda média salarial dos GOs onde podemos observar que 58% recebem R\$1.500 a R\$2.500 e isso os classifica como Classe D (renda entre R\$1.255,00 a R\$2.004,00) e Classe C (renda entre R\$2.005).

Tais valores, apesar de serem maiores que a média geral do Brasil (O seu salário diante da realidade brasileira | Nexo Jornal), ainda representam as classes menos favorecidas. Os resultados confluem com a desigualdade salarial brasileira, que é um dos problemas fundamentais da sociedade, interrelacionada com questões de gênero e raça (CAMPELLO *et al.*, 2018).

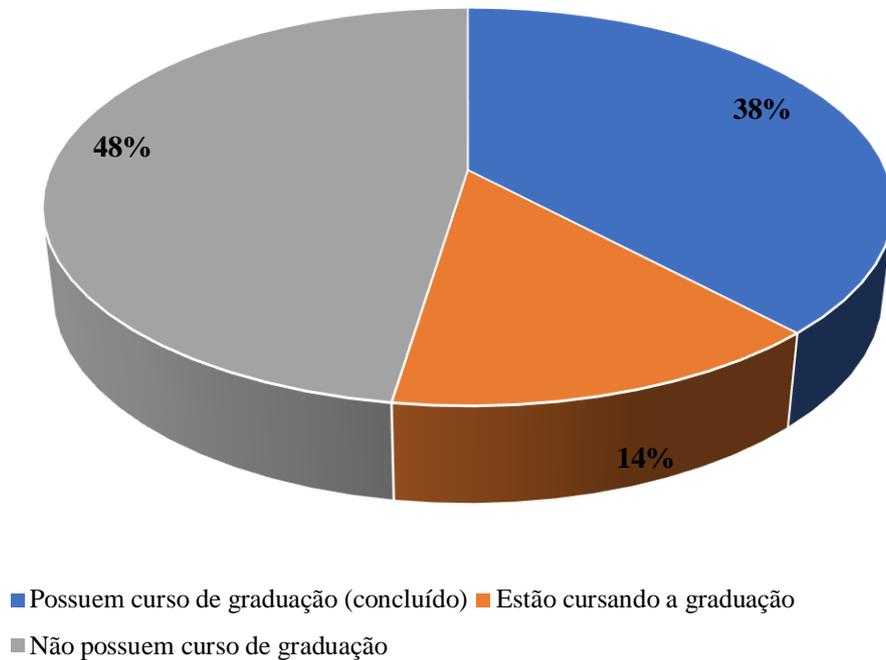
Gráfico 7 - Formação técnica/profissionalizante dos Gentis Organizadores



Fonte: Autora, 2022.

Para se tornar um GO não é necessário ter formação, apenas aptidão e ao menos uma noção dentro do setor que se quer adentrar. A empresa disponibiliza diversas oportunidades de crescimento e também concede cursos para aprendizagem. Dentre os colaboradores que são formados, temos os seguintes cursos: Ourivesaria; Eventos e Cerimoniais; Turismo; Hotelaria, Turismo e Lazer; Aprendizagem Profissional Comercial em Serviços Hoteleiros; Técnico de Som; Gastronomia; Curso de Hospitalidade e Excelência em Serviços Hoteleiros; Técnico em Administração; Fotografia e Design Gráfico.

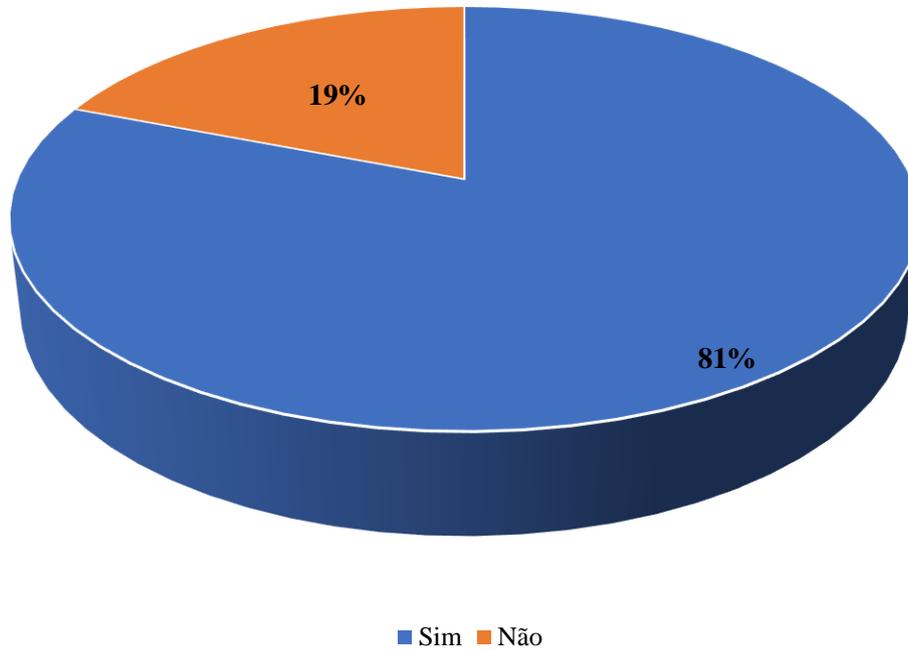
Gráfico 8 - Formação a nível graduação dos Gents Organizadores



Fonte: Autora, 2022.

Como dito anteriormente, não é necessário ter formação para ser GO, e nesse gráfico é nítido a percepção de que muitos não possuem graduação. Não se pode afirmar que os mesmos não possuem pelo fato de não querer ou por falta de oportunidade, mas sabemos que possuir uma graduação no Brasil é um feito de minorias. Dados apontam para números abaixo de 10% da população (DINO, 2021). Os cursos que foram citados são: Administração, Turismo, Gastronomia, Comunicação Social, Educação Física, Gestão de Turismo, Marketing e Psicologia.

Gráfico 9 - Fluência em outro idioma (Gentis Organizadores)

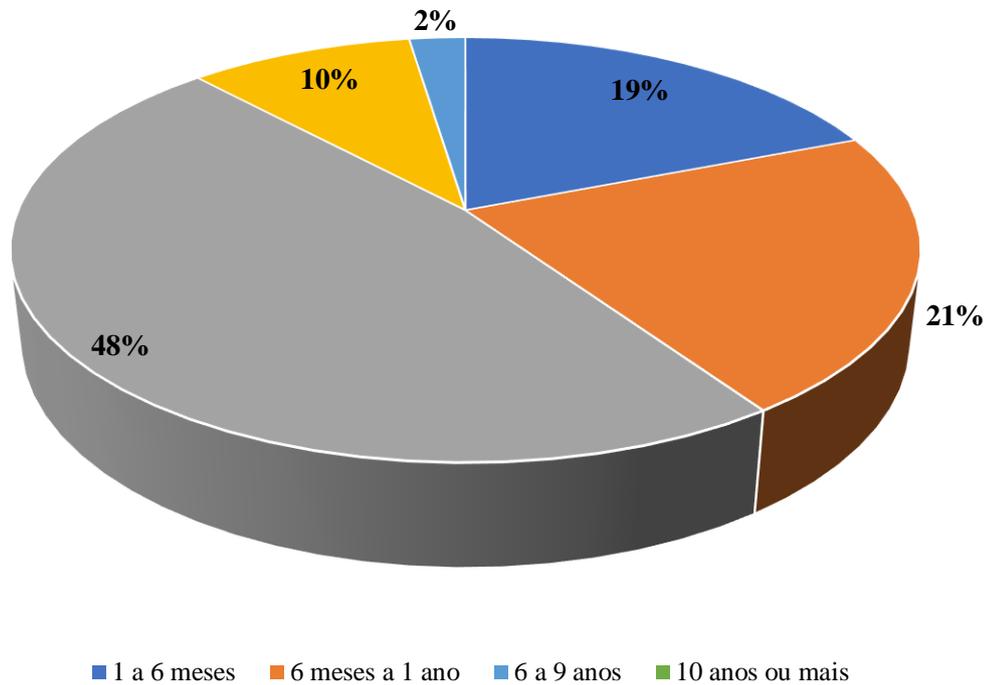


Fonte: Autora, 2022.

Podemos ver de forma genérica que a quantidade de GOs que falam outro idioma é predominante no gráfico e é dividida em duas partes sendo; Azul com 81% (oitenta e um por cento), de pessoas que falam alguma língua, muito mais que a metade do gráfico. E a Laranja com 19% (dezenove por cento) destacando-se menos no gráfico.

Dentre os falantes de outras línguas, o idioma principal dentre os GOs é o inglês (cerca de 40,2% do gráfico) após temos o espanhol (31,1%), francês (5,6%) e o italiano (4,1%). Em vista que muitos dos gentis organizadores falam mais de um idioma.

Tal realidade condiz com a necessidade básica da profissão, de atender clientes falantes de diversos idiomas.

