



B120

CARACTERIZAÇÃO DOS SHOPPING CENTERS COMO CENTRO DE LAZER

Tathiana de Carvalho Preyer (Bolsista SAE/PRG) e Prof. Dr. Sérgio Stucchi (Orientador),
Faculdade de Educação Física – FEF, UNICAMP

A tendência atual da indústria dos Shopping Centers é tornar a experiência das visitas e das compras, uma atividade cada vez mais prazerosa, o que inclui, para isso, a ampliação de suas áreas de entretenimento e conveniência. A partir desta constatação, os Shoppings vêm promovendo uma mudança gradual em suas estratégias de atendimento ao consumidor, enfatizando os serviços de entretenimento. O objetivo desta pesquisa consiste em verificar o conceito de lazer pelos quais atuam os profissionais, direta ou indiretamente com esta atividade dentro dos Shopping Centers na cidade de Campinas, estado de São Paulo; identificar, sob as perspectivas desses profissionais, quais estratégias e aspectos desta atividade estão previstas, e; constatar e classificar as opções de atividades recreativas oferecidas nos Shopping Centers pesquisados. Como procedimento metodológico, num primeiro momento, foi utilizada a pesquisa bibliográfica que serviu de base de sustentação e indicação para a realização prática da investigação. A metodologia terá o intuito de identificar os conteúdos do lazer planejados para os Shopping Centers, para isso a principal técnica para coleta de dados será a entrevista estruturada. A técnica de amostragem utilizada será a não probalística, intencional e por critérios de representatividade e acessibilidade.

Educação Física – Lazer – Shopping center