

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

FILLIPE SOARES ROMANO

**Turismo em estádios: impactos e legados das arenas esportivas
multifuncionais como atrativo de lazer e turismo**

São Paulo

2023

FILLIPE SOARES ROMANO

**Turismo em estádios: impactos e legados das arenas esportivas
multifuncionais como atrativo de lazer e turismo**

Versão Corrigida

Tese apresentada à Escola de Artes,
Ciências e Humanidades da Universidade
de São Paulo para obtenção do título de
Doutor em Ciências pelo Programa de
Pós-graduação em Turismo.

Área de Concentração:

Desenvolvimento do Turismo

Orientador:

Prof. Dr .Ricardo Ricci Uvinha

Versão corrigida contendo as alterações
solicitadas pela comissão julgadora em 27
de abril de 2023. A versão original
encontra-se em acervo reservado na
Biblioteca da EACH/USP e na Biblioteca
Digital de Teses e Dissertações da USP
(BDTD), de acordo com a Resolução
CoPGr 6018, de 13 de outubro de 2011.

São Paulo

2023

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da Escola de Artes, Ciências e Humanidades,
com os dados inseridos pelo(a) autor(a)
Brenda Fontes Malheiros de Castro CRB 8-7012; Sandra Tokarevicz CRB 8-4936

Soares Romano, Fillipe

Turismo em estádios: impactos e legados das arenas esportivas multifuncionais como atrativo de lazer e turismo / Fillipe Soares Romano; orientador, Ricardo Ricci Uvinha. -- São Paulo, 2023.

258 p: il.

Tese (Doutorado em Ciências) - Programa de Pós-Graduação em Turismo, Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, 2023.

Versão corrigida

1. Turismo esportivo. 2. Equipamentos e áreas de lazer. 3. Lazer turístico. 4. Atividades esportivas. 5. Animação Turística. 6. Turismo em estádios e arenas. I. Uvinha, Ricardo Ricci, orient. II. Título.

Nome: ROMANO, Fillipe Soares

Título: Turismo em estádios: impactos e legados das arenas esportivas multifuncionais como atrativo de lazer e turismo

Tese apresentada à Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo como parte dos requisitos para a obtenção do título de Doutor em Ciências pelo Programa de Pós-graduação em Turismo.

Área de concentração:
Desenvolvimento do Turismo

Aprovado em: 27 de abril de 2023.

Banca Examinadora

Prof. Dr.	Ricardo Ricci Uvinha	Instituição:	EACH/USP
Julgamento:	Aprovado	Assinatura:	_____
Prof. Dr.	Luiz Gonzaga Godoi Trigo	Instituição:	EACH/USP
Julgamento:	Aprovado	Assinatura:	_____
Prof. Dr.	Carlos Eduardo Silveira	Instituição:	UFPR
Julgamento:	Aprovado	Assinatura:	_____
Prof. Dra.	Olivia Cristina Ferreira Ribeiro	Instituição:	UNICAMP
Julgamento:	Aprovado	Assinatura:	_____
Prof. Dr.	Wilson Luiz Lino De Sousa	Instituição:	UFG
Julgamento:	Aprovado	Assinatura:	_____

Em memória de todos aqueles que de alguma forma me ajudaram até aqui, sendo o começo de uma carreira docente/pesquisador com foco na defesa da educação de qualidade, do fomento ao esporte como prática, direito ao lazer, do desenvolvimento sustentável de **TODOS**, em especial, as minhas quebradas em Sampa.

Ao futebol e aos meus filhos de quatro patas, representados nesse momento pelo Raimundo, por todo companheirismo, amor verdadeiro e incondicional ao longo da minha vida.

Agradecimentos

Primeiramente preciso agradecer a Deus pela ajuda e força em vários dos momentos de desespero e angústia que tomaram conta, mas com muita oração e força de vontade para transpassar os problemas, cá estamos finalizando. Em seguida preciso agradecer meus pais Susana e Edson, minha irmã Sabrina e minha companheira Mariana por toda paciência nesses últimos 72 meses de mestrado e doutorado, a vocês meu eterno carinho, respeito e admiração.

Nesse sentido preciso agradecer algumas pessoas pontuais a família Soares representados por minha tia Edna, por ter me patrocinado e apostado no meu futuro lá em 1993. Notadamente preciso agradecer a família Gonçalves, a família Teruya, família Venâncio, família Moreira, ao CDS, a minha família de Niterói, aos Los Píbes del San Pablo, vocês me mantiveram são durante todo esse tempo.

“O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES) – Código de Financiamento 001”. Quero agradecer a CAPES que deu apoio financeiro durante 72 meses do projeto, graças ao financiamento consegui manter o foco total no desenvolvimento do presente trabalho, sem isso, o trabalho teria se perdido em algum momento.

Aproveito para agradecer ao SENAC São Miguel Paulista, por abrir as portas para um jovem entusiasmado a mudar o mundo e alcançar o objetivo maior, um carinhoso afeto especialmente a Aline, Bryan, Edvaldo, Lucimara, R. Amorim, Ricardo Roit, Yuri, Sérgio e a toda equipe do SENAC São Miguel Paulista por tanto carinho, hospitalidade, compreensão e boas energias trocadas.

Em tempo, quero agradecer imensamente meu orientador, meu amigo e minha maior inspiração Ricardo Uvinha, obrigado por acreditar em mim até quando eu mesmo não o fazia, por me apoiar, suportar e me fazer chegar lá, SEGUIMOS JUNTOS (até o fim!). Aproveito para agradecer a todos professores que fizeram parte da banca de Doutorado: Carlos Eduardo Silveira, Luiz Trigo, Olivia Ribeiro, Wilson Lino, Silvio, Stoppa, Camargo, Capraro, Pepe e de Mestrado: Nara Rejane, Edegar Tomazzoni e Roselene Crepaldi. Aproveito para agradecer, todos os professores desde o início lá no maternal até os professores da pós-graduação, vocês fizeram eu ser quem sou, essa conquista também é de vocês.

Agradeço e me desculpo com todos meus amigos, por todos os furos e ausências em eventos organizados que não compareci (mas vou continuar não indo rs), vocês são parte disso, especialmente por manter minha sanidade mental, não citarei nomes com receio de ser ingrato e esquecer de alguém importante, mas vocês sabem que família não é sangue é sintonia!

Agradeço especialmente a Universidade de São Paulo, representado pela EACH que nos últimos 15 anos, ininterruptamente, manteve-se leal a mim, até quando estive de intercâmbio o campus ficou fechado. Como a Universidade é feita de pessoas, quero agradecer o carinho e amizade de algumas pessoas e setores, como a biblioteca da EACH, a Comissão de Pós-Graduação no qual tive a honra de ser representante discente dos últimos 3 anos, aos meus amigos, docentes e membros do PPGTUR e do GIEL por toda paciência, troca de conhecimento, experiências, por tudo e por tanto de oportunidade.

Thanks, Miklos, for all, Thanks World Leisure Organization and YPBOL, lov u guys <3. Aproveito para agradecer também a todos(as) meus(minhas) companheiros(as) acadêmicas por todo aprendizado, companheirismo, lutas e batalhas: Jonathan Oliveira, Felipe Queiroz, Felipe Tobar, Natália Rodrigues, Roberto Vico, Nicholas Wise, Miklos Bahandi, Edegar Tomazzoni, Willian Santana, Gisele Tavares, Larissa Pires, Nara Oliveira, Carolin Lusby, Edmur Stoppa, Luiz Mochizuki., Thiago Teruya, Leonardo Cálix.

Preciso agradecer algumas pessoas em específico, a Mariana Gonçalves por toda ajuda e companheirismo durante os eventos e coleta de dados. Aos meus amigos Fausi, Denise, Hélio, Wanda, Leo Reis, Spino e Allan pela revisão do trabalho e pela parceria infinita. Aos Teruyas, Leonardo, Leandro, Diego, Bruno, Carlos, Luis, TSJ pelos aniversarioffs e resenhas eternas. Ao Sérgio, irmão de torcida & família; Romulo, Jossy, Jê, Jeff, Carol's, Fernanda's, Thaise, Doug, Tami's, Nat's, Verônica, Bethania, Nadini, Lê R., Bel, Mari L., Maria's, Cauê, Laura, Rê Lucas, Line & Dilso meu "paix" RioH, Izidoro's, Diego, Yuli e todos que minha memória não me permite citar, por todo esse tempo de irmandade.

Quero agradecer alguns grupos – melhor assim fazê-los para não esquecer de ninguém -, a todos do CDS, Lixosos, Clube do Bolinha, Os MÔ, PADI, Os Mesmos de Sempre, ETEPV, dos amigos da vila/quebrada Itaim Paulista, dos que estão todos os dias comigo de alguma forma e aos que cruzaram meu caminho nos últimos anos, a TODOS, meu eterno respeito & carinho & gratidão!

Acendam as Luzes

*“...Pensa na gente hoje, vê, como você chama isso
Eu chamo de fazer acontecer o compromisso
A luta, a vitória, a disputa em memória, conduta história, não desculpa
Olha não discuta, chega de esmola, bituca, falta pouco
Pra nossa glória, então me escuta
O contrário me insulta, não éramos nada
E hoje nós somos a história, então vai e disfruta*

*Cada um de nós é o melhor em campo, irmão
Cada um é único em campo
Portanto levanta e vai pro jogo, ou você
Acha que a oportunidade vai te buscar no banco?
Somos pretos e brancos, os mesmos à tantos
Anos, foi difícil sim manos, mas temos uma voz
E hoje ela fala alto
Então por favor acendam as luzes pra nós*

*Tiramos água do deserto irmão
Sinta-se bem por ser você mesmo!
Agora a gente tá tão perto Jão
Essa é por nós, essa é pra nós
Essa é pra nossa gente vencer
(Nossa gente!)
Não pelo que a gente fez
(Nosso povo!)
Mas pelo que a gente ainda vai fazer...”*

(Rashid, 2013)

RESUMO

ROMANO, Fillipe Soares. **Turismo em estádios: impactos e legados das arenas esportivas multifuncionais como atrativo de lazer e turismo**. 2023. 258f.. Tese (Doutorado em Ciências) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2023. Versão Corrigida

Após o término da década de ouro na realização dos megaeventos esportivos no Brasil, indagou-se acerca da problemática: Como se sucede a utilização e a promoção das arenas esportivas para e pelo setor de lazer e turismo no Brasil? Tendo em vista que esses estádios representam legados tangíveis, aponta-se como objetivo geral da tese esmiuçar as correlações, os usos, os procedimentos, as perspectivas e os planejamentos entre as atividades turísticas e a promoção do lazer em estádios. Quanto aos objetivos específicos: I) Contextualizar o *legacy momentum* brasileiro; II) Mapear, identificar e correlacionar os constructos teóricos que permeiam os estudos dos estádios de futebol no lazer e turismo; III) Contribuir com o conceito de turismo em estádios; IV) Fomentar, difundir e traçar perfis e motivações do visitante, além de suas motivações e necessidades; V) Ofertar possibilidades aos estádios para além da modalidade futebol. Adotou-se o formato metodológico *multipaper*, compreendido como uma coletânea de artigos publicáveis, acompanhados de um capítulo introdutório e de considerações finais, sendo que artigos possuem características, objetivos, métodos, resultados e conclusões particulares que permanecem vinculados ao objetivo central. A temática de cada um dos oito artigos realizados corresponde aos objetivos específicos definidos nesta tese. Os dois primeiros artigos caracterizam-se pela correlação aos estádios como legados de megaeventos esportivos na sociedade e para área do turismo. Em seguida, os dois trabalhos científicos identificam e correlacionam os constructos teóricos acerca dos estádios de futebol, o turismo e o lazer. Os quatro artigos posteriores, abordam diretamente às questões referentes ao turismo em estádios, ofertando expansão no modelo avaliativo de tours temáticos; definição de perfis e motivações de viajantes de turismo em estádios; possibilidades de usos das arenas esportivas para além da temática futebol, já ofertados por estádios nacionais; o estádio como atrativo turístico e patrimônio histórico-cultural brasileiro. Justifica-se a relevância da tese com a perspectiva de avanço científico com a criação do conceito de turismo em estádios – definido como a participação e/ou visitação em atividades turísticas e de lazer dentro de estádios ou arenas esportivas, com cunho cultural, recreacional e/ou educacional, ainda que motivado pela atividade em si. Apresenta-se a possibilidade de realizar análise híbrida com o segmento de turismo esportivo, sob uso do espaço/equipamento. Promove-se fomentar o conceito de turismo em estádios ao compreender suas motivações, perfis e suas necessidades como visitante esportivo. Sugere-se fortemente ofertar alternativas de uso dos estádios/arenas apropriando-se do desenvolvimento sustentável nos âmbitos sociais, educacionais e do patrimônio histórico-cultural.

Palavras-Chave: Turismo esportivo. Equipamentos e áreas de lazer. Lazer turístico. Atividades esportivas. Animação Turística. Turismo em estádios e arenas.

ABSTRACT

ROMANO, Fillipe Soares. **Stadium tourism: impacts and legacies of multifunctional sports arenas as leisure and tourism attractions**. 2023. 258p. Thesis (Ph.D. in Sciences) - School of Arts, Sciences and Humanities, University of São Paulo, São Paulo, 2023. Corrected Version

After the end of the golden decade of hosting major sporting events in Brazil, questions were raised about the issue: How does the use and promotion of sports arenas for the leisure and tourism sector in Brazil occur? Considering that these stadiums represent tangible legacies, the general objective of this thesis is to analyze the correlations, uses, procedures, perspectives, and planning between tourism activities and the promotion of leisure in stadiums. Regarding specific objectives: I) Contextualize the Brazilian *legacy momentum*; II) Map, identify, and correlate the theoretical constructs that permeate the studies of football stadiums in leisure and tourism; III) Contribute the concept of stadium tourism; IV) Promote, disseminate, and profile visitor motivations and needs; V) Offer possibilities to stadiums beyond football. The *multipaper* methodological format was adopted, understood as a collection of publishable articles, accompanied by an introductory chapter and final considerations, and the articles have particular characteristics, objectives, methods, results, and conclusions that remain linked to the central objective. The theme of each of the eight articles produced corresponds to the specific objectives defined in this thesis. The first two articles are characterized by the correlation between stadiums as legacies of major sports events in society and for the tourism industry. Then, the two scientific works identify and correlate theoretical constructs about football stadiums, tourism, and leisure. The four subsequent articles directly address issues related to stadium tourism, offering expansion in the evaluative model of themed tours; definition of profiles and motivations of stadium tourism travelers; possibilities for the use of sports arenas beyond the football theme, already offered by national stadiums; the stadium as a tourist attraction and Brazilian historical and cultural heritage. The relevance of the thesis is justified by the perspective of scientific advancement with the creation of the concept of stadium tourism - defined as participation and/or visitation in tourist and leisure activities within stadiums or sports arenas, with a cultural, recreational, and/or educational focus, even if motivated by the activity itself. The possibility of conducting a hybrid analysis with the sports tourism segment is presented, under the use of space/equipment. Promoting the concept of stadium tourism by understanding its motivations, profiles, and visitor needs as sports tourists is strongly suggested. It is strongly recommended to offer alternative uses of stadiums/arenas, taking advantage of sustainable development in social, educational, and historical-cultural heritage realms.