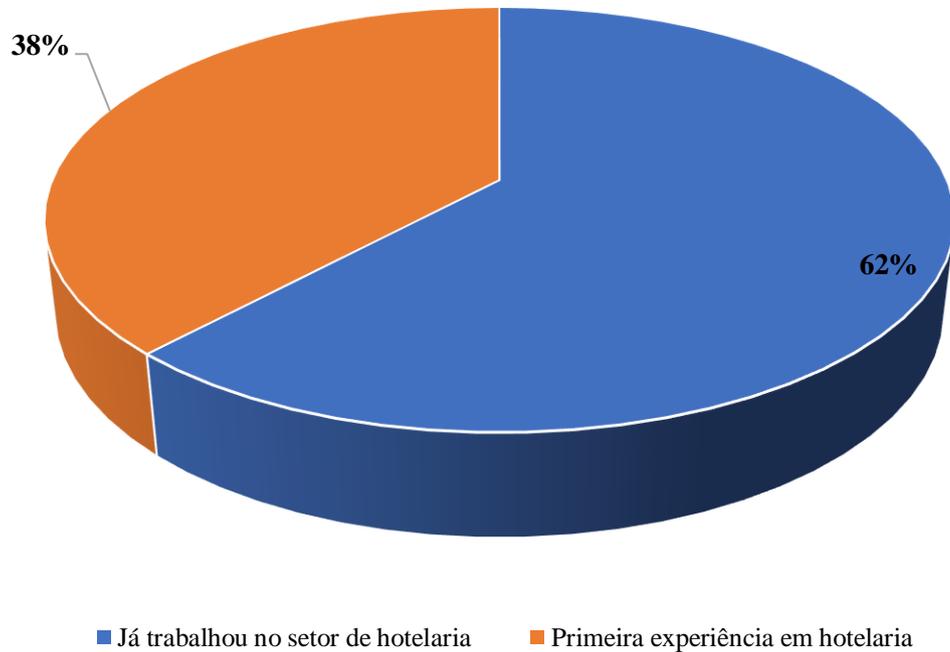
Gráfico 10 - Tempo de trabalho no Club Med

Fonte: Autora, 2022.

O gráfico o período de tempo (meses ou anos) que as pessoas (GOs) trabalham no Club foi dividido 5 partes; A maior parte destacada em cinza com 48% (1 a 3 anos), em laranja 21% (6 meses a 1 ano), em azul 19% (1 a 6 meses), em amarelo (3 a 6 anos) e por último temos azul claro com 2% do gráfico (6 a 9 anos).

Vemos que em verde (10 anos ou mais), não se destaca nenhuma parte do gráfico. Minha experiência no ramo indica que muitas das pessoas que completam tanto tempo de "casa" acaba chegando em alguma parte das gerências ou por fim acabam arrumando algum outro emprego que atinja outros objetivos profissionais e/ou pessoais.

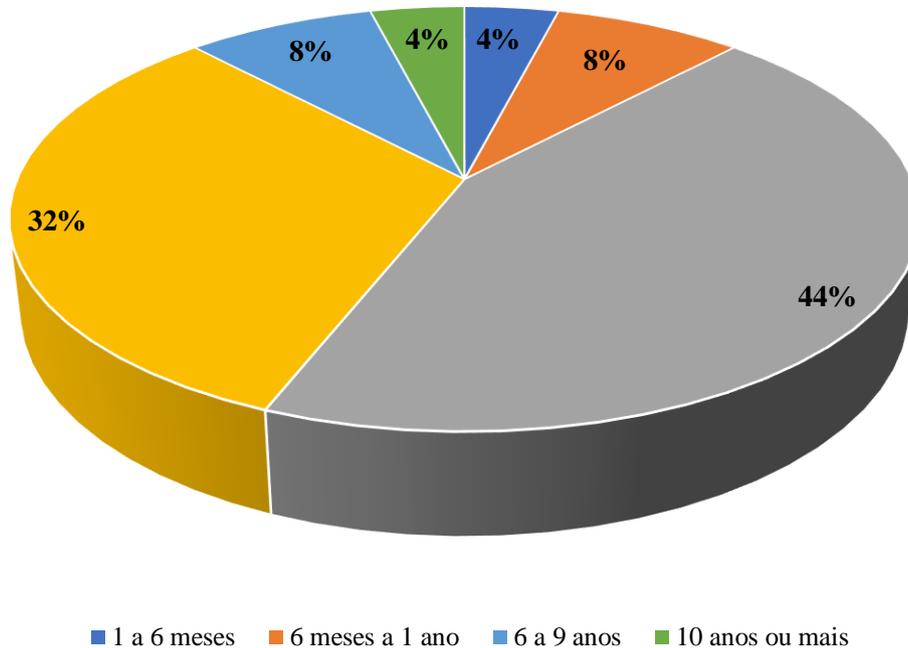
Gráfico 11 - Gentis Organizadores que já atuaram no setor da hotelaria além do Club Med



Fonte: Autora, 2022.

Quando se trata de experiência na área da hotelaria, vemos que 62% dos colaboradores já tiveram ao menos um contato. Isso, de certa forma, é um ponto positivo para a empresa. A pessoa já sabe como se portar e a mesma se torna mais fluente e dinâmica no momento de efetuar seu serviço. Tal afirmativa concorda com minhas experiências pessoais trabalhando no hotel.

Gráfico 12 - Tempo de trabalho no setor da hotelaria



Fonte: Autora, 2022.

O gráfico aponta o tempo total em que os GOs já estão trabalhando com hotelaria, incluindo-se o Club Med. Esse resultado complementa o do Gráfico 10, tendo em vista que ainda que não haja trabalhadores no Club Med por 10 anos seguidos, existe uma parcela de trabalhadores do setor que se mantêm no ramo por todo esse tempo, o que demonstra minimamente qualidade e potencial do ramo.

3. 3 – A hospitalidade e a gentileza na perspectiva e no trabalho dos Gentis Organizadores do Club Med

Posto que o Club Mediterranée possui como uma das suas premissas fundantes a questão do bem receber (da hospitalidade e da conduta gentil), inclusive, a partir da própria função dos seus profissionais, os gentis organizadores. Neste subtítulo busquei identificar a perspectiva dos Gentis Organizadores sobre a hospitalidade e a gentileza enquanto comportamento.

Os Gentis Organizadores descreveram inicialmente o significado da palavra hospitalidade em suas perspectivas:

Quadro 1 - Significado do termo HOSPITALIDADE na concepção dos Gentis Organizadores	
Gentil Organizador 01	Acolhimento, qualidade e conforto
Gentil Organizador 02	Aprender a lidar com todos os tipos de pessoas e ser mais humilde
Gentil Organizador 03	Futuro
Gentil Organizador 04	Ser hospitaleiro, gentil, receber convidados sempre de braços abertos
Gentil Organizador 05	Receber, acolher o outro
Gentil Organizador 06	Hospitalidade pra mim é muito mais do que somente servir e atender. É saber ser anfitrião e receber sempre com sorriso no rosto o visitante. É ter empatia em se colocar no lugar do visitante ou hóspede para que o mesmo tenha uma estadia perfeita.
Gentil Organizador 07	Receber bem para receber sempre
Gentil Organizador 08	Receptivo
Gentil Organizador 09	Cuidado, atenção, atendimento de qualidade e principalmente saber a necessidade do cliente.
Gentil Organizador 10	A capacidade de receber alguém da melhor maneira possível
Gentil Organizador 11	A arte de recepcionar e receber alguém
Gentil Organizador 12	Ser anfitrião
Gentil Organizador 13	Acolher e tornar a experiência do hóspede um momento incrível.
Gentil Organizador 14	Hospitalidade pra mim é receber pessoas de maneira profissional, acolhedora e positiva dentro de hotéis, resorts e afins.
Gentil Organizador 15	Indústria hoteleira
Gentil Organizador 16	gentileza e bom senso
Gentil Organizador 17	Ser anfitrião
Gentil Organizador 18	Receber, hospedar
Gentil Organizador 19	receber e oferecer estadia, entre outros serviços, a turistas e viajantes pelo mundo
Gentil Organizador 20	É a maneira que somos recebidos de forma gentil e calorosa aonde chegamos.
Gentil Organizador 21	Boa acolhida dos hóspedes
Gentil Organizador 22	É saber manter uma boa recepção, e fazer a pessoa se sentir bem como se estivesse em casa.
Gentil Organizador 23	Receber as pessoas de forma atenciosa e empática.
Gentil Organizador 24	A paixão em servir, tornando a estadia do hospede o mais confortável possível
Gentil Organizador 25	Lidar com pessoas
Gentil Organizador 26	Receber

Gentil Organizador 27	Cuidado
Gentil Organizador 28	Saber receber
Gentil Organizador 29	Acolher os hóspedes
Gentil Organizador 30	Acolhimento
Gentil Organizador 31	É você acolher o próximo
Gentil Organizador 32	A melhor forma de receber alguém
Gentil Organizador 33	Significa ato de receber bem viajantes ou pessoas que estão visitando determinado local
Gentil Organizador 34	Ser gentil, tratar como se fosse família/amigo.
Gentil Organizador 35	Acolher alguém que pertença a um ambiente diferente do anfitrião
Gentil Organizador 36	Quando uma pessoa recebe bem/experiência positiva alguém em sua casa ou trabalho.
Gentil Organizador 37	Recepção e tratamento
Gentil Organizador 38	Hospitalidade é uma recepção, acolhimento com conforto, informação e respeito.
Gentil Organizador 39	uma qualidade e obrigação profissional.
Gentil Organizador 40	Cuidar, acolher, ser simpática e tratar bem
Gentil Organizador 41	Receber a todos de braços abertos
Gentil Organizador 42	Ser gentil, acolhedor ...

Fonte: Autora, 2022.

Adiante, nas descrições acima, ao menos em três delas, a gentileza aparece enquanto uma espécie de conduta que permeia a hospitalidade na perspectiva dos respondentes. Assim, no quadro a seguir, apresentamos como eles descrevem – a partir das suas concepções – o significado de gentileza:

Quadro 2 - Significado do termo GENTILEZA na concepção dos Gentis Organizadores	
Gentil Organizador 01	Qualidade no atendimento, personalização
Gentil Organizador 02	Ser uma pessoa agradável e empática
Gentil Organizador 03	Essencial
Gentil Organizador 04	Cortez, cordial, dar-receber-retribuir
Gentil Organizador 05	Ação que implica ajudar, auxiliar

Gentil Organizador 06	Gentileza são atitudes que devem estar presentes no dia a dia de qualquer pessoa, como por exemplo, em uma saudação, atos de simpatia, pedidos desculpas, sorrir, ouvir mais, entre outros.
Gentil Organizador 07	Ter a empatia de tratar as pessoas como gostaria de ser tratado
Gentil Organizador 08	Ter um olhar geral, pensar no outro
Gentil Organizador 09	Gentileza é ser empático com o próximo. Saber estar disponível, ser flexível, ser um bom ouvinte e um bom conselheiro.
Gentil Organizador 10	Ser gentil, além de suas habilidades
Gentil Organizador 11	Ser receptivo, educado e cordial com o próximo.
Gentil Organizador 12	Ser bondoso, sutil.
Gentil Organizador 13	Ser prestativo, atento e estar sempre a disposição.
Gentil Organizador 14	Ser amável e tratar o outro como gostaria de ser tratado
Gentil Organizador 15	Tratar as pessoas como eu quero ser tratado
Gentil Organizador 16	cuidado e carinho com o outro, empatia
Gentil Organizador 17	Ser empático
Gentil Organizador 18	Educação
Gentil Organizador 19	capacidade de praticar a amabilidade
Gentil Organizador 20	Educação no tratamento interpessoal.
Gentil Organizador 21	Ação de ser amável com o próximo
Gentil Organizador 22	Gentileza é educação, sorrir sempre, e ser sempre prestativo.
Gentil Organizador 23	Tratar os outros como você gostaria de ser tratado
Gentil Organizador 24	É a ação nobre de se importar com o próximo
Gentil Organizador 25	Recíproco
Gentil Organizador 26	Educação
Gentil Organizador 27	Ter uma visão do que o outro tem a dizer, precisa.
Gentil Organizador 28	Enxergar o outro
Gentil Organizador 29	Ser amável, educado
Gentil Organizador 30	Tratar o outro com cuidado que gostaria que tivessem comigo
Gentil Organizador 31	É zelar pela vida do próximo, sem esperar nada em troca
Gentil Organizador 32	Fazer o máximo para ajudar ao próximo
Gentil Organizador 33	Gentileza e ato de agradar e ser receptivo
Gentil Organizador 34	Ser hospitaleiro.
Gentil Organizador 35	Forma de atenção e cuidado praticada por algumas pessoas.

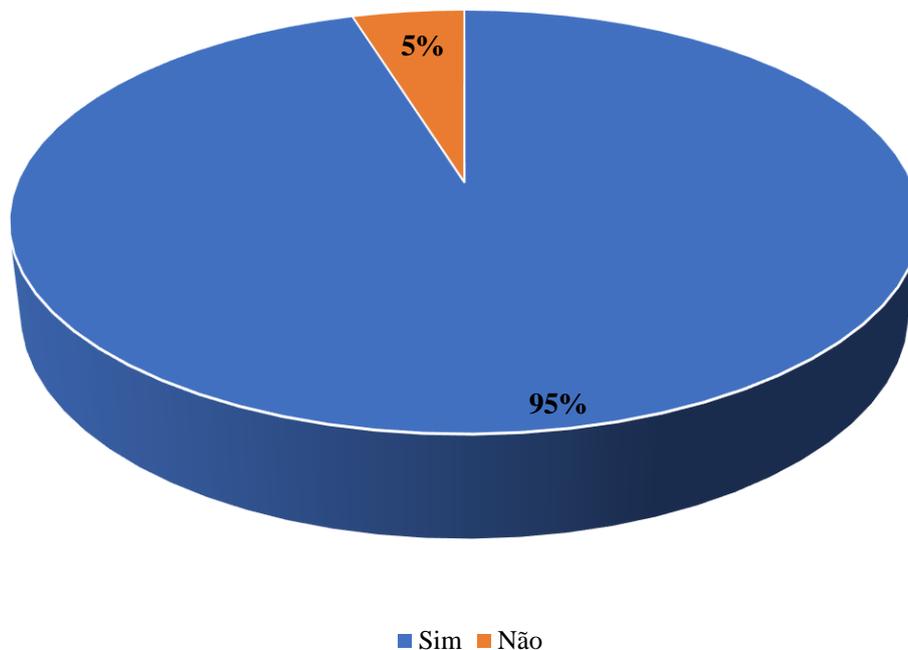
Gentil Organizador 36	Tratar o outro como gostaria de ser tratado.
Gentil Organizador 37	Forma de lidar
Gentil Organizador 38	Se colocar no lugar do outro, fazer as coisas sem esperar algo em troca.
Gentil Organizador 39	amor ao próximo, carinho afeto. Olhar humano
Gentil Organizador 40	Amável
Gentil Organizador 41	Estar disponível para se pôr no lugar de outra pessoa referente a forma como gostaria de ser tratado
Gentil Organizador 42	Educado, hospitaleiro

Fonte: Autora, 2022.

Os conceitos de hospitalidade e gentileza são fundamentais para a vida hoteleira. O conceito de hospitalidade, inclusive, é alvo científico dentro das ciências sociais e tem destaque quando se trata de ofícios de expressão e comunicação (CAMARGO, 2002).

Na aplicação do questionário, perguntamos também se os Gents Organizadores entendem que a hospitalidade impacta positivamente ou não no cotidiano das pessoas. Eis os dados coletados:

Gráfico 13 - Você considera que a hospitalidade impacta positivamente no dia a dia das pessoas?



Fonte: Autora, 2022.

Como podemos ver, 95% dos GOs entendem que a hospitalidade impacta de forma positiva na vida do GM, e que isso pode sim ser um motivo para que se crie um vínculo afetivo entre o mesmo e a empresa e faça com que aquele hóspede volte outras vezes só pela maneira de que ele é tratado.

Assim, buscamos compreender de que maneira os gentis organizadores percebem que a hospitalidade pode impactar no cotidiano das pessoas. Conforme aponta o quadro a seguir:

Quadro 3 - Como a hospitalidade pode impactar positivamente o cotidiano das pessoas na concepção dos Gentis Organizadores	
Gentil Organizador 01	Trazer felicidade para o dia, boas lembranças
Gentil Organizador 02	Não respondeu
Gentil Organizador 03	Faz o futuro delas
Gentil Organizador 04	Não respondeu
Gentil Organizador 05	Não respondeu
Gentil Organizador 06	Não respondeu
Gentil Organizador 07	É sempre bom ser tratado com gentileza, com educação e cordialidade.
Gentil Organizador 08	Hospitalidade é olhar para o outro como se estivesse olhando pra você
Gentil Organizador 09	Clientes possuem expectativas. Hospitalidade é você suprir ou até mesmo superar essas expectativas.
Gentil Organizador 10	Trazendo um momento agradável para receber as pessoas!
Gentil Organizador 11	Não respondeu
Gentil Organizador 12	Melhora de humor, experiências.
Gentil Organizador 13	Ser acolhido em um lugar diferente, com pessoas diferentes, torna a estadia muito mais agradável e fazendo assim com que o hóspede se sinta seguro e a vontade.
Gentil Organizador 14	Não respondeu
Gentil Organizador 15	Gerando empregos.
Gentil Organizador 16	sem hospitalidade, principalmente a primeira impressão sempre é ruim
Gentil Organizador 17	Não respondeu