Keywords: Sports tourism. Equipment and leisure areas. Tourist leisure. Sports activities. Tourist entertainment. Stadium and arena tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- A gama de diferentes atitudes dos cidadãos referente a realização dos megaeventos esportivos.	33
Figura 2 - Map of the city of São Paulo with the location of the district of Itaquera in the east.....	83
Figura 3 - Map of possible legacies of FIFA World Cup 2014 (Prefeitura de São Paulo, 2012).....	87
Figura 4 - Modelo do Legacy Cube	118
Figura 5 - O portfólio dos eventos esportivos por tipo, sazonalidade, mercados-alvo e valor	121
Figura 6 - Tipologia de eventos e locais planejados: uma perspectiva de evento-turismo.....	122
Figura 7 - Abrangência do segmento de Turismo em Estádios	140
Figura 8 – Camisas em Homenagem Póstuma a Pelé no estádio La Bombonera e camisa do Goleiro Barbosa exposta no Museu do Futebol no estádio do Pacaembu	152
Figura 9 – Tickets de entrada gratuita para Guia de Turismo no estádio La Bombonera	156
Figura 10 - Estrutura de Futmesa para Visitantes do Mineirão e Espaço Arena Ronaldo na Neo Química Arena.....	168
Figura 11 - Largada da Corrida Tricolor Run dentro do estádio do Morumbi e Retirada de Kit de Corrida no Estádio Mané Garrincha	169
Figura 12 - Atividade de Tirolesa na Neo Química Arena e Acidente com a Tirolesa no estádio do Mineirão.....	170
Figura 13- Espaços para práticas de outras modalidades esportivas nos complexos esportivos de São Januário, Estádio do Pacaembu e Estádio das Laranjeiras	171
Figura 14 – Simpósio Internacional sobre estudos do futebol realizado no estádio do Pacaembu (SP).....	172
Figura 15 - Centro de Referência do Futebol Brasileiro dentro do estádio do Pacaembu (SP)	173
Figura 16 - Feira de Livros nas dependências do Estádio do Pacaembu & Troca de Figurinhas no Estádio Allianz Park.....	174
Figura 17 - Grafites e Homenagens aos ídolos da história do esporte dentro e no entorno dos estádios de futebol (La Bombonera, São Januário, Estádio do Morumbi e Diego Armando Maradona)	174
Figura 18 - Restaurantes temáticos existentes dentro dos estádios de futebol no Sudeste do Brasil.....	177
Figura 19 - Hospitais de Campanha no estádio do Pacaembu e Estádio Bruno José Daniel. Vacinação na Neo Química Arena	178
Figura 20 - Projetos da Neo Química Arena - Projeto Sangue Corinthiano & Prometo Ser Fiel	179

Figura 21 - Ações Sociais nas dependências da Arena Castelão e Arena Corinthians no Dia Internacional da Mulher 2023.....	180
Figura 22 - Anúncio da Construção de uma Arena de E-Sports no Pacaembu (SP) e no Rio Centro (RJ) na final de Counter Strike (2022)	180
Figura 23 - Presença do Centro de Informação Turística Móvel na Neo Química Arena	181
Figura 24 - Locadora de Automóveis na Neo Química Arena e o Centro de Recepção a turistas do Estádio Centenário em Montevideo	182
Figura 25 - Estátuas do Rei Pelé na Rua Javari (SP) e de Zito no entorno da Vila Belmiro (Santos/SP).....	183

LISTA DE TABELAS

Tabela 1– Resumo Metodológico.....	40
------------------------------------	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Estimativas de Chegadas Internacionais de Turistas ao Brasil (em milhões)	67
Gráfico 2 - Estimativa de Chegada de Turistas Internacionais em milhões	67
Gráfico 3 - Evolução da chegada de turistas internacionais – Comparativo Meta x Apurado.	68
Gráfico 4 - Estimativa das viagens domésticas realizadas (em milhões).....	70
Gráfico 5 - Viagens domésticas realizadas – Meta x Apurado (Monitoramento PNT)	71
Gráfico 6 - Estimativa de Empregos Formais no Turismo (em milhões)	72
Gráfico 7 - Evolução do estoque de empregos formais em turismo.....	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Categorias do Turismo Esportivo	36
Quadro 2 -Vantagens e Desvantagens do Formato Multipaper	43
Quadro 3 - Correlação entre o Formato Multipaper e aplicação da Tese	44
Quadro 4 - Locais escolhidos para análise do turismo em estádios	47
Quadro 5 - Objetivos estratégicos e metas do PNT 2013-2016.....	62
Quadro 6 -Eventos internacionais realizados no Brasil	66
Quadro 7 - Número de chegadas internacionais ao Brasil	68
Quadro 8 - Número de chegadas internacionais ao Brasil por mês.....	70
Quadro 9 – Índice de Transparência por Cidade.....	76
Quadro 10 - Questions for each of the types of respondents.....	85
Quadro 11 - Actions and Activities suggested for sustainability suggested through the Brazilian reality.....	94
Quadro 12 - Atrativos Turísticos Brasileiros com visitaçã, relacionado ao Turismo Esportivo.....	102
Quadro 13 - Impacto do GP Brasil no turismo	104
Quadro 14 - Informativo sobre visitaçã nos estádios legados da Copa do Mundo no Brasil.....	107
Quadro 15 - Estádios Brasileiros com Tour Guiado por suas dependências	108
Quadro 16 – Segmentos do Turismo Esportivo.....	131
Quadro 17 – Análise da Qualidade dos Atrativos Turísticos analisados	150
Quadro 18 - Perfil dos Visitantes Esporádicos no Museu do Futebol.	199
Quadro 19 - Motivações dos visitantes esporádicos no Museu do Futebol.	200
Quadro 20 - Índices de satisfação dos visitantes do Museu do Futebol (em%).	201
Quadro 21 - Número de visitantes Presenciais no Museu do Futebol (2014-2020*).	203
Quadro 22 - Número de visitantes e número de Museus no Brasil.....	205
Quadro 23 - Número de visitantes Virtuais no Museu do Futebol (2014-2020).	206
Quadro 24 - Número de novos seguidores nas redes sociais do Museu do Futebol (2014-2020).	207

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABEAR** – Associação Brasileira de Empresas Aéreas
- ABEOC** – Associação Brasileira de Empresas de Eventos
- ACT** – Atividades Características do Turismo
- AL** – Alagoas
- AM** – Amazonas
- ARG** – Argentina
- ATTA** – Adventure Travel Trade Association
- BA** – Bahia
- BsAs** – Buenos Aires
- BR** – Brasil
- BRICS** – Bloco de países emergentes composto por Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul.
- BRT** – Bus Rapid Transit (Ônibus de Trânsito Rápido)
- CAGED** – Cadastro Geral de Empregados e Desempregados
- CAPES** – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
- CAT** – Centros de Atendimento ao Turista
- CE** – Ceará
- CRFB** – Centro de Referência do Futebol Brasileiro
- COI (IOC)** – Comitê Olímpico Internacional
- COMENBOL** – Confederação Sul-Americana de Futebol
- COVID-19** – é o nome da doença causada pelo vírus SARS-CoV-2 e é uma abreviação de *Corona Virus Disease* - Doença causada pelo vírus Corona.
- CVB** – Convention & Visitors Bureau
- DF** – Distrito Federal
- DOAJ** – Directory of Open Access Journals – Diretório de Jornais com Acesso Livre
- EACH** – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, unidade da USP.
- FIFA** – Federação Internacional de Futebol e Associados
- FVA** – Formulário de Visitação
- GEFUT** – Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas
- GEPLEC** – Grupo de Estudos e Pesquisas em Lazer, Espaços e Cidades
- GIEL** – Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer

HDI (IDH) – Human Development Index – Índice de Desenvolvimento Humano

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus

ICCA – International Congress and Convention Association – Associação Internacional de Congressos e Convenções

IPC – Instituto Politécnico de Coimbra

IPEA – Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas

LME – Legados de Megaeventos Esportivos

LUDENS – Núcleo Interdisciplinar de Estudos Sobre Futebol e Modalidades Lúdicas

MAM – Modelo de Avaliação Multidimensional

MF – Museu do Futebol

MG – Minas Gerais

MS – Mato Grosso do Sul

MT – Mato Grosso

MINT – Bloco de países em desenvolvimento: México, Indonésia, Nigéria e Turquia

MTUR – Ministério do Turismo do Brasil

NBA – National Basketball League

NFL – National Football League

NSST – Nostalgia Scale for Sport Tourism – Escala de Nostalgia para o Turismo Esportivo.

ODS – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

OGGI – Olympic Games Global Impact – Impacto Global dos Jogos Olímpicos

ONU – Organizações das Nações Unidas

PPGTUR – Programa de Pós-Graduação em Turismo

PNT – Plano Nacional de Turismo

PE – Pernambuco

PR – Paraná

PRONATEC – Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais

REDALYC – Base de dados e biblioteca digital de revistas de Acesso Aberto

RDC – Regime Diferenciado de Contratações Públicas

Riotur – Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro

RJ – Rio de Janeiro

RN – Rio Grande do Norte

RS – Rio Grande do Sul

SEBRAE – O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SESC – Serviço Social do Comércio

SPTURIS – São Paulo Turismo S/A

SP – São Paulo

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

TE – Turismo Esportivo

TEA – Turismo Esportivo Ativo

TEE – Turismo em Estádios

TurEVE – Turismo de Eventos Esportivos

TPE – Turismo de Prática Esportiva

TEN – Turismo Esportivo de Nostalgia

UEFA – União das Federações Europeias de Futebol

UFPR – Universidade Federal do Paraná

UNIRIO – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro

USP – Universidade de São Paulo

UY – Uruguai

SUMÁRIO

1. Introdução	20
1.1. Problema	22
1.2. Justificativa	22
1.3. Objetivos	25
1.3.1. Objetivo Geral	25
1.3.2. Objetivos Específicos	25
2. Referencial Teórico	26
3. Procedimentos Metodológicos	40
3.1. Formato multipaper	41
3.2. Percursos Metodológicos	46
3.3. Limitações da Pesquisa	49
4. Trabalhos Científicos Pressupostos	51
4.1. Megaeventos Esportivos no Brasil e o Plano Nacional de Turismo 2013-2016: Análise quanto às metas de expansão turística	56
4.2. Legacies and impacts of sports megaevents in Brazil: Sao Paulo as a host city for football matches.	79
4.3. Lazer, Turismo e Esportes: Abordagens Acadêmicas e Intervenções Profissionais	98
4.4. Turismo em Estádios: Constructo teórico integrativo sobre lazer, turismo e futebol	114
4.5. A experiência em Tours Temáticos em Estádios de Futebol: expansão do modelo de avaliação multidimensional	141
4.6. Apontamentos Prévios acerca dos Perfis e Motivações dos viajantes brasileiros de turismo em estádios de futebol	160
4.7. O uso dos estádios para além do futebol: Possibilidades ao lazer e ao turismo	161
4.8. Patrimônio cultural e Turismo Esportivo: O Museu do futebol no Brasil como atrativo temático	186
5. Considerações Finais	212
Referências	222
Apêndices	251
Apêndice A – Roteiro Temático Entrevista com o Trade Turístico	251
Apêndice B – Questionário aos Visitantes para criação do Perfil e as motivações do Turista em Estádios de Futebol	253
Apêndice C – Protocolo de Observação	257
Apêndice D – Termo de Consentimento Livre Esclarecido	258

1. Introdução

Após a realização dos mais importantes megaeventos esportivos do mundo, classificado por Uvinha (2016) como década de ouro: Jogos Pan-americanos & Parapan-americanos, 2007; Jogos Mundiais Militares de Verão, 2011; Copa das Confederações Federação Internacional de Futebol e Associados (FIFA), 2013; Copa do Mundo FIFA de futebol masculino, 2014; Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Verão, 2016, o Brasil começa a lidar com os legados, positivos e negativos, que essas atividades deixaram para o país.

O reconhecimento dos estádios de futebol como principal legado tangível desses megaeventos, submetem a correlação dos altos investimentos financeiros alocados na construção dessas arenas multifuncionais, que deveriam ofertar retornos para o clube, a cidade, a população e, em especial, os moradores do entorno em atividades socioculturais desenvolvidas nesses espaços.

O presente estudo surge da indagação acerca do uso, planejamento, procedimentos, perspectivas e da promoção dessas arenas esportivas construídas, compreendidas como legados tangíveis desses megaeventos esportivos, fruto das mudanças exigidas pelos órgãos organizadores responsáveis por eventos esportivos e de entretenimento.

Os estádios de futebol possuem interface com o turismo, especialmente na possibilidade de oferta de espaços atrativos turísticos e de lazer nas cidades. Dessa forma, a elaboração do conceito de turismo em estádios permeia o constructo teórico e prático, intentando consolidar os estádios de futebol como atrativos multifuncionais que carecem de planejamento prévio, políticas públicas e subsídios para o desenvolvimento de atividades para além da partida oficial.

Denota-se a compreensão teórica das divergências entre o conceito de estádios de futebol e arenas esportivas (ver adiante no referencial teórico). Entretanto, a distinção prática *no Brasil*, acaba por ser um mero aspecto mercadológico e analógico a modernidade, caracterizando-os similarmente como espaço reformado, arena esportiva ou estádio moderno. Ainda que a presente tese usufrua de ambos os termos como sinônimos em diversos momentos, infere-se o uso do termo estádios, baseado na literatura internacional e a tradução do inglês *Stadium Tourism*, conceito apresentado por Edensor *et al.* (2021) um tipo de turismo “que envolve a visita a

estádios de futebol ou locais esportivos, vivenciando o ambiente, seja assistindo a um jogo, fazendo uma visita guiada ou conhecendo as instalações.”

A presente tese visa esmiuçar as relações entre as atividades turísticas e a promoção do lazer em estádios de futebol. Visa-se contribuir com a utilização dessas novas arenas esportivas na perspectiva do Turismo em estádios, em especial, das atividades de lazer, turismo, eventos, entretenimento e hospitalidade em estádios/arenas esportivas. Já que o futebol é parte integrante do processo histórico-cultural do Brasil, e o turismo, um dos segmentos que melhor poderia se apropriar das diversas atividades de âmbito social, cultural e econômico produzidas nesses espaços, que afetam as diferentes áreas como: alimentação, hospedagem, atrativos, transportes, segurança, educação e afins.

Para tal, define-se o conceito de turismo em estádios como a participação e/ou visitação em atividades turísticas e de lazer dentro de estádios ou arenas esportivas, com cunho cultural, recreacional e/ou educacional, ainda que, motivado pela atividade em si.

Com objetivo de contribuir com a literatura acadêmica, a presente tese se propõe a sintetizar as áreas correlatas de turismo esportivo, futebolístico, cultural, eventos e lazer, no conceito de turismo em estádios, sob perspectiva de analisar o equipamento/atrativo em si e no espaço em que acontece.

Corroborando a adoção da segmentação turística adotada pelo Ministério do Turismo, “entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado” (MTUR, 2006, p.3), na qual identifica certos grupos de consumidores – visitantes em estádios -, caracterizados a partir de suas especificidades e variáveis de demandas – esportes ou eventos. Nesse sentido, pode-se cotejar aos conceitos de turismo cultural, turismo de sol e praia e o turismo de negócios e eventos.

Demonstra-se a aproximação entre estádios e turismo por meio de duas premissas principais: I) O papel social que os estádios possuem, com inserção na sociedade e em sua contribuição à melhoria e qualidade de vida das pessoas; II) O papel educativo, desempenhando a consciência histórica e cultural no indivíduo, no que tange o patrimônio herdado, com potencial de ensino e aprendizagem.

Para alcançar os objetivos propostos, a tese subdivide-se em: *Introdução*: conteúdo introdutório acerca da apresentação e organização da presente tese, seguido de pergunta norteadora, justificativa para execução do trabalho, objetivos

(geral e específicos). *Referencial Teórico*: no qual apresenta as bases teóricas no qual a presente tese se alicerça, bem como dimensiona os constructos e os *gaps*, nos quais a tese pretende dar um direcionamento e, apresenta às possíveis correlações entre lazer, turismo, legados, esportes e estádios de futebol.

No capítulo subsequente, apresenta-se os *Procedimentos Metodológicos*, abordando à escolha e a justificativa pelo método *multipaper*, bem como apresentando descritivamente às abordagens, os procedimentos, as técnicas e os locais de aplicações escolhidos ao longo de cada um dos trabalhos científicos escolhidos. Já o subcapítulo *“Limitações da Pesquisa”* desponta como importante norteador das condições encontradas na exequibilidade do trabalho, bem como apontamento das dificuldades, limitações técnicas, sociais e econômicas divergentes ao planejamento inicial.

Em seguida, apresenta-se o capítulo intitulado *“Trabalhos científicos pressupostos”* no qual descreve resumidamente, cada um dos trabalhos – capítulo de livro, resumo e artigos científicos – desenvolvidos ao longo da tese. Posteriormente, cada capítulo subsequente, ofertará os trabalhos científicos na integra, permeando o fio condutor que trata a correlação entre turismo e estádios de futebol.

No capítulo denominado *Considerações Finais*, apresenta as considerações finais do trabalho, correlacionando os artigos apresentados de maneira geral, bem como procurando responder aos objetivos delimitados para confecção do trabalho, evidencia-se ainda a criação de roteiros turísticos que difundem e promovem o fomento ao turismo em estádios. Por fim, apontamentos das *Referências*, dos *Apêndices* técnicos e teóricos utilizados para confecção do trabalho.

1.1. Problema

Como sucede a utilização e a promoção das arenas esportivas para e pelo setor lazer e turismo no Brasil?

1.2. Justificativa

A justificativa pertinente para execução e escolha do presente projeto deve-se à argumentação de caráter pessoal e no panorama de avanços científico-acadêmicos na área do lazer e do turismo que serão destacadas a seguir. Salienta-se o estádio de futebol como uma nova categoria de análise, com objetivo de fomentar e difundir o turismo esportivo como patrimônio turístico (e) cultural brasileiro.

A justificativa pessoal é devolver para a sociedade civil os investimentos aportados em mim, mediante os seus impostos que me permitiram cursar duas graduações na Universidade de São Paulo (USP), um semestre de intercâmbio acadêmico no Instituto Politécnico de Coimbra (IPC) em Portugal e, dois financiamentos por meio de bolsas de mestrado e doutorado pela CAPES. Concomitantemente, me aproximar do meu objetivo principal que é ser professor concursado de uma universidade pública.

E para tal, a escolha da temática de Futebol não é randomizada. Nascido e criado nas dependências do estádio do Paulo Machado de Carvalho – Pacaembu, do Cícero Pompeu de Toledo – Morumbi e no Parque São Jorge – Fazendinha, não poderia fugir das minhas raízes. Ao término da graduação em Ciências da Atividade Física (2008-2011), o trabalho de conclusão de curso versou sobre o estatuto do torcedor e a aplicabilidade em estádios de futebol no estado de São Paulo (ROMANO, TERUYA, MOCHIZUKI, 2013).

Ao terminar a graduação no Bacharelado em Lazer & Turismo (2012-2016), a monografia discutiu sobre os principais legados de megaeventos da UEFA Eurocopa (ROMANO et al., 2016) em Portugal, cujo país havia sido sede em 2004, e o estádio da cidade de Coimbra modernizado para o megaevento, estava localizado no quarteirão do Instituto e da moradia estudantil – no qual pude frequentar durante todo meu intercâmbio institucional.

A continuação dessa trilha sucede-se com a entrada no mestrado (2016-2018) executando o trabalho intitulado: “*Atratividade turística em estádios de futebol: visitação no estádio Arena Corinthians*”, posteriormente, vencedor do I Prêmio de Teses e Dissertações sobre o Futebol e Direitos do Torcedor do Ministério da Cidadania do Governo Federal, com premiação de certificado, troféu, viagem para Brasília e publicação do livro: “Legados de Megaeventos: Arena Corinthians na perspectiva do Turismo Esportivo” (ROMANO, UVINHA, 2020) pela Trampolim Editora e Eventos Culturais Eirelli, Brasília/DF, 2020. ISBN 978-65-86125-25-2.

A entrada no doutorado do Programa de Turismo da USP, no qual busca-se abordar o uso e a promoção das arenas esportivas. Agregando as experiências como consumidor assíduo de atividades em estádios e, das ações que permeiam a vida do torcedor organizado e a resistência as práticas de modernização dos estádios. Compreendendo a cultura, através dos aspectos do lazer e da educação não-formal.

A segunda justificativa da importância deste trabalho, diz respeito a necessidade do avanço científico. Durante a consolidação do referencial teórico para a dissertação (ROMANO, 2018), percebi que o Turismo Esportivo além de ser subutilizado pelos órgãos nacionais de turismo – o conceito tratava de três categorias: *turismo de evento esportivo*, *turismo de prática esportiva* e *turismo de nostalgia* –, são analisadas como modalidades fechadas, ou seja, uma determinada atividade pertence exclusivamente a uma categoria de análise.

Entretanto, ao verificar que na prática existe uma mescla/hibridez dessas categorias de análise, por exemplo, o evento *Timão Run* – analisado na dissertação de Romano (2018), poderia ser categorizado em quaisquer uma das três categorias, seja como turismo de prática esportiva (indivíduo realizar uma prova de corrida de rua), ao turismo de nostalgia (utilizar do espaço da Neo Química Arena, estádio do SC Corinthians Paulista) e ao turismo de eventos esportivos (evento recorrente e tradicional para comemoração do feriado da consciência negra no município de São Paulo). Diferentemente do que o referencial teórico atual propõe, de análise fechada de um determinado módulo.

Incide-se uma nova perspectiva de análise a ser desenvolvida, na qual o turismo em estádios, conceito proposto pelo presente trabalho, conglomere a uma nova categoria dentro do conceito de Turismo Esportivo, bem como, possibilite a conexão aos conceitos de lazer; de turismo; eventos; ou segmentos como o turismo esportivo; turismo cultural e turismo futebolístico.

Destaca-se que existem divergentes concepções e teóricos que abordam as questões do lazer sob diferentes aspectos, a presente tese baseia-se no conceito de lazer desenvolvido pelo sociólogo Joffre Dumazedier (1979, 1980) no qual compreende o lazer sob três variáveis: Desenvolvimento, Divertimento e Descanso. Posteriormente, o foco e inclusão da perspectiva de Robert Stebbins (1997, 2001, 2007) sob ótica do lazer sério, caracterizado por três elementos: a atividade é uma escolha livre, é altamente estruturada e envolve a aquisição/exibição de habilidades. Salienta-se a inclusão da perspectiva do lazer esportivo e dos hábitos de lazer dos visitantes em estádios. Uma das maiores referências em estudos do turismo esportivo Heather Gibson, corrobora a essa premissa

[...] os estudiosos do lazer vêm contribuindo para a nossa compreensão nesses domínios desde a gênese do campo e ainda têm muito a oferecer. [...] voltarei mais uma vez a defender os estudos de lazer como nos proporcionando uma riqueza de conhecimento para entender questões relacionadas à experiência no trabalho de Turismo Esportivo; o lazer também

tem muito a oferecer nas pesquisas de eventos! (GIBSON, 2017, p.156, tradução nossa).

Aportada nas questões da mobilidade, ousa minimizar a linha tênue entre lazer e o turismo, de acordo com Viard (2011) “A mobilidade foi modificada em prol de valores e dos signos, deixando de ser apenas espacial e prática” (p.144), aborda-se nos estádios de futebol, a perspectiva do indivíduo visitante/espectador – ainda que esta informação seja relevante para os estudos da demanda turística –, mas não para categorizá-lo quanto praticante de lazer ou turismo, quando na verdade poderá ocorrer as duas simultaneamente. Para tal, o desenvolvimento do turismo em estádios será compreendido pelo uso do espaço e do equipamento, agregando uma nova perspectiva de categorização pela atividade em si.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo Geral

Após a consolidação dos estádios de futebol como legados tangíveis de megaeventos esportivos no Brasil, aponta-se o objetivo geral da tese esmiuçar as correlações, os usos, os procedimentos, as perspectivas e os planejamentos entre as atividades turísticas e a promoção do lazer em estádios de futebol.

1.3.2. Objetivos Específicos

Quanto aos objetivos específicos, busca-se:

- I. Contextualizar o “*legacy momentum*”, reconhecer os estádios de futebol e arenas esportivas construídas e/ou remodeladas como legados tangíveis para população, pós sede de megaeventos esportivos.
- II. Mapear, Identificar e correlacionar os constructos teóricos que permeiam o desenvolvimento dos estádios de futebol como relevantes atrativos turísticos para o lazer e o turismo;
- III. Colaborar com o conceito de Turismo em Estádios. Difundir o papel social e educativo do estádio de futebol, acrescentando a perspectiva de análise pelo espaço/atrativo turístico;

- IV. Fomentar e difundir o Turismo em Estádios no Brasil, ofertando dados significativos (ainda que incipiente) para traçar um perfil do visitante esportivo, compreendendo suas principais motivações e necessidades;
- V. Oferecer alternativas para uso das arenas esportivas, além da modalidade de futebol, visando contribuir ao setor de turismo e eventos. Para tal, são apresentadas possibilidades de atividades nas áreas correlatas de lazer, eventos, entretenimento e turismo.

2. Referencial Teórico

A primeira fase do presente trabalho é nomeada de fase exploratória, com objetivo de apresentar e desenvolver o arcabouço teórico acerca da relação lazer, turismo, esportes e estádios.

Para alcançar os objetivos propostos, a presente tese apresenta uma contextualização histórica da relação dos megaeventos esportivos e os estádios como legados tangíveis desses eventos, e o processo de construção e remodelamento de estádios de futebol em “arenas esportivas”, ainda que na premissa brasileira, não houve planejamentos de médio e longo prazo para utilização desses legados, como espaços de lazer e turismo.

Embora os termos "estádio de futebol" e "arena esportiva" sejam frequentemente usados como sinônimos, apresentam algumas sutis diferenças, especialmente na capacidade (estádios recebem maior capacidade de público), versatilidade (arenas geralmente são tecnológicas, confortáveis e flexíveis podendo receber outros eventos), e design (presença de uma pista de atletismo, fossos e divisórias, arquitetura ovalada para estádios e quadrada para arenas)

No Brasil, essa divergência desponta como ferramenta de marketing, apresentando as arenas esportivas como locais modernos em detrimento dos estádios de futebol, o que na prática demonstra-se pouca diferença, visto que, os estádios de futebol reformados depois de sua construção, adaptam-se à exequibilidade de outros eventos para além do futebol, buscando autossustentabilidade e minimizar perdas econômicas/financeiras do atrativo.

Recentemente, pela necessidade de mostrar que o estádio terá uso, não ficará ocioso, denunciando mau investimento, e garantindo também a sustentabilidade econômica do equipamento, a transformação de um mero estádio em uma “arena” traz a imagem de que o equipamento, assim como os anfiteatros, recebe um leque maior de atividades variadas [...] No entanto,

é mero discurso. A arquitetura não tem muita diferença, pois é costumeiro se pedir a tal “arena multifuncional”, como se o termo fosse o suficiente para definir conceitos, estratégias ou diretrizes arquitetônicas. (OLIVEIRA, 2012, s/p).

Corroborado a esse pensamento, denota-se a escolha pelo uso da palavra estádio em detrimento de arenas, pelos argumentos a seguir:

- I) Uso do termo em inglês. *Stadium Tourism*, conceito existente – ainda que não haja definição e consenso – facilitaria o aceite na literatura internacional em detrimento de uma nova conceituação;
- II) A dimensão que os estádios brasileiros, possuam a capacidade de gerir eventos para além do futebol e dos esportes;
- III) Compreensão do uso comum da palavra estádios em detrimento de arenas esportivas, deve-se a utilização do prefixo estádio mesmo em locais que adotam denominação de arenas, por exemplo, o estádio Arena Castelão, o estádio Arena Corinthians, ainda que essa realidade seja comumente associada aos países latinos;
- IV) Ainda que o presente e o futuro recente, remeta a denominação de novos espaços esportivos como arenas e não estádios, corrobora-se ao uso de ambas terminologias para definir um mesmo objeto de estudo, ora denominado estádio, ora denominado arenas esportivas.

Destaca-se ainda, que a presente tese usufrui do formato metodológico *multipaper*, apesar das discussões acerca da adoção do modelo pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (PPGTUR/USP), ainda não há normas, regulamentos ou regimentos que deem suporte ao seu uso. Por esse motivo, utiliza-se do artefato de um capítulo de *referencial teórico* acerca dos legados de megaeventos, para cumprir as exigências determinadas pelo atual regulamento.

Para alcançar os resultados propostos no trabalho, a tese subdivide-se em dois momentos históricos: O segundo momento remete ao constructo teórico que permeia o desenvolvimento dos estádios como atrativos turísticos de lazer e turismo, distribuídos entre os seis trabalhos acadêmicos apresentados a posteriori, com a construção teórica diluída nesses artigos.

O primeiro momento remete ao Brasil, pós sede de megaeventos esportivos. Aponta-se um panorama teórico sobre os legados percebidos na realidade Brasileira,

bem como recomendações a países que possuam a pretensão de sediar megaeventos esportivos.

O panorama das pesquisas na área de legados de megaeventos esportivos nas últimas décadas, baseia-se nas obras de: Alana Thomsom, Bernardo Villano, Brent Ritchie, Christopher Gaffney, Colin Hall, Donald Getz, Doralice Souza, Gavin Poynter, Gilmar Mascarenhas, Gregory Ramshaw, Harry Hiller, Heather Gibson, Holger Preuss, James Higan, Jay Coakley, Joseph Kurtzman, Joy Standeven, Kátia Rúbio, Lamartine DaCosta, Laurence Chalip, Matthew Lamont, Martin Müller, Maurice Roche, Mike Weed, Nelson Marcellino, Paul de Knop, Pedro Carvalho, Peter Tarlow, Rejane Rodrigues, Ricardo Uvinha, Richard Wright, Rui Lourenço, Roberto Vico. Rodrigo Tadini, Sean Gammon, Stephen J. Page, Terry Stevens e Tom Hinch.

Legados de Megaeventos Esportivos

Em continuidade ao trabalho desenvolvido em Romano (2018) e Romano, Uvinha (2020) apresentando os conceitos de legados de megaeventos esportivos, entretanto, faz-se necessário apresentar novos estudos na temática que demonstram a evolução crítica do segmento na área de turismo. Conforme apontado por Rocha,

Esse esforço busca fomentar o interesse do leitor para o tema, cuja relevância permanece. Os megaeventos esportivos ainda estão entre nós, mobilizando narrativas sobre nosso passado recente que informam nosso futuro próximo (ROCHA, 2020, p.164).

Discutindo sobre os conceitos genéricos sobre os “legados” dos Jogos Olímpicos 2012 na cidade de Londres, os autores Grix, Brannagan e Wynne (2017) apresentam cinco categorias das quais a literatura acadêmica tem se debruçado acerca dos legados: I) Econômica; II) Regeneração urbana; III) Orgulho nacional/fatores de bem-estar; IV) Aumento na prática de atividade física e esportiva; V) Prestígio internacional e imagem. A necessidade de regulamentação desenvolverá o turismo sustentável, aumentando as receitas, as oportunidades de emprego, dos cuidados com meio ambiente e os impactos socioculturais, minimizando práticas comerciais insalubres.

Nesse sentido, com a organização da UEFA Eurocopa em 2012, os pesquisadores Bergier, Wasilewska e Bergier (2018) afirmam que o país atestou a capacidade de organização de um megaevento esportivo mundial, e contribuiu positivamente para aumento na demanda turística, o desenvolvimento econômico, melhoria da imagem e o potencial turístico futuro do país.

Na pesquisa de Roberto Vico (2018) constatou uma melhoria na qualidade dos serviços e infraestruturas na cidade de São Paulo, entretanto, há necessidade de um plano executável para desenvolvimento de legados [positivos] nas cidades, para isto, usufrui-se do conceito da governança territorial e tomada de decisão de instrumentos na perpetuação ou criação de uma política de melhoria na imagem, atração de fluxo turístico e valoração dos recursos disponíveis.

Para Gareth Hall e Nicholas Wise (2019) ao apresentar as transformações esportivas e sociais no Brasil, debatem os impactos que essa relação teve diretamente na sociedade brasileira, convidando o debate crítico para uma possibilidade de regeneração urbana tangível e questionável, das possibilidades do país como um destino possível, a percepção popular do “mantra que o ‘esporte é bom’”, além dos possíveis efeitos na economia política, em especial na cidade do Rio de Janeiro.

O artigo apresentado por Lindsay Harris (2011) ao considerar os possíveis legados tangíveis percebidos para a África do Sul é possível traçar um paralelo com as atividades no Brasil atualmente. Ainda que se perceba em ambos os países, a construção de novos estádios e infraestrutura básica como legados positivos, em contrapartida, o aumento na desigualdade social, superfaturamento, aumento no número de escândalos de corrupção destoam como legados nefastos dos megaeventos. E por essa complexidade de fatores socioeconômicos, há uma dicotomia pungente entre as necessidades e a escassez de recursos resultando num crescimento aquém do esperado e a oportunidade de sediar o megaevento não ter sido significativo.