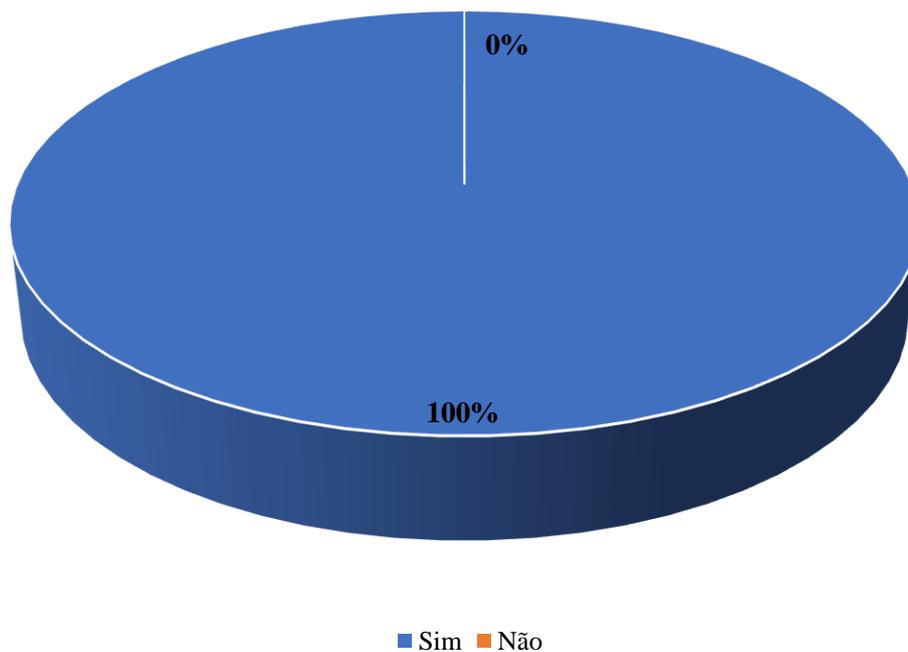
Gentil Organizador 18	Se você é bem recebido, sua experiência se torna algo positivo remetendo a boas memórias do lugar.
Gentil Organizador 19	Não respondeu
Gentil Organizador 20	A sensação de se sentir bem-vindo ajuda positivamente nas escolhas de onde vamos.
Gentil Organizador 21	Uma boa acolhida ajuda as pessoas ter uma boa experiência
Gentil Organizador 22	Não respondeu
Gentil Organizador 23	A hospitalidade faz com que as pessoas se sintam queridas, o que influencia diretamente na maneira na qual elas irão se relacionar
Gentil Organizador 24	Uma boa hospitalidade cria memória afetiva, deixando marcado a vida das pessoas
Gentil Organizador 25	Não respondeu
Gentil Organizador 26	Um momento de lazer, fugindo da vida real
Gentil Organizador 27	Passamos a acreditar que estamos seguros e conseguimos praticar o melhor que temos.
Gentil Organizador 28	Gentileza gera gentileza
Gentil Organizador 29	Não respondeu
Gentil Organizador 30	Faz toda a diferença
Gentil Organizador 31	Não respondeu
Gentil Organizador 32	E o diferencial no atendimento ao público
Gentil Organizador 33	Se você tiver uma boa impressão ou gostar do local você irá favorita ele ao seu dia.
Gentil Organizador 34	Pode melhorar o dia de alguém.
Gentil Organizador 35	A hospitalidade está relacionada com a aproximação das pessoas e consolidação de relacionamentos saudáveis. Ela agrega valor à relação e atribui um significado maior às pessoas e ao ambiente, que proporciona uma verdadeira experiência de acolhimento.
Gentil Organizador 36	Quando alguém é recebido com carinho e atenção, ela leva a experiência pra vida e repassa para os outros.
Gentil Organizador 37	A forma com que ela vai passar isso para outras pessoas
Gentil Organizador 38	Com um bom acolhimento as pessoas se sentem seguras, felizes por estarem recebendo um bom atendimento e uma recepção calorosa.

Gentil Organizador 39	Aprendizado
Gentil Organizador 40	A pessoa sendo tratada de uma forma melhor ela pode mudar o jeito de tratar os outros
Gentil Organizador 41	Ser mal-recebido em algum lugar gera a consequência de nunca mais retornar e, ser bem recebido, me coloca em uma zona segura e de conforto.
Gentil Organizador 42	O fato de ter uma boa hospitalidade, faz com que o hóspede sempre tenha um local para de se refugiar, quando deseja ir a algum lugar ...

Fonte: Autora, 2022.

Tendo como base a exposição do Quadro 3, nota-se, portanto, que a hospitalidade pode sim ter impactos positivos, tanto na vida do hóspede quanto na vida do funcionário. O carinho transmitido através de um lugar aconchegante, pode chegar até outras pessoas que também vão querer buscar esse lugar. Tornando-se assim, uma longa rede, um benefício não somente financeiro, mas também afetuoso de aconchego.

Gráfico 14 - Você considera que a gentileza impacta positivamente no dia a dia das pessoas?



Fonte: Autora, 2022.

Conforme observa-se no gráfico acima, todos os gentis organizadores que participaram da pesquisa, acreditam que a gentileza impacta positivamente no cotidiano das pessoas. Também perguntamos como eles entendem que a gentileza pode influenciar no dia a dia das pessoas:

Quadro 4 - Como a gentileza pode impactar positivamente o cotidiano das pessoas na concepção dos Gentis Organizadores	
Gentil Organizador 01	Transforma o dia de cada um.
Gentil Organizador 02	Não respondeu
Gentil Organizador 03	Faz o futuro delas
Gentil Organizador 04	Não respondeu
Gentil Organizador 05	Não respondeu
Gentil Organizador 06	Não respondeu
Gentil Organizador 07	Ser reconhecido e ser tratado com cordialidade você acaba se sentindo especial.
Gentil Organizador 08	Ter gentileza é olhar para o outro como se estivesse olhando pra si
Gentil Organizador 09	Em um simples gesto. Talvez um elogio. Reparar em algo minucioso. Gravar o nome para que ele(a) se sinta acolhido(a).
Gentil Organizador 10	Todos gostam de ser bem tratados!
Gentil Organizador 11	Não respondeu
Gentil Organizador 12	Não respondeu
Gentil Organizador 13	Ter alguém sempre disposto a nós ajudar, torna muito mais fácil o diálogo e a experiência vivida.
Gentil Organizador 14	Não respondeu
Gentil Organizador 15	Cria um ambiente de trabalho melhor.
Gentil Organizador 16	gentileza transforma o mediano em bom, só pela forma como as pessoas interagem
Gentil Organizador 17	Não respondeu
Gentil Organizador 18	A forma como tratamos as pessoas conduz como será a relação com elas.
Gentil Organizador 19	Gentileza gera gentileza

Gentil Organizador 20	Ser tratado com educação e respeito alivia nossos dias.
Gentil Organizador 21	Ser gentil com o próximo é sempre importante, não sabemos o que os outros passam
Gentil Organizador 22	Não respondeu
Gentil Organizador 23	“Gentileza gera Gentileza”
Gentil Organizador 24	"Gentileza gera gentileza". Você pode mudar o dia de alguém apenas com um ato gentil, principalmente na hotelaria, onde você ganha o paz com agrados
Gentil Organizador 25	Gentileza gera gentileza
Gentil Organizador 26	Se sentir especial
Gentil Organizador 27	A agirmos de forma mais caridosa com as outras pessoas.
Gentil Organizador 28	Todo bom ou mal hábito funciona como uma corrente, alimentar uma corrente positiva incentiva as pessoas ao redor a fazerem o mesmo.
Gentil Organizador 29	Não respondeu
Gentil Organizador 30	Faz a pessoa se sentir valorizada
Gentil Organizador 31	Alegria e simpatia é contagiante, e as vezes um simples gesto de gentileza pode mudar o dia de uma pessoa. Um sorriso, um abraço, palavras positivas.
Gentil Organizador 32	Muda a percepção da pessoa em relação a você e ao que vc exerce em uma empresa
Gentil Organizador 33	A pessoa irá te procurar e levar seu gesto de gentileza para o resto da vida toda.
Gentil Organizador 34	Pode melhorar o dia da pessoa.
Gentil Organizador 35	Quando as pessoas se sentem agradadas elas querem retribuir de alguma forma com as pessoas que lhe fazem se sentir assim. Gentileza quando praticada aumenta o nosso grau de felicidade.
Gentil Organizador 36	Um sorriso pode mudar o dia de alguém, ser gentil e cortês faz com que as pessoas transmitam o mesmo para o próximo.
Gentil Organizador 37	Ambiente tranquilo, sem hostilidades
Gentil Organizador 38	É a famosa frase: Gentileza gera gentileza. As ações começam de cada um de nós, assim se eu quero que me tratem com