[...] que é preciso uma melhor valorização das influências relativas dos custos e benefícios pessoais versus coletivos, bem como uma maior compreensão da disposição dos moradores em trocar impactos de curto prazo para aqueles que ocorrem a longo prazo. Por exemplo, as atitudes podem ser sustentadas pela disposição de negociar inconvenientes temporários (por exemplo, interrupção) por ganhos duradouros (regeneração urbana) ou para trocar benefícios de curto prazo (atmosfera de eventos) por custos de longo prazo (passivos financeiros contínuos). (SMITH, RITCHIE, CHIEN, 2019, p.208, tradução nossa).

Por meio dessa abordagem, o artigo de Vassilios Ziakas (2015) discorre sobre **SE** existem e como esses benefícios são distribuídos, se há uma possibilidade de justiça ou diminuição na desigualdade e minimização dos impactos negativos. Possibilitando mecanismos de avaliação, monitoria e prestação de contas que deve ser estabelecida pela organização local. Além da constatação se uma infraestrutura

tangível ou intangível pode ser considerada um legado, salienta-se a possibilidade desse legado ser positivo ou negativo (ROMANO, UVINHA, 2020).

Nessa concepção, em artigo que analisa o legado do “BRT Transolímpic” – linha de ônibus rápido na cidade do Rio de Janeiro, Yamawaki, Castro Filho e Costa (2020) constataram o legado negativo para a cidade, justificado pela: i) não era relevante para a ocupação do entorno; (ii) acentuou e segmentou o território entre norte e sul da cidade; e no referente ao desenvolvimento urbano, (iii) o Bus Rapid Transit – BRT pode ser considerado como ambíguo, tanto positivo quanto negativo.

Os legados negativos de infraestrutura, no senso popular denominados de ‘elefantes brancos’ são focados por Gaffney (2019) no qual justifica a transferência de recursos públicos para esfera privada, justificada como uma estratégia articulada entre setores que se consolidam no poder extraíndo os bens do poder público.

Após o megaevento do Brasil e do Rio de Janeiro, parece que os avisos de acadêmicos, jornalistas e ativistas foram esquecidos pelo brilho sedutor da chama olímpica. As previsões de violência policial, infraestrutura superfaturada, orçamentos estourados e produção de urbanismo fragmentado e consumista se mostraram verdadeiros, mas o COI, os gestores da Rio 2016, a prefeitura do Rio e os promotores do evento reivindicaram “sucesso” porque os jogos ocorreram sem acidentes fatais ou colapso de infraestrutura (GAFFNEY, 2019, tradução nossa).

A contribuição ofertada por Suzanne Dowsea e Thomas Fletcher (2018) aborda a disparidade econômica, política, social, cultural existente entre os países-sede de megaeventos esportivos nos países classificados como em desenvolvimentos e os países desenvolvidos, ressaltando o principal argumento pela vulnerabilidade à exploração pelo proprietário do evento baseado na (quase) falácia da contribuição benéfica de sediar os megaeventos esportivos.

E nesse aspecto é importante evidenciar o papel da mídia internacional, ao divulgar uma série de protestos durante a realização da Copa das Confederações em 2013 no Brasil, atividades do movimento “não vai ter Copa”. Entretanto, sem a devida abordagem dos reais problemas brasileiros: desvios de verbas, corrupções ativas e passivas, materiais de baixa qualidade, superfaturamento na execução de obras, escândalos políticos e financeiros, sendo esses, os principais legados negativos para nação brasileira.

O processo de gentrificação, outro legado negativo dos megaeventos, começam a ser percebido nas cidades olímpicas de Londres (2012) e Rio de Janeiro (2016), justificado pela falta de política de desenvolvimento sustentável adequada, esse problema torna-se recorrente em países-sede de megaeventos esportivos. Ainda

que o “efeito Barcelona 1992” ainda valha a pena ser citado, sobrepuja-se o tipo de impacto ao longo do tempo, por meio do processo de turistificação em massa nessa cidade, gera-se protestos e revolta da população local – não só em Barcelona, no movimento denominado “turismofobia”.

Em 1992, o Barcelona sediou as Olimpíadas. Graças à excelente organização e promoção, a capital da Catalunha tornou-se reconhecida em todo o mundo como um centro de negócios e, sobretudo, como destino turístico. Embora os Jogos Olímpicos selaram Barcelona com uma perda financeira, a cidade tem aproveitado o evento em uma perspectiva de longo prazo, especialmente no que diz respeito à revitalização da cidade. O fenômeno foi tão notável, que ficou conhecido como efeito Barcelona. Infelizmente, também é necessário notar que, com o passar do tempo, o tipo de impacto pode mudar. (MOSKO, MUNSTERS, 2018, tradução livre).

A proposta de análise da regeneração da imagem dos BRICS e a correlação ao aumento da competitividade local proposta por Nicholas Wise (2020) identifica a necessidade de triangular dados considerando os impactos ambientais e sociais do destino, com ênfase nos moradores locais, possibilitando assim, a necessidade de uma agenda de eventos planejados antes, durante e depois da realização desses megaeventos.

Acerca dos legados econômicos, para Grix, Brannagan e Wynne (2017) o turismo desponta como variável negativa em estudos acerca dos megaeventos esportivos, isso deve-se ao encarecimento no valor do transporte, hospedagem, passagem aérea e diminuição da oferta de locais durante as competições. No que tange a imagem do país, os autores destacam,

[as políticas de legados de megaeventos] são consideradas valiosas oportunidades promocionais para cidades e estados que buscam melhorar sua imagem globalmente, especialmente dada a sua capacidade de atrair um número sem precedentes de espectadores internacionais por meio da cobertura da mídia global. Tal plataforma é usada para mostrar a nação anfitriã, remodelar atitudes dominantes, transcender o provincianismo e inseguranças históricas e/ou abraçar a globalidade, a competitividade e a excelência.” (GRIX, BRANNAGAN, WYNNE, 2017, p.6, tradução nossa).

Na perspectiva das questões do marketing e patrocínio, o artigo apresentado por Coelho, Amorim e Almeida (2019) revelou a influência da reputação da FIFA (órgão organizador) incide na imagem social do megaevento e nas marcas patrocinadoras, isto demonstra que a Copa do Mundo provoca uma imagem forte e positiva nos espectadores, entretanto, essa reputação pode ser melhorada ou danificada de acordo com as expectativas. Nesse sentido, o Brasil perpassou pela reputação danificada nos inúmeros protestos de 2013 do movimento “não vai ter

copa”, saindo [a marca FIFA] vitoriosa na execução de um dos maiores eventos esportivos no país do futebol.

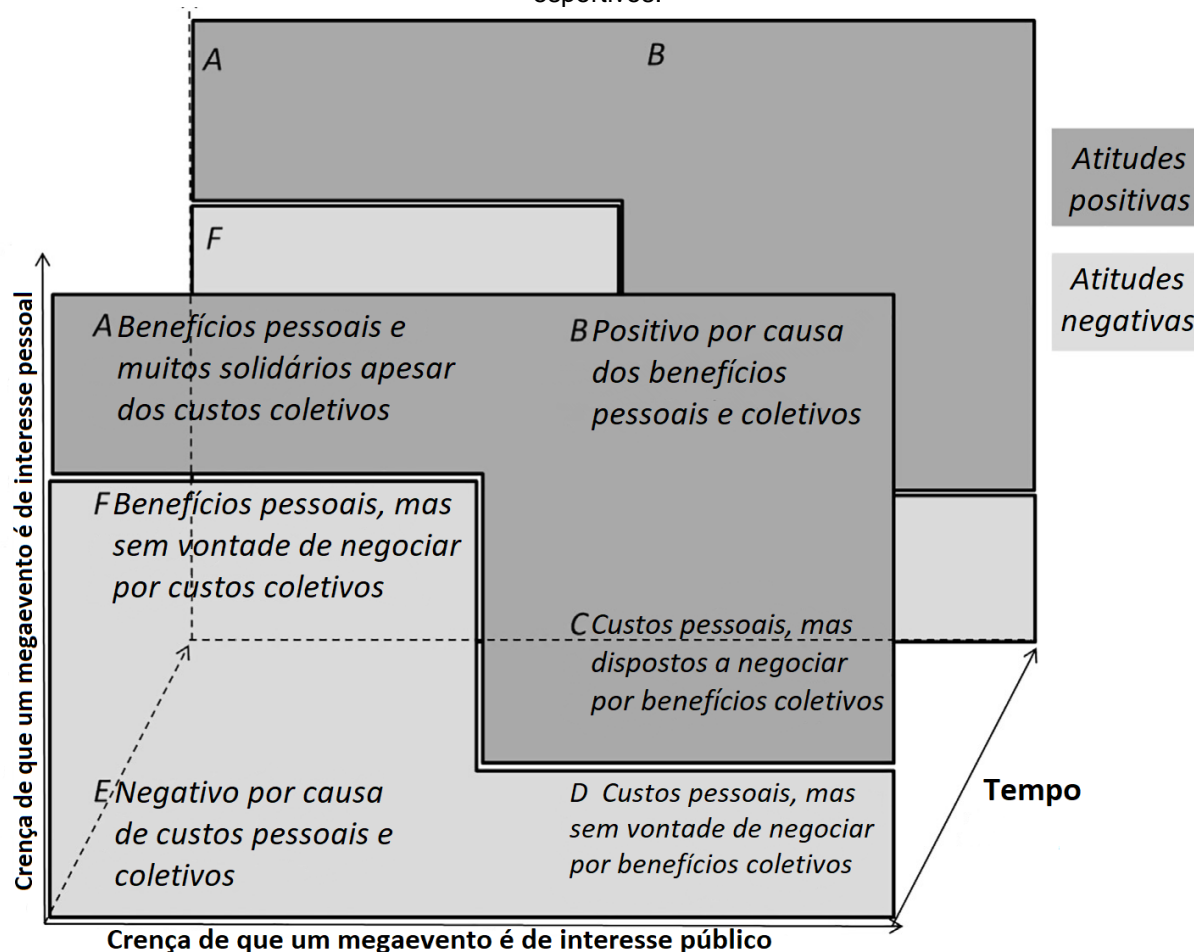
Outra perspectiva metodológica, pouco explorada na literatura nacional, diz respeito às alterações legislativas efetuadas pelo governo brasileiro para cumprir as medidas, demandas e exigências das organizações esportivas internacionais. Em pesquisa realizada por Toledo, Grix e Bega (2015) verificou-se legados institucionais no referente ao Ato Olímpico, à Lei Geral da Copa e à lei que instituiu o RDC - Regime Diferenciado de Contratações Públicas (RDC). Essas ações temporárias sem consultas ou estudos sobre os impactos dessas medidas na sociedade brasileira, podem (e devem) ter influenciado diretamente nos inúmeros casos de escândalos financeiros, desvio de verba pública, licitações de materiais superfaturados e de baixa qualidade.

A incipiência de estudos nacionais que abordem a dimensão ambiental no planejamento de megaeventos esportivos é apontada por Gisele Pereira e Samara Camilotto (2016). A abordagem por meio de um levantamento bibliográfico de 1445 artigos na área de eventos esportivos, conclui-se que apenas três artigos consideram a dimensão ambiental, sendo apenas um incluindo-a no processo de planejamento.

Essa demanda ambiental, aparece de forma tímida na dissertação de Romano (2018) em entrevista com moradores do entorno da Neo Química Arena, apontam a questão de alagamentos como legados negativos da Copa do Mundo, visto que essa obra canalizou um rio próximo ao estádio, resultando em enchentes e alagamentos para comunidade no entorno do estádio.

Na valorização de benefícios pessoais x benefícios coletivos, Smith, Ritcie e Chien (2019) discutem sobre a necessidade de investigar o dilema social sobre o desejo de compensar um benefício de longo prazo (infraestrutura de mobilidade) ao custo de um malefício de curta duração (trânsito e maior deslocamento)? De um benefício de curto prazo (realizar megaeventos) a um malefício duradouro (endividamento público)? Os impactos e os benefícios gerados serão distribuídos igualmente entre a sociedade? Essas questões, ou como citado no texto, “armadilhas sociais” têm sido negligenciadas nas pesquisas em turismo, entretanto, as pesquisadoras propuseram um modelo de análise, demonstrado na figura 1.

Figura 1- A gama de diferentes atitudes dos cidadãos referente a realização dos megaeventos esportivos.



Fonte: Adaptado de Smith, Ritchie, Chien (2019, p.209).

Sobreleva-se que essa abordagem oferece múltiplas análises, influenciadas pela variável tempo, a possibilidade de perdas ou ganhos, positivos ou negativos, coletivos ou individuais. Essa estrutura pode apresentar um novo avanço científico na exploração dos impactos dos megaeventos ou projetos de grande escala, determinando atitudes gerais.

A atitude de um indivíduo em relação a um megaevento ainda pode ser positiva, mesmo que resulte em perdas pessoais (Posição C). Para alguns, pagar mais impostos ou problemas de transporte duradouros pode levar a atitudes negativas, mas outros benefícios para sociedade podem superar uma avaliação negativa pessoal. Esse tipo de pensamento coletivista também pode sustentar algumas atitudes negativas. Os fãs que pessoalmente vão se deleitar com um megaevento porque querem usar novas instalações esportivas, podem se opor a projetos se acreditarem que não é uma coisa boa para a cidade como um todo (Posição F). Pode haver algumas pessoas que são positivas sobre o evento simplesmente porque experimentam ganhos pessoais, apesar de saberem que não é do melhor interesse da comunidade mais ampla (Posição A) [...] Pesquisas tendem a assumir que os residentes adotam as posições E, B ou D (como mais óbvias), entretanto as posições A, F e C (mais sutis) podem representar e explicar

melhor as atitudes dos residentes. (SMITH, RITCHIE, CHIEN, 2019, p. 209/210, tradução livre).

Dentre as possibilidades de estudo, a correlação por diferentes áreas como: lazer, turismo, entretenimento e eventos desses legados tangíveis, no qual a presente tese se orienta. A posterior, são apresentados dois artigos científicos sobre os legados brasileiros percebidos, um referente a exequibilidade das metas traçadas no Plano Nacional de Turismo do Brasil e, o segundo, contextualização dos legados e impactos percebidos na cidade de São Paulo por diferentes atores sociais.

Nos seis próximos artigos, dedica-se exclusivamente ao apontamento das áreas que inferem (in)diretamente no desenvolvimento do estádio/arena esportiva, desde as mudanças físicas-estruturais desses equipamentos até a compreensão desses espaços como atrativos de lazer e turismo, como pretende a presente tese.

Dessa forma, utiliza-se de autores que tratam da cultura, do lazer, dos esportes, do turismo e do patrimônio cultural na perspectiva dos estádios de futebol e arenas esportivas, dentre eles: Adriane Drula, Ana Tavares, Allan Silva, Bianca Lupo, Danilo Lutiano, Denis Auger, Eric Ferreira, Felipe Queiroz, Felipe Oliveira, Guilherme Bocchi, Gustavo Amaral, João Streapco, Jonathan Oliveira, Krystian Zawadsk, Mafalda Magalhães, Mariane Johner, Marcos Cereto, Miguel Arruda, Natália Melo, Nicolas Wise, Patrícia Akinaga, Patrícia Pereira, Pedro Pinheiro, Plínio Negreiros, Rafael Rabello, Rafael Frois, Ricard Wright, Roberto Vico, Romulo Reis, Sérgio Paz e Silvio Ricardo da Silva.

Discute-se as novas funções e possibilidades dessas arenas esportivas e o legado para sociedade por intermédio das áreas de turismo, entretenimento, lazer, cultura e patrimônio. Busca-se compreender às necessidades de mudanças, pertencimento e inclusão da sociedade no planejamento, execução e administração desses espaços. Dessa forma, se evoca subsídios ao objetivo específico V, com pretensão de correlacionar diferentes atividades, apontadas decorrente da análise bibliográfica/documental de arenas esportivas ao redor do mundo.