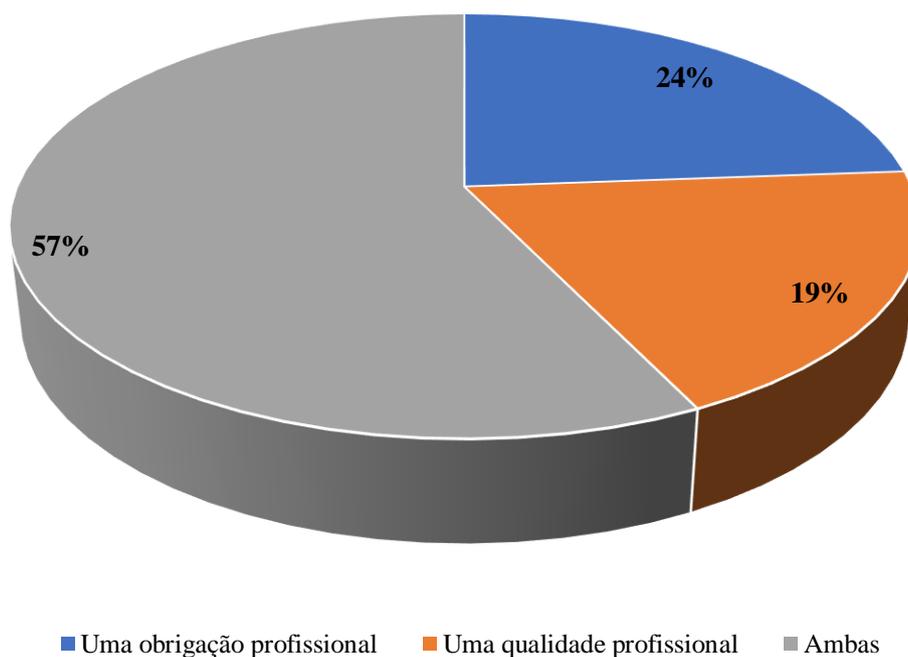
	gentileza, o primeiro passo é tratar todos com gentileza. Em uma convivência gentil a vida é muito mais fácil!
Gentil Organizador 39	afeto, amor, gesto, empatia
Gentil Organizador 40	Não respondeu
Gentil Organizador 41	Gentileza é um ciclo, enquanto você está sendo gentil, as pessoas estão sendo gentis. Uma vez que o ciclo é quebrado, você não está mais no meio de pessoas gentis e só atrai menos pessoas gentis. Faz parte de estar em um lugar que te faz bem e te dá vontade de ficar.
Gentil Organizador 42	Impacta no aspecto, de trazer um ambiente harmônico, e agradável ao hóspede.

Fonte: Autora, 2022.

Dentre as respostas, o que mais se destaca, na visão dos respondentes, é a capacidade da gentileza de se propagar, gerando mais conexões positivas entre os atores envolvidos.

Ademais, buscamos perceber como os gentis organizadores entendem a hospitalidade (em seu trabalho, ou seja, no Club Med) no sentido de: uma obrigação profissional, uma qualidade profissional ou ambas as coisas.

Gráfico 15 - No seu trabalho, como você entende a hospitalidade:

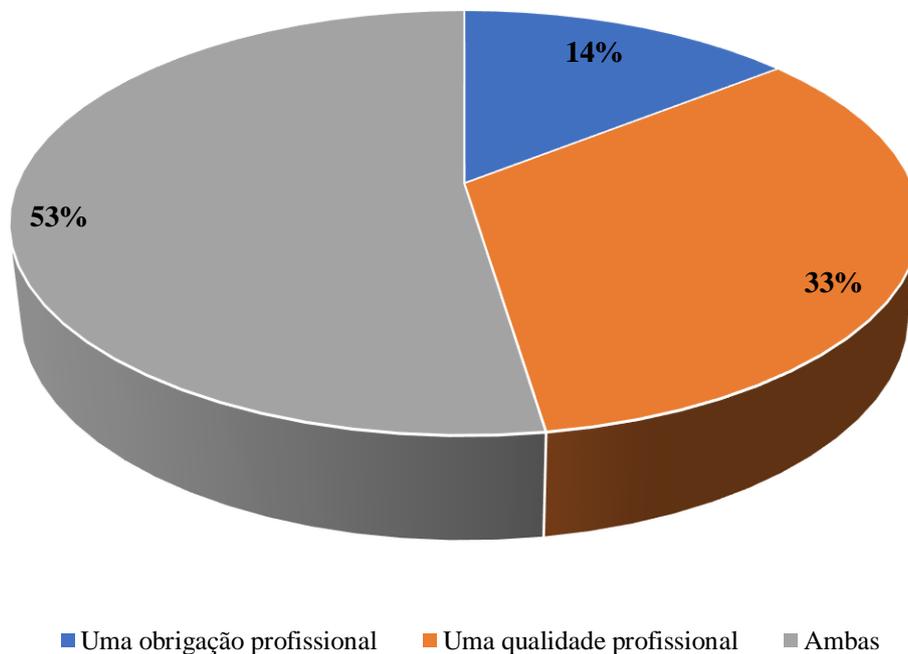


Fonte: Autora, 2022.

Aqui verificamos que mais da metade dos profissionais enxergam a hospitalidade tanto como uma obrigação profissional quanto uma qualidade profissional. E isso se espelha no tratamento para com o cliente, porque quando se faz algo obrigado, pode acabar afetando nos resultados daquilo que você deseja entregar.

Neste mesmo sentido, também foi feita uma pergunta similar em relação a gentileza:

Gráfico 16 - No seu trabalho, como você enxerga a gentileza?

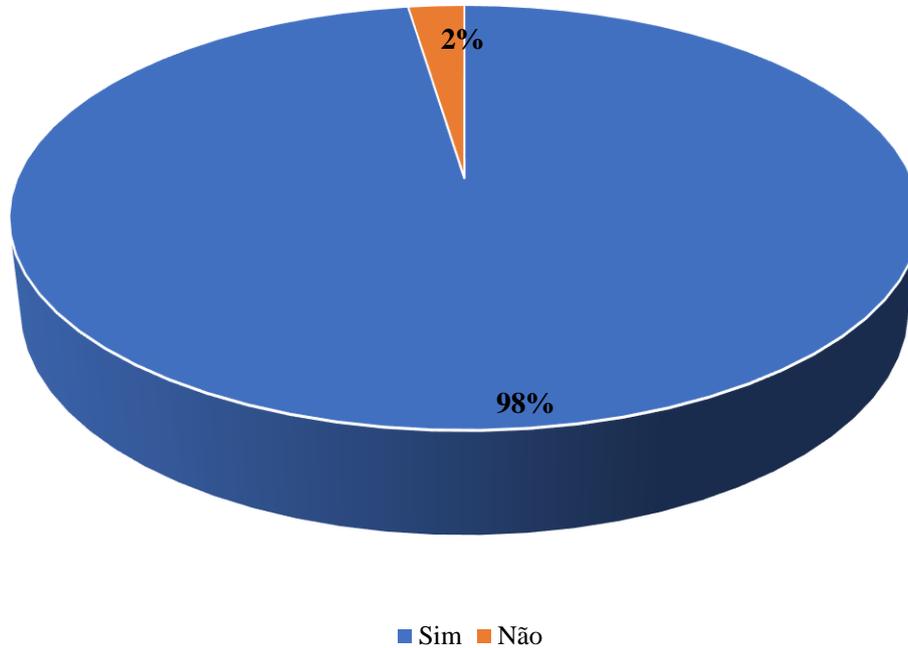


Fonte: Autora, 2022.

No mesmo entendimento da pergunta anterior, muitos colaboradores se dizem divididos em ambas as partes quando se trata de ser gentil, sendo que é algo que acrescenta além da vida profissional, no caso o pessoal.

Perguntamos ainda, se os gentis organizadores consideram que exercem durante suas funções a hospitalidade.

Gráfico 17 - Você se considera uma pessoa que exerce a hospitalidade durante seu trabalho?



Fonte: Autora, 2022.

Desse modo, 41 dos Gentis Organizadores afirmam exercer a hospitalidade durante o trabalho. Buscamos também entender de que maneira estes incorporam a hospitalidade nas suas atividades laborais. Seguem as respostas:

Quadro 5 - Descrições de como os Gentis Organizadores incorporam a hospitalidade durante o trabalho	
Gentil Organizador 01	Disponibilidade, simpatia e alegria de exercer minha profissão
Gentil Organizador 02	Trabalhando na recepção de hotel é imprescindível a hospitalidade, sempre proporcionando os melhores momentos e experiência
Gentil Organizador 03	Muito importante
Gentil Organizador 04	Não respondeu
Gentil Organizador 05	Não respondeu
Gentil Organizador 06	Não respondeu
Gentil Organizador 07	Não respondeu
Gentil Organizador 08	Sendo acolhedora

Gentil Organizador 09	Oferecendo um atendimento de qualidade, obedecendo ao padrão, mas atendendo as suas necessidades.
Gentil Organizador 10	Tratando a gentileza como parte do meu cotidiano.
Gentil Organizador 11	Não respondeu
Gentil Organizador 12	Sendo gentil, cordial e solícito
Gentil Organizador 13	Sendo atento as necessidades do hóspede, informando, conduzindo a determinado lugar e etc...
Gentil Organizador 14	Não respondeu
Gentil Organizador 15	Não respondeu
Gentil Organizador 16	recebo com educação e com a noção que a pessoa possivelmente não faz ideia do que se trata e precisa de alguém com paciência e responsabilidade para confiar e para que eu tenha credibilidade no meu trabalho
Gentil Organizador 17	Não respondeu
Gentil Organizador 18	Não respondeu
Gentil Organizador 19	Recebendo os hóspedes
Gentil Organizador 20	No acolhimento diário.
Gentil Organizador 21	Estando sendo disponível para os hóspedes
Gentil Organizador 22	Não respondeu
Gentil Organizador 23	Ajudando os hóspedes a terem suas dúvidas esclarecidas, se possível conhecendo ele/ela mais a fundo pra gerar uma conexão.
Gentil Organizador 24	Não respondeu
Gentil Organizador 25	Não sei
Gentil Organizador 26	Sendo receptivo e cordial
Gentil Organizador 27	Sendo gentil, me preocupando com as coisas que irei fazer ao longo do dia, para que não afete ninguém.
Gentil Organizador 28	É sobre ser minimamente educado e gentil
Gentil Organizador 29	Não respondeu
Gentil Organizador 30	Tratando a todos com o mesmo cuidado e carinho que eu gosto de receber
Gentil Organizador 31	Eu moro e trabalho no mesmo local. E geralmente quando recebemos uma visita em casa queremos que ela se sinta bem. Sendo assim, tento ser o mais acolhedora possível, sempre com