Turismo & Futebol: uma nova perspectiva ao Turismo Esportivo

A conclusão de Gibson (1998, 2005) sobressai a falta de integração nos domínios da política, da pesquisa e da educação. Em nível político, é preciso que haja melhor coordenação entre as agências responsáveis pelo esporte e pelo turismo. Em níveis acadêmicos é necessária uma pesquisa multidisciplinar, superando as

reinvidicações sob determinadas expertises como solicita a educação. O resultado dessa primeira interação, desponta o conceito do turismo esportivo como,

Viagens de lazer que levam indivíduos temporariamente para fora de suas comunidades de origem para participar de atividades físicas [Turismo Esportivo Ativo], assistir atividades físicas [Turismo de Eventos Esportivos], ou para venerar atrações associadas a atividades físicas [Turismo Esportivo de Nostalgia]. (GIBSON, 2005, p.134, trad. nossa).

A estratégia de marketing e ações esportivas na perspectiva econômica, Kurtzman e Zauhar (2003) relatam o Turismo Esportivo com foco nessa tipologia de turista, seja ele participativo ou não, em ambientes urbanos ou não, com diferentes motivações independente das condições climáticas e estações do ano, sendo categorizado em cinco áreas do Turismo Esportivo: Atrativos; Resorts; Cruzeiros; Tour/Passeios; Eventos; Impactos do Turismo Esportivo.

A conceituação de Turismo Esportivo para Robinson e Gammon (2004) como "participação passiva ou ativa em um evento esportivo competitivo" (p.23, tradução nossa), segmenta o conceito por meio de duas vertentes: a primeira diferencia o "Turismo Esportivo" do "Esporte Turístico", onde o TE refere-se aos turistas que planejam a visitação anteriormente a realização da viagem. A segunda segmentação, compete os termos de classificação "soft" e "hard", classificando-os pelo tamanho de sua organização, mídia e espectadores.

Weed (2009) discorre que o TE busca robustez acadêmica quando identifica os marcadores, delimita o referencial teórico, possibilita a reprodutividade, possui clareza metodológica e publicada em revista científica confiável, a *Journal of Sport & Tourism*, com pesquisadores interessados na área. Entretanto, uma visão única do Turismo Esportivo tende a ser inalcançável, justificado na falta de reflexão, autocrítica, críticas externas e responsabilidade de aportar múltiplas perspectivas aos novos desafios.

Além de ampla revisão bibliográfica, o estudo de Getz e Page (2008, 2016) fornece uma gama de possibilidades futuras de estudos, em especial nas áreas de sustentabilidade, processos avaliativos de legados e a criação de instrumentos de políticas públicas locais, temas abordados na presente tese.

O quadro 1, apresenta as diferentes possibilidades de categorizar os conceitos de turismo esportivo, frisa-se duas importantes similaridades, a primeira referente a base conceitual utilizada nos trabalhos, usufruindo das categorias de Turismo Ativo Esportivo, Turismo de Eventos Esportivos e Turismo de Nostalgia. A

segunda descreve a obrigatoriedade de uma modalidade/atividade esportiva pertencer a uma única categoria de análise específica.

Quadro 1 - Categorias do Turismo Esportivo

Categorias de análise do Turismo Esportivo	
Autor	Categorias do turismo esportivo
Kurtzman e Zauhar (2003)	Atrativos; Cruzeiros; Eventos; Impactos do Turismo Esportivo; Resorts; Tours/Passeios.
Robinson e Gammon (2004)	Turismo Esportivo; Esporte Turístico; Soft Tourism; Hard Tourism.
Weed e Bull (2004)	Treinamento Esportivo; Eventos Esportivos; Turismo Esportivo de Luxo; Turismo de Participação Esportiva; Turismo de Conteúdo Esportivo.
Kurtzman (2005)	Atrativos Esportivos; Cruzeiro de Turismo Esportivo Eventos de Turismo Esportivo; Resort Esportivo; Tours/Passeio de Turismo esportivo;
Ministério do Turismo (2010)	Modalidade Esportiva; Prática Esportiva; Envolvimento Esportivo; Observação.

Fonte: Autor (2023)

Finalmente, buscando ir além da definição para a conceituação, Weed e Bull (2004) sugeriram que o Turismo Esportivo é melhor compreendido como “decorrente da interação única de atividade, pessoas e lugar”, sendo identificados cinco tipos de categorias de TE: Treinamento Esportivo, Eventos Esportivos, Turismo Esportivo de Luxo, Turismo de Participação Esportiva e Turismo de Conteúdo Esportivo.

Já Kurtzman (2005) apresenta cinco diferentes categorias de atividades do Turismo Esportivo, definindo limites, gerando categorias por meio das interfaces da comunidade anfitriã, do turista, do poder público, do trade turístico, dos governos locais e das instituições promotoras. As categorias podem ser divididas em: I) Eventos de Turismo Esportivo; II) Atrativos do Turismo Esportivo; III) Tours/Passeios de Turismo Esportivo; IV) Resorts de Turismo Esportivo e V) Cruzeiros de Turismo Esportivo.

A Organização Mundial de Turismo define o Turismo Esportivo como “à experiência de viagem do turista que: ou observa como um espectador, ou participa

ativamente de um evento esportivo, geralmente envolvendo atividades comerciais e não comerciais de natureza competitiva.” (UNWTO, 2019, p.54). Ainda que seja a mais recente tentativa de conceituação, não há refinamento ao detalhar às atividades de visitação aos atrativos, bem como, possui um viés econômico em detrimento às atividades de aspectos sociais, o lazer e a atividade física.

Na literatura nacional, o SEBRAE – instituição sem fins lucrativos que gera a capacitação de pequenos negócios no Brasil, desponta pioneirismo no desenvolvimento de um livreto, escrito por Karin Goidanich (2000) demonstrando às principais características, vantagens e pré-requisitos para o desenvolvimento de um produto turístico, avaliando as questões de marketing, economia, análise de mercado, estrutura, divulgação e entidades relacionadas.

Na literatura nacional, o conceito de Turismo Esportivo apresentado por Beni discorre sobre a prática esportiva de maneira específica, definindo-o como:

[...] deslocamento de turistas aficionados das distintas modalidades de esportes, que afluem a núcleos esportivos tradicionais com calendário fixo de eventos ou a núcleos que eventualmente sediaram olimpíadas, competições e torneios. Nesse caso, o principal produto turístico é o esporte (BENI, 2001, p. 423).

Nesse sentido, o conceito de Turismo de Esportes é compreendido como forma de incentivo e desenvolvimento organizado do turismo, por meio de quatro tipos de atividades: a) Modalidades Esportivas; b) Prática Esportiva; c) Envolvimento; d) Observação. Nestas se especificam as necessidades emergentes de segmentação da demanda turística.

Desde então, salienta-se algumas mudanças conceituais acerca do segmento do esporte associado ao turismo, demarcando as seguintes características:

- ✓ Inclusão do turista de esportes como espectador de uma modalidade esportiva;
- ✓ Estímulo a criação/utilização de outros segmentos e produtos turísticos;
- ✓ Incentivo a organização de eventos e calendários esportivos;
- ✓ Necessidade de equipamentos e estruturas específicas sem dependência dos recursos naturais;
- ✓ Indução ao uso posterior da comunidade do entorno – legados.

Dessa forma, o conceito utilizado pelo Ministério do Turismo estabelece o Turismo de Esportes como “[...] atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas”. (BRASIL, 2010).

No entanto, apesar das tentativas de entender o comportamento e as preferências dos turistas do esporte ativo, o nível de explicação foi rudimentar, baseado em um conceito da literatura internacional com 15 anos de atraso, não acompanhando a evolução crítica-constructiva da área. Isso levou a apelos ao amadurecimento da área na criação de teorias condizentes.

Em que pese que algumas localidades não disponibilizem infraestrutura básica de turismo ao seu visitante, ressalta-se o trabalho de Pinheiro, Alberton e Cancellier (2012) que sintetiza três estudos publicados por reconhecidos autores no Turismo Esportivo: Heather Gibson, Charles Pigeassou, Pedro Carvalho e Rui Lourenço. Apesar de tais estudos utilizarem termos distintos para o segmento, é possível depreender que as atividades do turismo esportivo se referem a uma mesma tipologia praticada.

As dificuldades de conceituação de um termo específico dão-se, dentre outros motivos, pela falta de pesquisas que se debrucem na mensuração da atividade correlacionada ao embasamento conceitual. A interface a outras áreas e segmentos do turismo dificultam a conceituação, por exemplo, a proximidade com o turismo de negócios, turismo de aventura, turismo de eventos, turismo de lazer, lazer esportivo, e-sports, turismo emissor e/ou receptor, turismo de incentivo, turismo patrimonial, ecoturismo, turismo educacional, turismo de natureza, turismo náutico, entretenimento, lazer e agências específicas.

Reforçando essa análise, Pinheiro e Alberton (2012) apontam a discussão de estudos de turismo e esportes em: motivações para viagens; a participação direta e indireta em eventos esportivos; os impactos da mídia nos eventos de esporte; viabilidade econômica; propostas e análises sobre o potencial dos megaeventos esportivos ao país que os sediam. Porém, os autores salientam a necessidade igualitária de demanda a essas atividades.

Ao tratar sobre os museus esportivos dentro do segmento de Turismo Esportivo, separa-se a segmentação apresentada do Turismo de Nostalgia.

O Turismo de Nostalgia é a área mais controversa conceitualmente, sendo essa dificuldade justificada pela interface com a cultura, na qual (re)trata a (re)significação e (re)interpretação desses espaços sob o espectro individual e subjetivo, ou seja, ainda que o Turismo Esportivo de nostalgia dote de significados, poderá ser interpretado de diferentes maneiras, graças aos aspectos culturais, sociais e psicológicos de cada indivíduo. Outras discussões acerca do uso da categoria

“turismo de nostalgia” podem representar algo negativo ou ainda que não deve/pode ser lembrado, estudos apontam o uso do Turismo Cultural, Turismo de Herança e principalmente do Turismo de Patrimônio Esportivo.

No tocante ao turismo de nostalgia Gibson (1998) apontava a área como oportunidade, visto a pouca pesquisa nesse segmento, em especial a compreensão antropológica, sociológica, aspectos culturais e críticas ao turismo patrimonial. Ainda que se sobressaia o perfil, o tipo de envolvimento, a percepção e “have stadia and sports museums become the sacred sites of a new religion, sport?” (GIBSON, 1998, p.64).

Para Abdulaziz Alsawafi (2017) que analisou o TE em Omã, discorre que a perspectiva do lazer sério em conjunto (familiares e amigos) são os principais motivos para prática do turismo esportivo, em detrimento, do fator econômico, a falta de tempo e oportunidade, como fatores restritivos a prática do TE.

Já a perspectiva dos futuros estudos sobre turismo esportivo para o pesquisadores Dickson *et al.* (2016) destacam a importância de alinhar os estudos aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Organizações Nações Unidas (ONU) 2015-2030, por meio do esporte e do turismo promover a inclusão social, cumprindo a meta ODS 3 (saúde e bem-estar); ODS 5 (equidade de gênero); ODS 10 (desigualdades sociais); ODS 12 (consumo responsável); ODS 16 (promoção de sociedades justas, pacíficas e inclusivas) e ODS 17 (criar parcerias para o desenvolvimento sustentável).

O estudo de Gibson (2017) sobre algumas reflexões acerca do Turismo Esportivo e suas previsões futurísticas, nas quais separam-se três indagações interessantes. O primeiro sobre a escassez de estudos que discutem o feminismo e as questões de gênero, que frequentemente é existente, mas dificilmente abordada nos estudos. O segundo refere-se a não discussão dos patrimônios esportivos imateriais, aspecto que os pesquisadores sul-americanos podem e devem contribuir em especial pela cultura do torcer. E por fim, o potencial aspecto que o lazer tem a contribuir com o TE.

As atividades discutidas são pequenos fragmentos do referencial teórico abordado para se contextualizar o que será discutido em uma próxima etapa do trabalho. A apresentação dos objetos de estudo, com a perspectiva do histórico e análise dos equipamentos compreendendo a interface com a cultura, patrimônio, lazer, entretenimento e a promoção turística.

3. Procedimentos Metodológicos

Tabela 1– Resumo Metodológico

Abordagem	TIPOLOGIA		
	<i>Qualitativa</i>	<i>Descritiva</i>	<i>Exploratória</i>
Procedimentos	Documental	Bibliográfico	Campo
	Análise documental de fontes primárias com objetivo de análise histórica, caracterização, planejamento, construção, remodelamento e uso.	Base de dados de teses, dissertações e artigos acadêmicos publicados nas bases: Annals; CAPES; DOAJ; Emerald; REDALYC; Microsoft Academic; Scielo; Science Direct; Taylor and Francis Online; Teses e Dissertações USP.	Por meio de Observação Participante e Questionários
Técnicas	<i>Observação participante</i>	Diários de campo, Roteiro de observação, Registros fotográficos	
	<i>Questionário</i>	Aplicado aos visitantes dos atrativos turísticos	
	<i>Análise de Conteúdo</i>	Aplicação de análise de conteúdo de Bardin (2016). Triangulação dos conteúdos das observações participantes, do caderno de campo, referencial bibliográfico e questionários aplicados.	
Formato	<i>Multipaper</i>	O formato <i>multipaper</i> refere-se à apresentação de uma dissertação ou tese como uma coletânea de artigos publicáveis, acompanhados, ou não, de um capítulo introdutório e de considerações finais. (MUTTI; KLÜBER, 2018)	
Local	<i>Objetos de Estudo</i>	Estádio do Mineirão (MG); Estádio do Maracanã (RJ); Estádio São Januário (RJ); Estádio das Laranjeiras (RJ); Estádio da Gávea (RJ); Estádio Vila Belmiro (SP); Estádio do Pacaembu / Museu do Futebol (SP); Neo Química Arena (SP); Allianz Park (SP); Estádio Parque São Jorge (SP); Estádio do Morumbi (SP); Estádio La Bombonera (Buenos Aires/Argentina); Estádio Maradona (Buenos Aires/Argentina), Estádio River Plate (Buenos Aires/Argentina)	

Fonte: Autor (2023)

O presente trabalho é de cunho qualitativo, com caráter descritivo e exploratório, apresentado no formato *multipaper*. Para compreensão melhor acerca das abordagens, procedimentos e técnicas utilizadas durante o trabalho, apresenta-se a tabela 1. Os procedimentos metodológicos são apresentados em três momentos, conforme Minayo (2016) discorre: (1) fase exploratória; (2) trabalho de campo e (3) análise e tratamento do material empírico e documental.

A primeira etapa compreendida como fase exploratória tem por objetivo o desenvolvimento teórico e metodológico da pesquisa, descrevendo os instrumentos e ferramentas, cronograma de ações e atividades. No primeiro momento, utilizou-se da **análise bibliográfica**, constituída de livros e artigos que abordam às temáticas pertinentes ao estudo. Concomitantemente, o uso da **análise documental** de fontes primárias para caracterização, histórico, planejamento inicial, construção e remodelamento do atrativo turístico.

A segunda etapa compreendida como trabalho de campo, consiste em dialogar com a construção teórica e metodológica desenvolvida na primeira fase com a realidade concreta. Usufrui-se da **pesquisa de campo** para imersão e compreensão das atividades desenvolvidas nos espaços. Como técnica de coleta de dados a observação participante, sistematizados em diários de campo, roteiro de observação e registros fotográficos.

A terceira e última etapa de tratamento e análise do material, para Minayo (2016) “[...] diz respeito ao conjunto de procedimentos para valorizar, compreender e interpretar os dados empíricos, articulá-los com a teoria que fundamentou o projeto e com outras leituras teóricas e interpretativas” (MINAYO, 2016, p.26). Para **análise dos dados**, sistematizou-se os conteúdos, aplicando a técnica de análise de conteúdo de Bardin (2016), associado ao conteúdo das observações do caderno de campo e diálogo com o referencial bibliográfico.