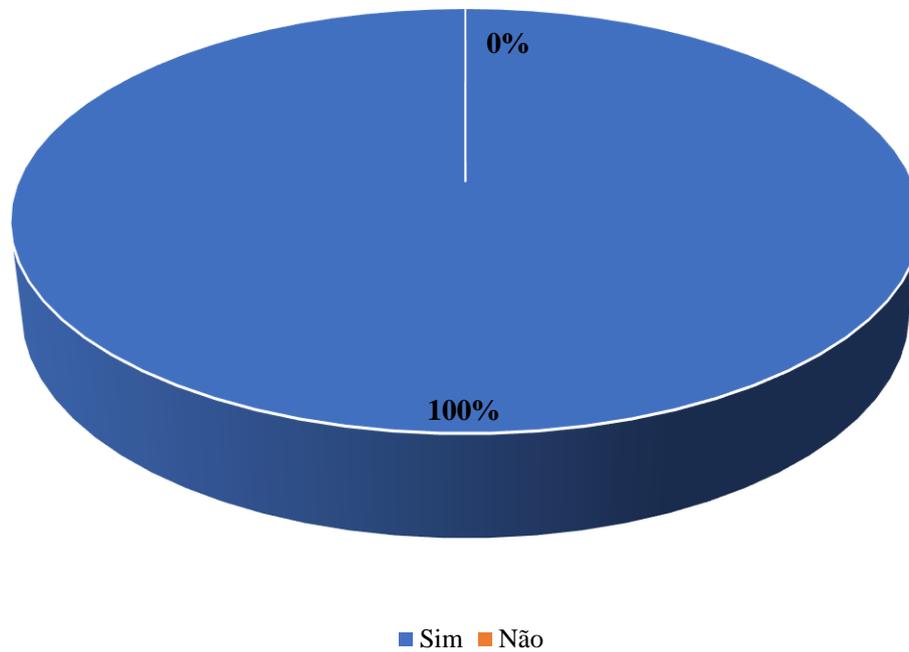
	sorriso no rosto, dando as boas-vindas, e os integrando nas atividades.
Gentil Organizador 32	Buscando ter um diferencial no termo servi ao cliente
Gentil Organizador 33	Fazendo a chegada da pessoa as melhores da vida dela
Gentil Organizador 34	Com um sorriso no rosto.
Gentil Organizador 35	Me atentando a necessidade especial que cada hóspede tem
Gentil Organizador 36	Quando dou informações a alguém que precisa de ajuda.
Gentil Organizador 37	Forma como trato e me conecto com as pessoas
Gentil Organizador 38	Sendo sempre gentil e garantindo a informação sempre, e oferecendo o trabalho justo de acordo com o que é oferecido.
Gentil Organizador 39	Sendo gentil
Gentil Organizador 40	Sou gentil e faço a pessoa se sentir mais confortável possível
Gentil Organizador 41	Estando disponível para além do que me é cobrado no trabalho. Tratando bem porque gosto de ser tratado bem.
Gentil Organizador 42	Recebendo os hóspedes da melhor forma possível, seja isso servindo algo no qual eles procuram.

Fonte: Autora, 2022.

A perspectiva que os respondentes passam é de que a incorporação da hospitalidade se internaliza, se torna um valor norteador das ações dos GOs.

Seguindo tal questão, também indagamos os gentis organizadores se elas/eles acreditam exercer a gentileza durante o labor.

Gráfico 18 - Você se considera uma pessoa que exerce a gentileza no seu trabalho?



Fonte: Autora, 2022.

Como observa-se, a totalidade dos gentis organizadores responderam positivamente à pergunta. Nesse contexto, tentamos a captar também como elas/elas descrevem a incorporação da gentileza no dia a dia de trabalho.

Quadro 6 - Descrições de como os Gentis Organizadores incorporam a gentileza durante o trabalho	
Gentil Organizador 01	Atendendo as demandas de cada cliente, personalizando o atendimento.
Gentil Organizador 02	Não respondeu
Gentil Organizador 03	Não respondeu
Gentil Organizador 04	Não respondeu
Gentil Organizador 05	Não respondeu
Gentil Organizador 06	Não respondeu
Gentil Organizador 07	Não respondeu
Gentil Organizador 08	Ajudando aos meus colegas
Gentil Organizador 09	Não respondeu

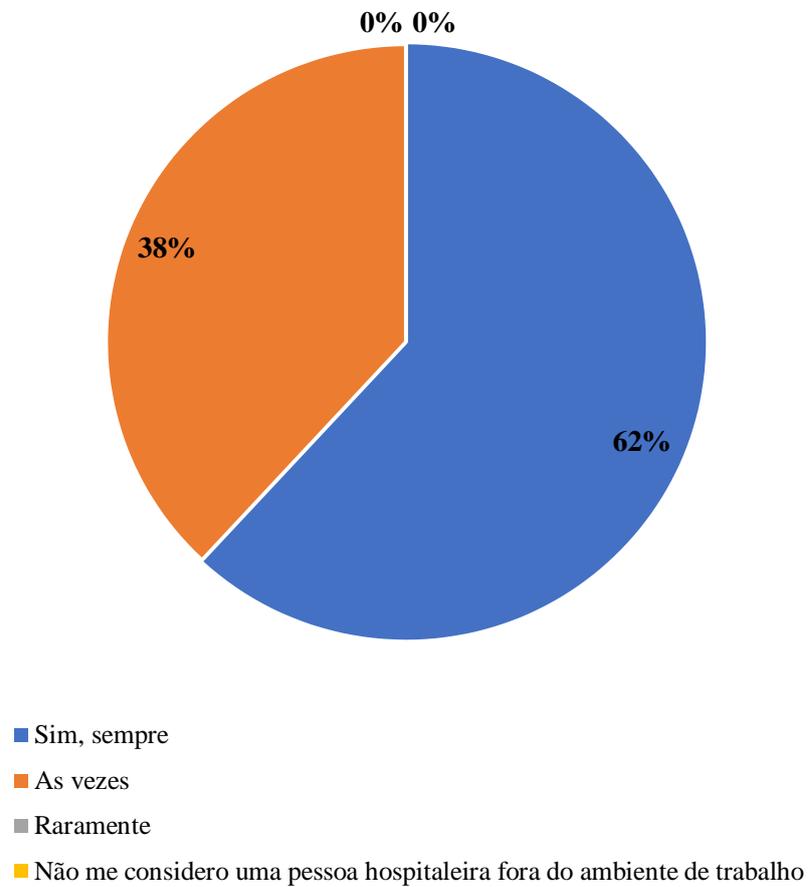
Gentil Organizador 10	Sendo com meus alunos
Gentil Organizador 11	Não respondeu
Gentil Organizador 12	Educação, estar solícito
Gentil Organizador 13	Sendo prestativo ao hóspede.
Gentil Organizador 14	Não respondeu
Gentil Organizador 15	Não respondeu
Gentil Organizador 16	Trato as pessoas da mesma forma que eu gostaria de ser tratada
Gentil Organizador 17	Não respondeu
Gentil Organizador 18	Não respondeu
Gentil Organizador 19	Não respondeu
Gentil Organizador 20	Tratamento de forma educada.
Gentil Organizador 21	Sendo sempre educado com os hóspedes
Gentil Organizador 22	Não respondeu
Gentil Organizador 23	Tratando os hóspedes com paciência e atenção.
Gentil Organizador 24	Não respondeu
Gentil Organizador 25	Não sei
Gentil Organizador 26	Sendo educado e respeitoso
Gentil Organizador 27	Observando se estou agindo da melhor forma e se posso ajudar em algo.
Gentil Organizador 28	Vendo o lado do outro
Gentil Organizador 29	Não respondeu
Gentil Organizador 30	Tratando a todos com o mesmo carinho que eu gostaria de receber
Gentil Organizador 31	Não respondeu
Gentil Organizador 32	Vou sempre atrás de ajudar nas solicitações do cliente
Gentil Organizador 33	Fazendo que o dia dela não seja estressante ou que o tempo e o dia possam atrapalhar a viagem dela
Gentil Organizador 34	Não respondeu
Gentil Organizador 35	Personalizando o serviço e atendimento com delicadeza trazendo sempre um pouco de amabilidade no contato com o hóspede
Gentil Organizador 36	Quando recebo alguém com um sorriso e cordialidade.
Gentil Organizador 37	Crio um ambiente onde todos se respeitam e entendem as dificuldades de cada um

Gentil Organizador 38	Sempre me coloco no lugar do outro, seja de um turista/hóspede quanto dos colegas de trabalho
Gentil Organizador 39	generosa, amorosa. Positiva, afetiva e responsável
Gentil Organizador 40	Não respondeu
Gentil Organizador 41	Tendo interesse real em como as outras pessoas se sentem e perguntando como posso ajudar para que melhorem o sentimento.
Gentil Organizador 42	Trazendo informações necessárias a todo tempo, sempre que necessário, se disponibilizando a agradar o hóspede.