3.1. Formato *multipaper*

Para alcançar o objetivo proposto, a presente tese utilizou o formato *Multipaper*, também conhecido como: Modelo escandinavo; formato coletânea de artigos; PhD by Published Work; Formato de Artigos Científicos ou PhD by Publication (PhDP) (FRANK, 2013; LIMA, 2017; MUTTI; KLUBER, 2018; OLIVEIRA, 2021; BARBOSA, 2022; OLIVEIRA, 2022). Define-se por formato *multipaper* como

A tese nesse formato é composta por “um conjunto de artigos [geralmente] escritos em coautoria com o orientador” (Fiorentini, 2016, p. 52). Eles

possuem características próprias, isto é, cada um dos artigos que compõem o texto da tese pode apresentar objetivos, revisão de literatura, procedimentos metodológicos, resultados e conclusões particulares (Frank & Yukihiro, 2013). Por mais que apresentem discussões que estejam inter-relacionadas esses artigos podem ser submetidos e publicados separadamente, em diferentes periódicos (MUTTI, KLÜBER, 2022, p.43).

Atualmente, no Brasil, dois são os possíveis formatos adotados na escrita das teses: *tradicional* e *multipaper* (DUKE, BECK, 1999; MUTTI; KLÜBER, 2018, 2022; MUTTI, 2020), ambos reconhecidos pela Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Há escassez de pesquisas que tomem o formato como foco de estudo. Há, do mesmo modo, ausência de pesquisas que busquem compreendê-lo para além das questões metodológicas e estruturais do texto, interrogando-o filosófica e epistemologicamente sob diferentes perspectivas de pesquisa, notadamente, a fenomenológica. (MUTTI, 2020, p.71)

A tese *multipaper*, surge, em meados da década de 60 no Reino Unido, como forma de agilizar o processo de obtenção do título de doutor a professores que já exerciam profissão no ensino superior, dessa forma, passou por muita crítica e desmerecimento (DUKE; BECK, 1999; MUTTI; KLÜBER, 2018). Atualmente é utilizada por diversos programas de pós-graduação no mundo, que incentivam o uso do método em seus regimentos e regulamentos.

A presente tese optou pela realização progressiva, em consonância ao regulamento atual do programa, no qual prevê publicações a posterior entrada no Programa de Pós-Graduação, bem como, norteia o desenvolvimento dos artigos por meio da articulação ao objetivo geral e aos específicos delimitados nas teses (PEACOCK, 2017). O modelo de abordagem híbrida – horizontal e vertical – foi adotado, na qual engloba artigos horizontais (que versa sobre o mesmo problema sob óticas distintas, ligados pela conclusão) e artigos verticais (cada artigo está elencado a um objetivo específico, conduzido a atender o objetivo geral) (FRANK; YUKIHARA, 2013; BARBOSA, 2022)

No Brasil, a adoção desse formato vem sendo utilizado, incentivado e organizado com a reformulação dos regimentos da pós-graduação, além da inclusão de normas específicas para confecção de trabalhos nesse formato.

[...] emergiram 31 programas, 25 deles de mestrado e doutorado, 1 apenas de doutorado, 4 apenas de mestrado e 1 de mestrado profissional, em cujos documentos há referência ao formato *multipaper*. (MUTTI, KLÜBER, 2022, p.46).

A lógica atual da CAPES, em promover a competitividade por meio da publicação desenfreada de trabalhos científicos e, conseqüentemente, classificação pela quantidade de artigos científicos, auxilia a exequibilidade desse modelo (PIMENTEL-JÚNIOR, 2019; OLIVEIRA, 2021; MUTTI, KLÜBER, 2022). O quadro 2, a seguir, aponta as principais vantagens e desvantagens ao se utilizar do formato *multipaper*.

Quadro 2 -Vantagens e Desvantagens do Formato *Multipaper*

	Possíveis Vantagens	Possíveis Desvantagens
Formato Multipaper PhD by Published Work PhD by Publication Modelo Escandinavo Formato Coletânea de artigos Formato de Artigos Científicos	Agilidade na produção e publicação	Dificuldade de leitura
	Flexibilidade	Repetição de citações
	Favorece a colaboração de autores	Falta de direcionamento e foco entre os artigos e o objetivo central
	Acessibilidade aos artigos	Diminuição no grau de confiabilidade
	Uso de diferentes métodos de pesquisa	Fragmentação e Sobreposição da pesquisa
	Socialização dos resultados obtidos	Inviabilizar críticas a trabalhos publicados

Fonte: Autor (2023) baseado em: Costa (2014), Barbosa (2015), Lima (2017), Pimentel Júnior (2019), Veira (2020), Andreatta (2020), Oliveira (2021), Oliveira (2022), Mutti; Kluber (2022)

Ainda que essa lógica seja promovida, a presente tese diverge dos demais trabalhos com formato *multipaper* analisados, justificado pela discordância do formato tradicional de teses, com inferência histórica sobre determinado tema que se repete nos objetos de análise, grande número de páginas que dificilmente será lido na íntegra. Com base no referencial teórico acerca de *multipaper*, os estudos na área da Educação de Matemática, tem se destacado (BARBOSA, 2015; LIMA, 2017; ANDREATTA, 2020), no turismo evidencia-se a dissertação de Oliveira (2021).

Ressalta-se ainda, o avanço percebido na confecção de artigos cada vez menores, voltados ao público da área, concentrado na difusão clara e objetiva dos achados da pesquisa, sendo o modelo *multipaper*, o formato mais próximo ao alcance desses desejos, pensamento corroborado por Pimentel-Júnior (2019). Distingue-se que cada uma dessas produções, atenderá aos seguintes objetivos específicos:

- ❖ Contextualizar o “*legacy momentum*”, reconhecer os estádios de futebol e arenas esportivas construídas e/ou remodeladas como legados tangíveis para população, pós sede de megaeventos esportivos.
- ❖ Mapear, Identificar e correlacionar os constructos teóricos que permeiam o desenvolvimento dos estádios de futebol como relevantes atrativos turísticos para o lazer e o turismo;
- ❖ Elaborar o conceito de Turismo em Estádios. Difundir o papel social e educativo do estádio de futebol, acrescentando a perspectiva de análise pelo espaço/atrativo turístico;
- ❖ Fomentar e difundir o Turismo em Estádios no Brasil, ofertando dados significativos (ainda que incipiente) para traçar um perfil do visitante esportivo, compreendendo suas principais motivações e necessidades;
- ❖ Oferecer alternativas para uso das arenas esportivas além da modalidade de futebol, visando contribuir ao setor de turismo e eventos. Para tal, serão apresentadas possibilidades de atividades nas áreas correlatas de lazer, eventos, entretenimento e atividades turísticas dessas arenas.

Quadro 3 - Correlação entre o Formato Multipaper e aplicação da Tese

Trabalho Científico	Título	Objetivo do estudo	Fio condutor no <i>Multipaper</i>
1	Megaeventos Esportivos no Brasil e o Plano Nacional de Turismo 2013-2016: Análise quanto às metas de expansão turística	Analisar a exequibilidade das propostas e das metas voltadas para o planejamento dos megaeventos Copa do Mundo FIFA 2014 e as Olimpíadas de Verão 2016.	Contextualizar o “ <i>legacy momentum</i> ” do Brasil, pós realização e sede de megaeventos esportivos
2	Legacies and impacts of sports megaevents in Brazil: Sao Paulo as a host city for football matches	Apresentar e refletir criticamente sobre as principais legados e impactos dos megaeventos esportivos para a população brasileira, sob ótica de São Paulo	Contextualizar o “ <i>legacy momentum</i> ”, e reconhecer os estádios de futebol e arenas esportivas como legados tangíveis para população.
3	Lazer, Turismo e Esportes: Abordagens Acadêmicas e Intervenções Profissionais	Contribuir com o conhecimento na área de turismo esportivo, a partir da análise correlata e interface entre lazer, turismo e esportes.	Identificar e correlacionar os conceitos que permeiam o desenvolvimento do turismo em estádios.
4	Turismo em Estádios: Constructo teórico integrativo sobre lazer, turismo e futebol	Desenvolvimento teórico do conceito de turismo em estádios	Mapear e definir os pressupostos teóricos da literatura. Conceituar o turismo em estádios e apresentar o papel social e educativo das arenas por meio de segmentos correlatos da literatura acadêmica

5	A experiência em Tours Temáticos em Estádios de Futebol: expansão do modelo de avaliação multidimensional	Classificar a experiência turística, desenvolver novas categorias de análise, expandindo o Modelo de Avaliação Multidimensional existente. Experiências avaliativas em 13 estádios/arenas esportivas	Desenvolver, fomentar e difundir o Turismo em Estádios no país
6	Apontamentos Prévios acerca dos Perfis e Motivações dos viajantes brasileiros de turismo em estádios de futebol	Investigar e analisar os perfis e motivações dos praticantes de turismo em estádios de futebol	Desenvolver, fomentar e difundir o Turismo em Estádios no país, ofertando dados significativos (ainda que um recorte) para traçar um perfil do visitante esportivo, compreendendo suas principais motivações e necessidades
7	O uso dos estádios para além do futebol: Possibilidades ao lazer e ao turismo	Apresentar e discutir possibilidades de uso dos estádios, para além do futebol, na busca da autossustentabilidade dessas arenas esportivas.	Oferecer alternativas para uso das arenas esportivas além da modalidade de futebol, visando contribuir ao setor de turismo, eventos, entretenimento e atividades turísticas desses estádios.
8	Patrimônio cultural e Turismo Esportivo: O Museu do futebol no Brasil como atrativo temático	Analisar os relatórios da OS ID Brasil que administra o Museu do Futebol, ofertando subsídios para discussão desses espaços como patrimônio cultural e também atrativos turísticos	Desenvolver, fomentar e difundir o Turismo em Estádios no país. Apontamento de alternativas existentes para o uso educativo e o papel social dos estádios, para além do estádio de futebol, correlacionando lazer, eventos, entretenimento e turismo

Fonte: Autor (2023)

O quadro 3, ressei os oitos trabalhos científicos relacionados ao objetivo geral da pesquisa, auxiliando a exequibilidade dos objetivos específicos. O uso do formato *multipaper* privilegia a adoção de diferentes caminhos metodológicos em cada artigo, dessa forma, as considerações finais são de fundamental necessidade, visto que, dão sentido na amarração aos objetivos delimitados no trabalho. Nos trabalhos de Durling (2013) e Oliveira (2021) sugere-se o agrupamento das referências bibliográficas em uma única seção ao final do trabalho, ferramenta utilizada na presente tese.

Por fim, aponta-se a necessidade de inferir o uso do *multipaper* na experiência pessoal, relatando a dificuldade de correlacionar um grande número de trabalhos com os objetivos gerais e específicos. O número de artigos deve ser definido em conjunto – orientador orientado – visando manter a coerência e relevância entre eles, sem que haja nenhum tipo de perda de conteúdo ou contexto da pesquisa. As preocupações com as questões éticas, no formato *multipaper* são extenuadas, especialmente com as questões de plágio e autoplágio. Os principais benefícios dizem respeito a agilidade

de execução de trabalhos científicos em diferentes formatos, especialmente na lógica produtivista no qual a pós-graduação está inserida, bem como, a despreocupação em utilizar diferentes procedimentos metodológicos sob um mesmo objeto de estudo.

3.2. Percursos Metodológicos

Os procedimentos de pesquisa são divididos em 3 etapas e combinações de enfoques bibliográfico e de campo. De acordo com Gil (2014), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído essencialmente por livros e artigos científicos.

Utilizou-se de base de dados de teses, dissertações e artigos acadêmicos publicados nas bases: *Annals; CAPES; DOAJ; Emerald; REDALYC; Microsoft Academic; Scielo; Science Direct; Taylor and Francis Online; Teses e Dissertações USP*. Além de livros relevantes a pesquisa; utilizou-se termos de buscas para delimitação, a saber: *estádios; arenas esportivas; turismo esportivo; turismo futebolístico; turismo de esportes; turismo de futebol; turismo de estádios; megaeventos esportivos; legados; atrativos turísticos; museu esportivo; roteiros turísticos em estádios; atrativos de futebol; copa do mundo 2014; FIFA; olimpíadas*; além dos nomes de cada um dos atrativos/estádios da copa 2014; combinações de um ou mais termos de busca; uso no singular ou plural; e traduções aos idiomas de inglês e espanhol.

De acordo com Minayo (2016, p.56), o trabalho de campo permite a “aproximação do pesquisador da realidade sobre a qual formulou uma pergunta, e visa a estabelecer uma interação com os diferentes “atores” (pessoas com as quais vamos trabalhar) que fazem parte da realidade”. Assim sua finalidade é construir um conhecimento empírico.

Decorrente da análise do referencial bibliográfico, delimitou-se como critérios de seleção na definição dos objetos de análise: I) Ser um estádio de futebol que disponibilize um tour por suas dependências; III) Pertencer a região sudeste do Brasil; III) O estádio ter relevância nacional e/ou promovido por algum órgão de turismo local; IV) Preferencialmente, parte integrante da infraestrutura das cidades-sede de megaeventos esportivos (entende-se como legados de megaeventos esportivos, estádios pertencentes a Copa do Mundo FIFA 1950, Pan-Americano 2007, Copa do Mundo FIFA 2014 e Jogos Olímpicos de Verão 2016.);

Os atrativos pertencentes ao Roteiro Estádio da SpTuris: Estádio do Canindé (SP) e Estádio Rua Javari (SP) foram excluídos da análise por não oferecer tours em suas dependências atualmente. O critério utilizado de pertencimento a região geográfica sudeste, dar-se-á por conveniência, facilidade de mobilidade, análise documental, representatividade econômica e turística da região, no que tange a emissão e recepção de turistas (inter)nacionais, conforme dados do quadro 4.

Quadro 4 - Locais escolhidos para análise do turismo em estádios

Objetos de análise		
Nome do atrativo	Localidade	Critério de seleção
Estádio do Mineirão	Belo Horizonte (MG)	Copa do Mundo 1950
Arena Independência**	Belo Horizonte (MG)	Copa do Mundo 1950
Estádio do Maracanã	Rio de Janeiro (RJ)	Copa do Mundo 1950/2014
Estádio Nilton Santos**	Rio de Janeiro (RJ)	Panamericano 2008
Estádio São Januário	Rio de Janeiro (RJ)	Relevância Histórica
Estádio das Laranjeiras	Rio de Janeiro (RJ)	Relevância Histórica
Estádio da Gávea	Rio de Janeiro (RJ)	Relevância Histórica
Estádio Vila Belmiro	Santos (SP)	Relevância Histórica
Estádio do Pacaembu / Museu do Futebol	São Paulo (SP)	Copa do Mundo 1950
Estádio Neo Química Arena	São Paulo (SP)	Copa do Mundo 2014
Allianz Park	São Paulo (SP)	Roteiro SpTuris
Estádio Parque São Jorge	São Paulo (SP)	Roteiro SpTuris
Estádio do Morumbi	São Paulo (SP)	Roteiro SpTuris

* O Museu do Futebol é parte integrante do Estádio do Pacaembu, inaugurado em 2008.

** Os dois estádios destacados em vermelho, não estão ofertando visitação em suas dependências

Fonte: Autor (2023)

Evidencia-se que das sedes delimitadas acima, não foi possível realizar a visitação nos estádios: Arena Independência (MG) e Estádio Nilton Santos (RJ) ambos se encontram temporariamente fora de funcionamento. Aponta-se também, que o enfoque se deu em estádios de futebol, mas aos praticantes do turismo futebolístico, recomenda-se à visitação ao Museu da Seleção Brasileira (RJ) e ao Museu Pelé (Santos/SP) pertencentes aos atrativos turísticos locais.

O enfoque de campo utilizou-se da **observação participante**, consistindo das atividades existentes dentro dos estádios de futebol, como exemplo, os tours temáticos e outras atividades não relacionadas a partida de futebol em si (ROMANO, 2018). Para confecção do artigo acerca da avaliação dos tours temáticos dos clubes de futebol, aplicou-se, também, à observação participante nos estádios pertencentes ao turismo de Buenos Aires na Argentina, a saber: Estádio La Bombonera, Estádio Monumental de Nuñez e Estádio Diego Maradona e no Uruguai: Estádio Centenário.

Predomina-se a preocupação acerca do resguardo e veracidade das informações prestadas, bem como respeitar o direito ao anonimato dos entrevistados, salvaguardando o pesquisador e o sujeito da pesquisa aplicou-se o termo de consentimento livre e esclarecido (TCLE) (Apêndice D), criado com base nos documentos disponíveis na USP, mesmo que ainda não haja necessidade de registros de comitê de ética na plataforma Brasil, como ocorrem em outras áreas que não das ciências sociais aplicadas.