Fonte: Autora, 2022.

Ademais, perguntamos aos G.Os se, para além do ambiente de trabalho, na vida cotidiana, eles/elas se consideravam pessoas hospitaleiras.

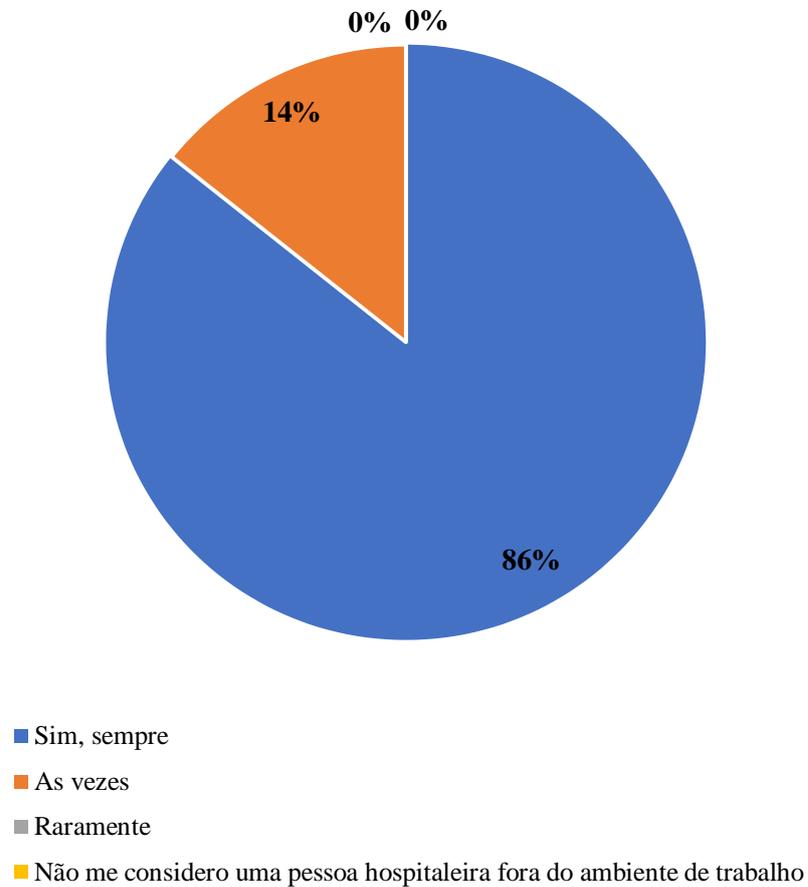
Gráfico 19 - Para além do ambiente de trabalho, no seu cotidiano, você se considera uma pessoa hospitaleira?



Fonte: Autora, 2022.

Tal questionamento também foi realizado a respeito da gentileza, ou seja, se tais profissionais se entendiam enquanto pessoas gentis fora do ambiente laboral.

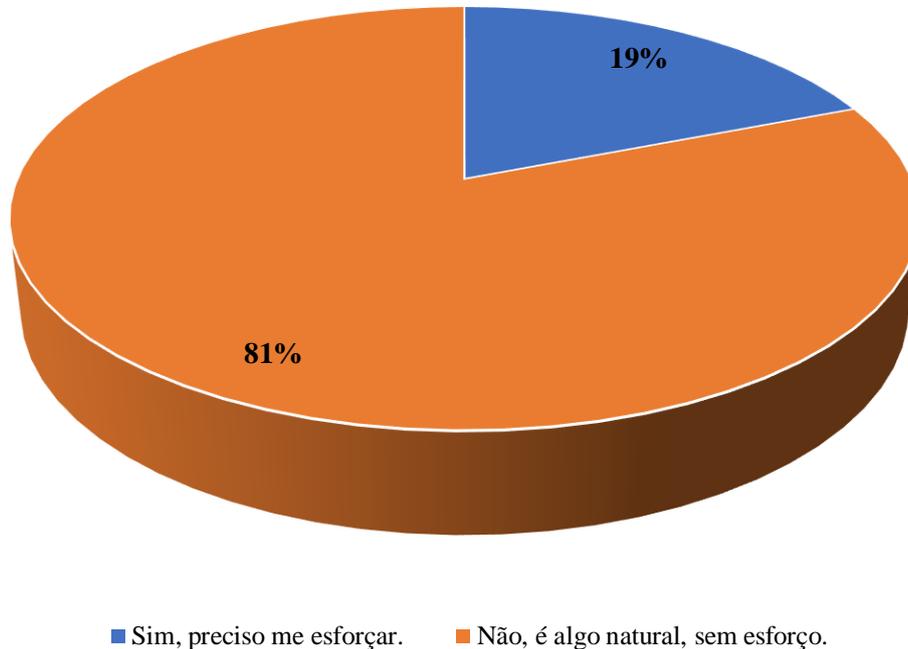
Gráfico 20 - Para além do ambiente de trabalho, no seu cotidiano, você se considera uma pessoa gentil?



Fonte: Autora, 2022.

Em seguida, realizamos a seguinte pergunta: Durante o seu trabalho, você precisa se esforçar para ser hospitaleiro(a) e gentil ou é algo que pratica naturalmente, sem esforço, portanto? Eis os dados da resposta:

Gráfico 21 - Durante o seu trabalho, você precisa se esforçar para ser hospitaleiro(a) e gentil ou é algo que pratica naturalmente, sem esforço, portanto?



Fonte: Autora, 2022.

Em suma, conforme apresentado nos quadros supracitados e, com base nas minhas próprias experiências no hotel, conclui-se, nesse ponto, que, primeiramente (Quadro 1) a gentileza tem caráter primordial para uma boa funcionalidade do hotel em sua hospitalidade. Em seguida, (Quadro 2), traz-se a gentileza sob a percepção dos Gentis Organizadores. Há de se ressaltar que as definições são perspicazes e bastante coerentes com o que se aplica no Club Med. Ao aplicar o questionamento, também perguntamos aos moderados se eles sabiam sobre o impacto positivo ou a hospitalidade no cotidiano das pessoas. As respostas foram satisfatórias nesse sentido, isso pode ser um incentivo para que se crie um vínculo afetivo entre o hóspede e a empresa, e faça com que aquele mesmo volte outras vezes só pela maneira de que ele é tratado (Gráfico 13).

O Quadro 3 demonstra como a hospitalidade pode impactar positivamente o cotidiano das pessoas na concepção dos Gentis Organizadores. Percebe-se, a partir do quadro e do Gráfico 14 que, além de causar impactos positivos na vida dos hóspedes, a hospitalidade pode causar também esse mesmo impacto na vida dos hospedeiros.

É de suma importância destacar também a importância da gentileza. Não seria ocioso citar que ela deve ser mútua, para uma maior harmonia no hotel. Como se observa no Quadro 4, o que

mais se destaca, na visão dos respondentes, é a capacidade da gentileza de se propagar, gerando mais conexões positivas entre os atores envolvidos.

No Gráfico 15, se verificou que mais da metade dos profissionais vê a hospitalidade como obrigação e qualidade profissional. Isso se reflete no tratamento de clientes, porque quando você pode ser obrigado a fazer os resultados que deseja entregar algo, isso você pode fazer. Partindo do mesmo entendimento da questão anterior, agora sobre o Gráfico 16, muitos funcionários afirmaram discordar em relação à gentileza, que era algo além da vida profissional e, neste caso, da vida pessoal.

Conforme posto no Gráfico 17, 41 organizadores disseram que eram hospitaleiros no trabalho. Procuramos também compreender como incorporar a hospitalidade em suas atividades laborais. Um ponto extremamente válido, que inclusive entra em consonância com o Quadro 5.

Pode-se ver que os organizadores, através do gráfico 18, responderam todos positivamente a esta pergunta. Neste caso, também tentamos capturar como eles descrevem a incorporação da gentileza em seu dia a dia de trabalho. Além disso, perguntamos aos GOs se eles consideram pessoas hospitaleiras em seu cotidiano, fora de seu ambiente de trabalho. De alguma forma, todos atenderam boas expectativas, bem como, no Quadro 6. Acrescenta-se ainda, no mesmo, que para além do ambiente de trabalho, na vida cotidiana, eles/elas se consideravam pessoas hospitaleiras.

Em suma, é relevante para essa conclusão que, conforme os gráficos 19 e 20, a gentileza destes mesmos GOs se estende para além do Club Med. Eles são gentis com os seus, o que demonstra um bom reflexo do trabalho exercido na empresa. Os valores base se misturam (pessoais e profissionais), tornando o ambiente mais agradável. Isso torna também a jornada de todos mais aconchegante: para os hóspedes uma experiência marcante e uma experiência profissional leve para os trabalhadores.