O protocolo de observação (Apêndice C) foi adaptado de Drula (2016) e Romano (2018), documento criado pelo Grupo de Estudos e Pesquisas em Lazer, Espaços e Cidades – GEPLC/UFPR, como instrumento de observação de espaços e equipamentos de lazer. O objetivo de uso do protocolo é gerar pesquisas comparáveis e propor uma análise fidedignas dos resultados obtidos em pesquisas aplicadas.

O apêndice A, que trata sobre o roteiro temático de entrevista com o trade turístico, objetiva compreender a visão dos organizadores de eventos, das agências de turismo e dos guias de turismo/monitores/agentes culturais que realizam ações nos estádios de futebol. Dessa forma, pretendeu-se triangular as informações necessárias na compreensão do uso desses espaços, objetivando ampliar os estudos nos fatores que faz (ou não) o desenvolvimento de ações pelos gestores.

O apêndice B constitui-se de questionários aplicados, com objetivo de traçar um perfil desses visitantes/torcedores/turistas esportivos, compreendendo as motivações, os equipamentos turísticos visitados, meio de hospedagem, mobilidade utilizada, consumo local, gasto médio, aspectos de segurança, contratação de guias e/ou agências de turismo, questionamentos que propiciem a criação de um banco de dados nacional acerca do Turismo em Estádios.

Dessa forma e associado aos resultados obtidos das entrevistas, observações de campo, análise de conteúdo (BARDIN, 2016) e o diálogo com o referencial bibliográfico utilizado, intenta-se responder os objetivos delimitados da tese. Apontando-se ações e promoções de atividade turística nos estádios/arenas esportivas envolvendo os diferentes atores sociais – trade turístico, órgão gestor, órgão administrativo, população do entorno e turistas.

3.3. Limitações da Pesquisa

Aponta-se algumas questões que limitaram o desenvolvimento do trabalho conforme cronograma de atividades, dentre as principais dificuldades, ressaltou a dificuldade de entrevistas à gestores dos estádios e equipamentos de futebol, sendo possíveis apenas três entrevistas temáticas, nas quais foram apresentadas em curtos fragmentos nos artigos científicos, entretanto pretende-se, antes das publicações, realizar entrevistas e melhor embasar os trabalhos desenvolvidos. O mesmo argumento pode ser utilizado ao trade turístico, entretanto, a dificuldade encontrada relacionou-se a agenda dos entrevistados.

Com relação as entrevistas realizadas, destaca-se que a pesquisa no ambiente aberto de um estádio de futebol não propicia a execução de grandes questionários, especialmente no momento raro de lazer do visitante, sugere-se adoção do formato digital do questionário e/ou gravação das entrevistas e preenchimento das informações a posterior, associado a um número máximo de questões fechadas, para que não cause desinteresse ou recusa do preenchimento. Adiciona-se ainda, que grandes questionários com necessidades de memórias fidedignas – como valores e gastos específicos em determinados ambientes – possuem data máxima de aplicação (até 15 dias após o evento), ou essas informações começam ser aproximadas.

Acerca dos artigos científicos, especialmente dos capítulos de livro recentemente publicados, as editoras não permitem acesso, somente mediante ao pagamento de tarifas. Compreende-se a necessidade de cobrança para manutenção dessas revistas em funcionamento, entretanto, lamenta-se o valor cobrado em moeda estrangeira com poderio econômico superior ao brasileiro, bem como, o não pagamento de revisores e editores das revistas, ou seja, despende-se tempo e dinheiro na organização das pesquisas e posteriormente, pagar para publicação e pagar para ter acesso a esses periódicos, privilegiando algumas nações em detrimento a outras, notadamente, o South Global.

O cenário da pandemia de COVID-19 impactou diretamente a vida de toda população mundial, com os estádios não foi diferente, ainda que alguns desses espaços tenham sido utilizados em algum momento – como hospitais de campanha ou participantes como espaço de vacinação da população –, os jogos de futebol entre 2020 e 2021, quando realizadas, não tiveram público e os eventos nos estádios foram drasticamente reduzidos.

Alguns espaços abriram com as medidas sanitárias vigentes na esfera federal e estadual, de maneira tímida e reduzida, o que pode impactou diretamente nos resultados obtidos na presente pesquisa que lida diretamente com o público visitante.

A resposta ao COVID-19 sugere que as atividades na interface do esporte e do turismo podem contribuir significativamente para os resultados e metas políticas para o bem-estar, saúde física, saúde mental, apoio ao espaço verde e às viagens sustentáveis como resposta à crise climática. O desafio para gestores, administradores e pesquisadores que trabalham na interface do esporte e do turismo é olhar para fora além de suas próprias preocupações de desenvolvimento, reconhecer e aceitar que eles têm uma responsabilidade e uma oportunidade para fazer essas contribuições. (WEED, 2020, p.89, tradução nossa).

Alguns estádios e arenas esportivas, por motivos não especificados, não estavam realizando tours ou atividades turísticas/de lazer, ainda que abrigassem às partidas oficiais. Nota-se também, a dificuldade de informações fidedignas em alguns tours, desatualizações em sites oficiais relacionados ao horário, dias e valores das atividades. As redes sociais têm sido melhores e mais utilizadas, em especial a plataforma *Instagram*, são frequentemente atualizados – quando existe a possibilidade.

Questões acerca do presente autor, limitou algumas atividades planejadas, como por exemplo, a visitação aos tours da gávea (RJ) e da sede do Botafogo FR. A falta de tempo impossibilitou a execução a tempo de outros trabalhos científicos que serão apresentados a posterior, como por exemplo, extensão do resumo apresentado ao artigo 6 de perfis e motivação, bem como questionários aplicados aos visitantes de duas competições: Final da Copa do Brasil 2022 (Corinthians x Flamengo) e final da Copa Libertadores 2022 (Athlético PR x Flamengo), dados que precisam de tratamento adequado, antes de submissão aos periódicos.

A dificuldade de localizar dados fidedignos sobre taxas de visitação desses equipamentos, por parte dos órgãos responsáveis pelo turismo do Brasil. Corroborado a isso, empresas privadas que possuem a concessão dessas arenas esportivas, não disponibilizam dados referentes aos eventos, número de visitantes e, em especial dados econômicos, os valores gastos, os lucros e dividendo desses atrativos que por muitos momentos, tem investimento ou parceria do setor público municipal, estadual e/ou federal.

4. Trabalhos Científicos Pressupostos

O capítulo denominado “trabalhos científicos pressupostos” apresenta um breve panorama histórico e descritivo na criação dos artigos, bem como sua correlação aos objetivos específicos desta tese, que concomitantemente, desponta como fio condutor na exequibilidade dos trabalhos científicos.

Distingue-se o uso da terminologia “trabalhos científicos” por se tratar de documentos escritos que relatam resultados da pesquisa científica em formato padronizado (introdução, método, resultados e discussão), publicados em periódicos, livros ou apresentados em conferências científicas. Esse termo engloba um capítulo de livro e um resumo científico, ainda que todos os trabalhos apresentem validade científica e visam o avanço do conhecimento.

Ainda no referente a terminologia, utiliza-se da palavra “pressupostos” que no dicionário Oxford (2023) significa “aquilo que se supõe antecipadamente; pressuposição, conjectura, suposição” “aquilo que se busca alcançar; desígnio, objetivo, meta”. Dessa forma, aponta-se os trabalhos científicos que estão em fase de desenvolvimento e que podem (devem) sofrer alterações com desígnio de tornar-se publicáveis nos meios de difusão científica.

Artigo I

O primeiro artigo tem por objetivo dar continuidade aos estudos acerca dos legados de megaeventos esportivos de Romano (2018), especificamente, corroborar com o desenvolvimento da área no que tange a dicotomia “o que é prometido Vs. o que é cumprido” durante o planejamento das possibilidades de legados. A análise do Plano Nacional de Turismo (PNT) 2013-2016 do governo federal trás diversas referencias às contribuições dos megaeventos esportivos ao turismo Brasileiro, no entanto, verificou-se que as metas relacionadas ao legado não foram cumpridas, além da falta de informações em sites oficiais que dificultou a correlação. O objetivo do estudo auxiliou na discussão de um dos objetivos específicos do trabalho: Contextualizar o “*legacy momentum*” do Brasil, pós realização e sede de megaeventos esportivos. Dessa forma, pode-se inferir às dificuldades de exequibilidade das metas audaciosas propostas, que não foram cumpridas sem nenhum tipo de punição ou restituição. Evidencia-se que esse artigo foi publicado na Revista Rosa dos Ventos da

Universidade de Caxias do Sul no mês de junho de 2019, em parceria com os professores Edegar Tomazzoni e Ricardo Uvinha.

Artigo II

O segundo artigo, sintetiza os resultados encontrados na dissertação de mestrado, bem como atualiza a discussão acerca dos legados temáticos, abrangendo novas categorias de análise, dessa forma, encerra-se o ciclo das pesquisas de legados de megaeventos esportivos, com objetivo de refletir criticamente os principais legados que os megaeventos trouxeram para realidade brasileira e, em específico, a cidade de São Paulo. Dentre os resultados obtidos, os estádios de futebol/arenas esportivas são apresentados como maiores legados tangíveis desses megaeventos, ainda que os custos, qualidade de construção e manutenção sejam questionáveis. O objetivo do estudo auxiliou na contextualização do *“legacy momentum”*, bem como a realidade imersiva de megaeventos em países em desenvolvimento. A partir desse estudo, o pesquisador enveredou o foco de seus estudos para os estádios como equipamentos de lazer e turismo, além de suas múltiplas funções que não são exploradas. Este artigo foi submetido a revista *Frontiers* para um dossiê temático acerca da Copa do Mundo do Catar 2022 no qual foi rejeitado, depois de diversas revisões sugeridas pelos revisores, foi submetido a *Revista Local Economy*, depois de aprovação do resumo, o artigo completo está em análise, a publicação foi realizada em parceria dos professores pesquisadores Roberto Vico e Ricardo Uvinha.

Capítulo de Livro III

O terceiro trabalho científico intitulado “Lazer, Turismo e Esportes: Abordagens Acadêmicas e Intervenções Profissionais”, é parte integrante do livro “Lazer e Turismo: Perspectivas no Âmbito da Pós-Graduação no Brasil” que será publicado no segundo semestre de 2023, pelo programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo, em parceria com Ricardo Uvinha. O texto apresenta de maneira sucinta e cronológica o segmento de turismo esportivo, suas possibilidades de categorização, além dos atrativos turísticos espalhados pelo Brasil dentro desse segmento. A ênfase aos dados econômicos, provenientes da Fórmula 1 realizada em São Paulo, e as possibilidades de desenvolvimento que o turismo esportivo brasileiro possui, finalizando com uma série de exercícios para fixação da

temática aos leitores. O objetivo do presente trabalho auxiliou no cumprimento do objetivo específico “Contribuir com o conhecimento na área de turismo esportivo”, oferecendo o insumo necessário para maturar a ideia de criar um conceito de correlação entre lazer, turismo e esportes, sob perspectiva do atrativo turístico.

Artigo IV

O quarto trabalho possui cunho teórico, com objetivo de definir conceitualmente o turismo em estádios, corroborando ao objetivo específico desta tese. Decorrente da ideia embrionária do artigo III, mapeou-se os constructos teóricos que correlacionam a área de lazer, turismo e futebol. O uso da revisão integrativa como método de pesquisa, corrobora o uso do sistema multipaper, na qual permite a síntese e análise crítica de uma ampla gama de estudos sobre um tema específico. Dessa forma, apresenta-se nesse artigo, contextualização histórica sobre os legados e a interface com o turismo, e um panorama de estudos que tratam de modelos teóricos na literatura, nomeadamente: Turismo de eventos; Lazer Sério; Lazer Esportivo; Turismo Esportivo; Turismo Futebolístico; Turismo de Estádios e finalmente a teoria de Turismo em estádios, corroborando ao objetivo específico sobre conceituação e apresentação do papel desses estádios para além de partidas de futebol. O artigo em desenvolvimento, parceria com Ricardo Uvinha.

Artigo V

O quinto artigo objetivou analisar a experiência de visitação em tours temáticos em estádios de futebol, conforme a literatura atualmente conceitua o turismo em estádios de futebol – sob esta única variável. Para tal, usufrui do Modelo de Avaliação Multidimensional (MAM), criado por Bezerra et al. (2019), nesse artigo, propõe a criação de outras três categorias de análise a esse modelo, correlacionados ao objetivo geral e específicos da presente tese, a saber: O uso do estádio a outras modalidades e eventos; Integração ao turismo local; Relevância e difusão do estádio como patrimônio-cultural. O estudo avaliou por meio do MAM, 14 estádios de futebol que apresentavam tour temático e museus integrados a experiência turística, em cinco cidades da América Latina: Brasil: São Paulo, Santos, Rio de Janeiro, Belo Horizonte; Uruguai: Montevideo e Argentina: Buenos Aires. É importante ressaltar que este artigo surge concomitantemente ao resumo expandido submetido ao 13º Congresso

Brasileiro de Gestão do Esporte em parceria de Jonathan Oliveira e Felipe Tobar. O despertar na indagação teórica decorre da dissertação de Oliveira (2021), no qual se propôs outras categorias de análise, com limitações apenas a estádios de futebol como espaços temáticos. Destaca-se ainda, que a visita a tours temáticos já acompanha o presente pesquisador, com publicação do artigo na revista TurYDes “Animação Turística em estádios europeus de futebol: Possibilidades de uso dos legados de megaeventos esportivos” (2016).

Resumo VI

O sexto trabalho tem por objetivo investigar e analisar os perfis e motivações dos praticantes de turismo em estádios de futebol, focado na experiência *in loco* na cidade de Córdoba (Argentina) para final da Copa Sul-americana de Futebol (2022). Este trabalho apresentado de maneira prévia, corrobora ao objetivo específico de ofertar dados significativos acerca dessa demanda turística. Com aplicação de questionários, predomina-se o evento em si como principal fator motivacional a visita ao estádio, entretanto, aponta-se questões de consumo correlacionado ao turismo que deve servir de subsídios, em especial, para cidades que possuem arenas esportivas nomeadamente legados de megaeventos esportivos, aponta-se ainda, a compreensão dos estádios de futebol como possíveis atrativos turísticos e um espaço de patrimônio histórico-cultural, proveniente da educação não-formal. Importante salientar que o artigo não está apresentado de maneira completa devido a necessidade de publicação prévia do artigo teórico acerca do turismo em estádios de futebol (artigo IV), dessa forma, poderá ter alterações nos resultados obtidos e na correlação com o arcabouço teórico existente, a análise posterior por meio de softwares de análise quali-quantitativo ofertará resultados mais contundentes para consolidação teórico-prática da área. Artigo em desenvolvimento com parceria de Ricardo Uvinha.

Artigo VII

O sétimo artigo de cunho descritivo e exploratório sobre as experiências vividas *in loco*, bem como resultantes da busca em documentos que apontam os diferentes usos dos estádios, para além da modalidade esportiva futebol. O artigo corrobora ao objetivo geral e ao objetivo específico de ofertar alternativas sob ótica do

setor de turismo, eventos, entretenimento e atividades turísticas desses estádios. As diferentes ações e atividades desenvolvidas em alguns estádios de futebol, surgem como possibilidade para uso de outros equipamentos esportivos, se comportar a infraestrutura necessária e a capacidade da atividade. Este artigo surge como apontamentos empíricos de diferentes realidades, mas que possam auxiliar no desenvolvimento teórico da área e da prática das atividades turísticas/de lazer nesses espaços. Artigo em desenvolvimento com Ricardo Uvinha.