Por fim, colocamos no questionário um espaço aberto para que os gentis organizadores pudessem escrever questões relativas ao próprio questionário e a temática abordada. Quatro participantes responderam, dois destes, escreveram coisas lacônicas: “Obg” (Abreviação de obrigado no contexto digital/online); “tudo certo”. Não obstante, outros dois participantes deixaram as seguintes respostas:

Gentil organizador 14: Trabalhar diretamente com público, é de extrema necessidade que o anfitrião seja gentil e hospitaleiro, pois, isso fará com que o hóspede sempre retorne, valorize a empresa a qual você trabalha, agregando

assim a o próprio anfitrião um maior valor agregado como pessoa e como empresa.

Gentil organizador 31: Trabalho com grupos e eventos, para nós é essencial entender e atender a expectativas. A gentileza torna tudo mais leve e a hospitalidade nos garante a satisfação do cliente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar como os trabalhadores do Club Mediterranée – popularmente conhecido como Club Med, experienciam o trabalho que realizam. Utilizando-se da abordagem metodológica de questionários aplicados com perguntas relacionadas ao pessoal e ao trabalho no espaço Club Mediterranée, foi possível observar, diante das informações levantadas com os GOs, somadas à minha experiência no ramo.

Em primeiro lugar, fica claro que a gentileza é essencial para que um hotel funcione em sua hospitalidade. A bondade é causada pela percepção do organizador. Deve-se notar que essas definições são perspicazes e bastante coerentes. Enfatizar a importância da boa vontade é crucial. Não seria inútil mencionar que tem que ser mútuo para tornar o hotel mais harmonioso. Percebe-se que, aos olhos dos respondentes, a capacidade de espalhar a boa vontade foi que mais se destacou, atingindo mais positivamente entre os atores relevantes.

Destaco, ainda, a interrelação entre os sentimentos e valores necessários ao trabalho e os sentimentos e valores que os GOs carregam em suas vidas pessoais. Nesse sentido, o cotidiano dos GOs são de certo modo privilegiados, considerando que atualmente, o mito do “pessoal e profissional não se misturarem” está cada vez mais no passado (GAZONNI, 2020).

Assim, o presente trabalho contribui para o campo do turismo com o levantamento de perspectivas relevantes de pessoas relevantes (as pessoas que constroem e fazem o serviço de hotelaria acontecer) quanto às suas experiências sobre a profissão e também informações relevantes sobre uma multinacional influente do ramo, que é a Club Med.

Por fim, salienta-se que houveram limitações no estudo: falta de aprofundamento nas características dos GOs entrevistados e como essas características influenciam no cotidiano da profissão. Diversos GOs apresentam características sociodemográficas passíveis de análise, que podem revelar outras visões não encontradas nos achados da pesquisa. Estudos futuros podem aprofundar metodologicamente nas experiências dada característica/realidade esta ou aquela dos colaboradores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENEVIDES, B. G.; NOGUEIRA, S. N. B. (orgs.). Dossiê dos assassinatos e da violência contra travestis e transexuais brasileiras em 2020. São Paulo: Expressão Popular, ANTRA, IBTE, 2021.
- BENI, M. C. Análise Estrutural do Turismo. 6ª ed. São Paulo. SENAC. 2001. 516p.
- BRANDÃO, A. L. A organização do lazer e seus prazeres: Um estudo de caso sobre o Club Med no Brasil. 2009. 223 f. Dissertação (Mestrado Acadêmico em História, Política e Bens Culturais) - Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/2707/CPDOC2009AlineLimaBrandao.pdf?sequence=1>. Acesso em: 10 nov. 2021.
- BRITO, D. J. “Mundo de sonhos”: os gentis organizadores na cultura do Mediterrâneo. Dissertação (Mestrado em Administração). Faculdade de Ciências Econômicas - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.
- CAMARGO, L. O. de L. Hospitalidade. São Paulo: Aleph, 2004.
- CAMARGO, L. O. de L. Turismo, hotelaria e hospitalidade. **Revista Turismo em Análise**, v. 13, n. 1, p. 7-22, 2002.
- CAMPELLO, T.; GENTILI, P.; RODRIGUES, M.; HOEWELL, G. R. Faces da desigualdade no Brasil: um olhar sobre os que ficam para trás. **Saúde em Debate**, v. 42, p. 54-66, 2018.
- CAMPOS, L. A. Racismo em três dimensões: uma abordagem realista-crítica. **Revista brasileira de ciências sociais**, v. 32, 2017.
- CLUB MED. URL: <https://www.clubmed.com.br>. Acesso em 10 nov. 2021.
- COLLING, L. A emergência dos ativismos das dissidências sexuais e de gêneros no Brasil da atualidade. **Sala Preta**, v. 18, n. 1, p. 152-167, 2018.
- CULLEN, B. A Hospitalidade nos tempos atuais: A hospitalidade aproxima as pessoas e consolida relacionamentos, construídos com base em contatos que fazemos e que nos trazem percepções de como uma empresa pensa e age. In: BRUNO MELLO (RJ) (ed.). Mundo do Marketing: Você conectado com o mercado. [S. l.], 28 fev. 2013. Disponível em: <https://www.mundodomarketing.com.br/artigos/beatriz-cullen/26844/a-hospitalidade-nos-tempos-atuais.html>. Acesso em: 21 nov. 2021.
- DINO, D. Segundo dados, apenas 5% da população brasileira possui curso superior concluído. Segundo dados, apenas 5% da população brasileira possui curso superior concluído. **ESTADÃO**, [S. l.], p. 1, 4 nov. 2022. Disponível em: <https://patrocinados.estadao.com.br/medialab/releaseonline/releasegeral-releasegeral/segundo-dados-apenas-5-da-populacao-brasileira-possui-curso-superior-concluido-2/>. Acesso em: 4 nov. 2022.
- DRUCKER, P F. Administrando em tempo de grandes mudanças / Peter Ferdinand Drucker; tradução de Nivaldo Montingelli Jr. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2006. FORMA TURISMO. URL: <https://formaturismo.com.br/>. Acesso em 06 de abril de 2022.

GAZONNI, L. Pessoal e profissional não se misturam, certo?. **Ricmais**, [S. l.], p. 1, 29 maio 2020. Disponível em: <https://ricmais.com.br/economia/pessoal-e-profissional-nao-se-misturam-certo/>. Acesso em: 4 nov. 2022.

GOMES, H. S. Brancos são maioria em empregos de elite e negros ocupam vagas sem qualificação. **G1**, [S. l.], p. 1, 14 maio 2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/brancos-sao-maioria-em-empregos-de-elite-e-negros-ocupam-vagas-sem-qualificacao.ghtml>. Acesso em: 3 nov. 2022.

LASHLEY, C; MORRISON, A (orgs). Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

MASLOW, A. H. A theory of human motivation. USA: Start Publishing LLC, 2013. 32 p. ISBN 978-1-62793-396-4. E-book (32p.).

MINCIOTTI, S. A.; SANTOLIA, F.; KASPAR, C. A. R. P. Identificação de fatores críticos de sucesso para monitoramento do nível de satisfação de hóspedes de hotéis. *Turismo em Análise*, v. 19, n. 1, mai. 2008. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/277221760_Identificacao_de_Fatores_Criticos_de_Sucesso_para_Monitoramento_do_Nivel_de_Satisfacao_de_Hospedes_de_Hoteis. Acesso em 15 nov. 2021.

PLENTZ, R. S. O Papel da Hospitalidade na Busca de Um Outro Turismo. In: III Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul 2005, Caxias do Sul. Anais do II SEMINTUR - CDROOM do Evento - GT 8. Caxias do Sul, 2005. Disponível em : <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/gt8-o-papel.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2021.

SANTOS, M. V. de M.; SILVA, M. de S. UMA RELEITURA DO ESCRAVISMO COLONIAL DE JACOB GORENDER: A PERSISTÊNCIA DA EXCLUSÃO DO NEGRO NO BRASIL. **INOVATIO JURIS/INOVATIO JURIS JOURNAL**, v. 1, n. 1, p. 17-36, 2022.

SCOTT, J. W. A invisibilidade da experiência. Projeto História: **Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados de História**, v. 16, 1998.

SOARES, A. P.; SANDER, A. A DIVERSIDADE NAS ORGANIZAÇÕES E OS OBSTÁCULOS NA ASCENSÃO PROFISSIONAL DE COLABORADORES LGBT. **Revista Metodista de Administração do Sul**, v. 3, n. 4, p. 39-77.

TUON, L. De quanto o brasileiro precisa para sustentar uma família de 4 pessoas. **Exame**, [S. l.], p. 1, 11 ago. 2019. Disponível em: <https://exame.com/economia/de-quanto-o-brasileiro-precisa-para-sustentar-uma-familia-de-4-pessoas/>. Acesso em: 3 nov. 2022.

VIEIRA, J. Hospitalidade é GENTILEZA. net. In: VIEIRA, J. Hospitalidade.net [S. l.], [ca. 2020]. Disponível em: <<https://www.hospitalidade.net/gentileza>>. Acesso em: 21 nov. 2021.

WADA, E. K. Reflexões de uma aprendiz da Hospitalidade In: DENCKER, A., BUENO M. (Orgs.) Hospitalidade: Cenários e Oportunidades. São Paulo: Pioneira Thomson, 2003. p. 61-71.

WALKER, J. R. Introdução à Hospitalidade. 2ª. ed. Barueri, SP: Manole, 2002. 528 p.