Artigo VIII

O último artigo objetivou compreender o estádio de futebol como patrimônio cultural e atrativo temático, analisando os relatórios de visitação, perfil e motivações do Museu do Futebol no estádio do Pacaembu (SP). Este artigo foi publicado na Revista Museologia e Patrimônio vinculado ao Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio da UNIRIO em abril de 2021, com parceria do prof. Ricardo Uvinha. Este artigo correlaciona ao objetivo geral, bem como ao objetivo específico de desenvolver, fomentar e difundir o turismo em estádios, além ofertar dados significativos para o conceito proposto. Dentre os resultados encontrados, aponta-se os estádios de futebol como atrativos turísticos e suas possibilidades na questão educacional, do histórico-cultural e criação de políticas públicas que fomentem o uso educativo e o papel social dos estádios, conforme objetivos específicos. Ressalta-se ainda, que na versão desta tese, foram realizadas alterações de ordem de título, devido as necessidades da revista, em contraponto, as necessidades de fazer sentido lógico de apresentação e organização.

4.1. Megaeventos Esportivos no Brasil e o Plano Nacional de Turismo 2013-2016: Análise quanto às metas de expansão turística

Resumo: O Plano Nacional de Turismo (PNT) apresentou-se como documento orientador estratégico para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, sendo que sua versão 2013-2016 enfatizava a importância do país em sediar os mais importantes megaeventos esportivos. O artigo analisou a exequibilidade das propostas e das metas voltadas para o planejamento dos megaeventos Copa do Mundo FIFA 2014 e as Olimpíadas de Verão 2016. Como procedimentos metodológicos, optou-se pela pesquisa bibliográfica e exploratório-descritiva, utilizando como técnica a análise de conteúdo. A análise documental foi realizada por meio de informações oriundas dos órgãos responsáveis, como o Ministério do Turismo. Os resultados mostraram que, além de as três metas principais estabelecidas pelo PNT em função dos megaeventos não terem sido cumpridas, há ausência de informações governamentais e institucionais, bem como a falta de uma clara via de contato com os responsáveis pela sistematização de dados. Apesar de bem-sucedidos na organização, é possível concluir entre outros que os megaeventos esportivos não confirmaram a expectativa de que seriam a grande oportunidade de expansão dos indicadores turísticos do Brasil.

Palavras-Chave: Plano Nacional de Turismo; Megaeventos Esportivos; Políticas Públicas de Turismo.

Abstract: *The National Tourism Plan is presented as a strategic plan for the development of tourism in Brazil, through the recent actions of Brazil. The PNT 2013-2016 emphasized the importance of hosting sport mega events in this country. The article examined whether the goals and proposals aimed at the planning of the mega-event World Cup 2014 and Summer Olympic Games 2016 have been achieved to date. As methodological procedures, we opted for the bibliographical research, evaluative and descriptive exploratory approaches, using as technique the content analysis. The documentary analysis was carried out through information from the responsible bodies, such as the Ministry of Tourism. The results showed that the three goals analyzed did not reach the results established by the PNT. Furthermore, there is no governmental and institutional information, as well as there is lack of a clear way of contact with the responsible for data systematization. Although successful in the organization, sports mega events did not confirm the expectation that they would be the great opportunity of expansion of the tourist indicators of Brazil.*

Keywords: *Brazilian Tourism Plan; Sports Mega events; Public Policies in Tourism.*

INTRODUÇÃO

Uma das razões de o Brasil sediar os megaeventos esportivos na atual década foi a projeção internacional, de acordo com o Ministério do Turismo e Comitês Organizadores. Vale ressaltar que o Brasil sediou os Jogos Pan-Americanos e Parapan-Americanos em 2007; os Jogos Militares, em 2011; a Copa das Confederações, em 2013; a Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014; os Jogos Olímpicos e os Jogos Paralímpicos de Verão, ambos em 2016.

A condição do país como sede dos megaeventos esportivos instiga questões sobre as exigências das instituições organizadoras dos eventos, não somente em relação à

área esportiva, mas também, em relação a aspectos como: situação sociocultural, infraestrutura, capacidade organizacional e estabilidade econômica. Os questionamentos pré-evento referem-se a justificativas das realizações, como geração de empregos, consumo, arrecadação de impostos e visibilidade internacional. As perspectivas pós-evento referem-se a legados e impactos dessas realizações para o país, principalmente na atividade turística. O sucesso e os legados dos megaeventos dependem de planejamento, de organização e de gestão eficazes e competentes.

Macrury (2008) conceitua o *momentum legado* como a capacidade da cidade e da economia regional continuarem avançando no seu desenvolvimento, imediatamente após a realização do megaevento, em razão da integração de esforços para o processo de transformação de suas fraquezas em vantagens e benefícios.

Já Rodrigues (2013) argumenta que os legados dependem de políticas públicas, no sentido mais amplo: financiamento e gestão, motivados pelos megaeventos, considerando o macroplano de desenvolvimento da cidade-sede, do estado e do país. As políticas públicas são a base da qualificação dos projetos e dos planos de ações, em processo cíclico, e fundamentam-se na história local, nos valores, nas identidades, nas manifestações culturais e nas trajetórias econômicas. Os megaeventos esportivos contribuem para que o país-sede avance nas políticas e nos projetos de desenvolvimento socioeconômico da sua população e de hospitalidade para os turistas.

Essas conquistas dependem da qualificação da própria política pública de turismo, que deve embasar os projetos e os planos de ações. Somente com qualificação e embasamento adequados, os megaeventos contribuirão para o desenvolvimento socioeconômico e para a melhoria da hospitalidade aos turistas pelo país-sede.

Nesse sentido, analisa-se o Plano Nacional de Turismo (PNT) 2013-2016, documento que consolidou a política nacional da área e apresentou as orientações estratégicas para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil. O PNT apresenta o processo de planejamento de um conjunto de ações, com o objetivo de desenvolvimento do turismo no país, por meio de esforços integrados das iniciativas pública e privada e do terceiro setor, coordenados pelo Ministério do Turismo.

O PNT 2013-2016 destaca a importância e a oportunidade de o Brasil sediar esses megaeventos, em razão das medidas e das ações estratégicas a serem cumpridas pelo país (Brasil, 2013, p.45). Questiona-se, porém, se as medidas foram efetivamente implementadas e se as metas estabelecidas pelo governo foram cumpridas.

Uma das abordagens para fundamentar essa discussão é a de Faria (2007), que discorre sobre a avaliação de políticas públicas: a) são atividades que obtêm, combinam e comparam dados de desempenho com um conjunto de metas; b) respondem às questões sobre a efetividade e a eficácia dos programas com a finalidade de julgar e informar; e c) detectam falhas em aferir méritos dos programas, durante a sua elaboração, para permitir correções ou confirmação de rumos.

O objetivo do presente artigo foi o de analisar a execução das metas estabelecidas pelo Ministério do Turismo no PNT 2013-2016 no tocante à expectativa para a realização dos megaeventos esportivos Copa do Mundo FIFA 2014 e Olimpíada 2016 e Paralimpíada de Verão Rio 2016, no Brasil. O objetivo específico foi o de verificar se houve alterações em itens como os aumentos previstos de chegada de turistas estrangeiros, de viagens domésticas, de ocupações formais no setor de turismo e de número de eventos realizados no Brasil.

AS POLÍTICAS PÚBLICAS DE TURISMO E O PNT 2013-2016

No Plano Nacional de Turismo (PNT) destacam-se o seu histórico e seus principais objetivos e metas, estabelecidos para o período 2013-2016. De acordo com Vieira (2007, p.75), “[...] políticas são caminhos a percorrer para se alcançarem os fins desejados. São expressas em uma declaração (que pode ser escrita) de objetivos genéricos, que indicam o que é permitido ou esperado, como orientadoras para tomada de decisões. São o conjunto de linhas de ações concretas para resolver determinados problemas. Pode ser uma política orientadora (indicativa e normativa), ou uma política operacional (de curto prazo)”.

Assim, importante ressaltar que políticas públicas remetem a um conjunto de ações, que objetivem o controle social sobre bens, serviços e obras públicas, de modo que sejam desfrutados de maneira efetiva por toda a sociedade (Gastal; Moesch, 2007). As políticas públicas podem e devem ser definidas com base em áreas específicas de estudos, como o turismo.

Para os autores Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002, p.294), no contexto do turismo, a política pública define-se como: “[...] um conjunto de regulamentações, regras, diretrizes, diretivas, objetivos e estratégias de desenvolvimento e promoção que fornece uma estrutura, no qual são tomadas as decisões coletivas e individuais, que afetam diretamente o desenvolvimento turístico e as atividades diárias dentro de uma destinação”. Já para Cruz (2000, p.25), “[...] política pública de turismo pode ser entendida como um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território”.

A formulação teórica assume sentido prático, visando à aplicação do conceito na eficiente e efetiva gestão do turismo, conforme argumenta Beni (2007, p.77): “[...] uma política de turismo é a espinha dorsal do ‘formular’ (planejamento), do ‘pensar’ (plano), do ‘fazer’ (projetos e programas), do ‘executar’ (preservação, conservação, utilização), do ‘reprogramar’ (estratégia) e do ‘fomentar’ (investimentos e vendas) o desenvolvimento turístico de um país ou de uma região e seus produtos finais”.

Para os autores Lohmann e Panosso Netto (2008), políticas públicas de turismo são diretrizes dos governos federal, estadual, e municipal para o desenvolvimento turístico, mediante consulta aos representantes da atividade e da sociedade. Essa definição, porém, nem sempre é aplicada na prática para o desenvolvimento do turismo, podendo até ser considerada utópica. Solha (2006) discorre que as preocupações em estabelecer políticas no turismo somente aparecem quando a atividade adquire importância econômica, ou quando começa a causar transtornos. Antes disso, caracteriza-se pelo improvisado, com pouco ou nenhum controle de sua formulação e de sua implementação, obedecendo apenas às leis de mercado.

No caso das propostas do PNT 2013-2016, no que se refere à política pública de turismo vinculada às realizações dos megaeventos esportivos, questiona-se o envolvimento da sociedade, por meio das suas organizações representativas, ou, ao menos, da comunicação clara e transparente das propostas e do efetivo cumprimento dos objetivos e metas.

Para Alexandre (2003), o poder público pode desestimular a iniciativa privada do turismo ao criar instrumentos legais sem contemplar a essência da atividade turística. Em razão de o turismo ser campo novo, dinâmico, multissetorial e sistêmico, é preciso

que suas políticas públicas sejam constantemente avaliadas e reformuladas para facilitar a atuação da iniciativa privada.

Gastal e Moesch (2007, p.41) discutem que o turismo “[...] ainda estaria reduzido ao campo econômico, como parte de políticas setoriais, as quais não teriam clareza dos compromissos com a sociedade e dos impactos sobre a cultura e o meio ambiente. Em razão disso, é fundamental que as políticas públicas de turismo priorizem o planejamento da atividade”.

Ainda que sejam essencialmente vinculadas a metas econômicas de expansão, no sentido quantitativo, é fundamental que os gestores públicos publiquem e mantenham a comunicação interativa com os atores e as organizações representativas da atividade turística.

No âmbito acadêmico e empresarial, o processo de planejamento resulta em um plano definido como um documento, que contém descrição sobre a realidade estudada – situação atual. Posteriormente, a realidade é analisada, com base em fundamentos teóricos e em metodologias específicas (diagnósticos). Em seguida, são realizadas projeções e formuladas tendências de cenários (prognósticos) (BRAGA, 2007).

Os conhecimentos adquiridos nas instituições de ensino, especialmente nas universidades, e os estudos decorrentes de pesquisas devem ser rigorosamente aplicados na formulação das políticas públicas de turismo e na implementação de seus objetivos e metas.

O planejamento é a formulação de propostas, que indicam os rumos a serem seguidos para ampliar oportunidades e minimizar riscos, com base nas diretrizes de ações das políticas públicas. Para Vieira (2007, p.240), “[...] plano é o documento que descreve a sequência de medidas para se alcançar os objetivos. O plano articula os objetivos, as metas, as políticas, as decisões e as ações necessárias para implementar todo o processo. É o instrumento ou documento de consagração e de divulgação das intenções e das regras”.

É importante salientar, conforme Miglioli (1982) e Lopes, Tinoco e Souza (2011), que pode haver dificuldades de definições e de classificações, com a confusão recorrente de terminologias semelhantes, como por exemplo: planejamento, projeto e desenvolvimento, utilizando-as como sinônimos. O entendimento claro desses

conceitos é requisito fundamental para a consistência das políticas públicas de turismo, que devem se traduzir em objetivos viáveis e em metas exequíveis.

O plano de turismo, como resultado do processo de planejamento em âmbito nacional, refere-se ao estudo turístico geral de um país. Para Braga (2007), o plano reúne diversos programas de turismo que contemplam as ações da atividade em todo o território nacional, pressupondo trabalho de um ministério em articulação com diversos outros órgãos em similar nível, dos quais depende o êxito das propostas. No nosso entendimento o Plano Nacional de Turismo - PNT representa um significativo exemplo neste segmento. No que se refere às classificações, Braga (2007) e Vieira (2007) propõem que os planos turísticos podem ser de acordo com os critérios: geográfico (local, regional, nacional, internacional); temporal (curto, médio e longo prazo) e setorial (público e privado).

Com a criação do Ministério do Turismo, no ano de 2003, foi implementado o “Plano Nacional do Turismo – Diretrizes, Metas e Programas”, que estabeleceu os rumos para o desenvolvimento da atividade turística no Brasil para o período 2003-2007. Diversos estudos abordam o seu processo histórico, até a versão 2013-2016 (Sansolo, Cruz, 2003; Noia, Vieira Jr e Kushano, 2007; Rocha e Almeida, 2008; Kanitz, Trigueiro, Araújo, 2010; Matias e Costa, 2010; Biz, Santos, Bettoni, Thomas, 2016). Nesta conjuntura, entendemos ser importante avançar na produção e na publicação de estudos sobre a política pública de turismo do Brasil, como é o caso deste artigo.

O PNT 2013-2016 foi elaborado de acordo com as orientações do governo federal e alinhado ao Plano Plurianual 2012-2015. Define as contribuições do turismo para o desenvolvimento socioeconômico, a erradicação da pobreza e destaca, no âmbito da gestão, as diretrizes que devem nortear o turismo brasileiro, como o diálogo e a participação da sociedade; a geração de empreendedorismo e de oportunidades de emprego; o incentivo à inovação e ao conhecimento; e a regionalização, como abordagem territorial e institucional para o planejamento (Brasil, 2013).

Com a meta pretensiosa de colocar o Brasil entre as três maiores economias turísticas do mundo até o ano de 2022, foram estabelecidos quatro grandes objetivos, além da definição de ações com base em cenários e proposições, indicadores, metas e ações específicas para alcançar o objetivo principal (Brasil, 2013, p.64). No quadro 5, apresentam-se os objetivos e as metas estabelecidas pelo PNT 2013-2016.

Quadro 5 - Objetivos estratégicos e metas do PNT 2013-2016

Objetivos Estratégicos do PNT 2013-2016	Metas estabelecidas do PNT 2013-2016
1: Preparar o turismo brasileiro para os megaeventos	1: Aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros ao país
2: Incrementar a geração de divisas e a chegada de turistas estrangeiros	2: Aumentar para US\$10,8 bilhões a receita com o turismo internacional até 2016
3: Incentivar o brasileiro a viajar pelo Brasil	3: Aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas realizadas até 2016
4: Melhorar a qualidade e aumentar a competitividade do turismo brasileiro	4: Elevar para 70 pontos o Índice Médio de Competitividade turística nacional até 2016
	5: Aumentar para 3,6 milhões as ocupações formais no setor de turismo até 2016

Fonte: Autor (2023, adaptado de Brasil, 2013)

MÉTODO

Para a pesquisa, de natureza bibliográfica e exploratório-descritiva, aplicou-se a técnica de análise de conteúdo para a análise documental (Dencker, 1998; Veal, 2011). Para Bardin (2011, p.74), a análise de conteúdo constitui-se de várias técnicas e tem a finalidade de descrever informações no processo de comunicação, seja por meio de falas ou de textos. Dessa forma, a técnica é composta por procedimentos sistemáticos, que proporcionam o levantamento de indicadores (quantitativos ou não) e a realização de inferências. A análise documental foi realizada no período de agosto de 2016 a março de 2018, para obtenção de dados secundários, disponíveis nos *sites* das organizações responsáveis pelos megaeventos esportivos aqui referenciados.

Para Oliveira (2008, p.571), a análise de conteúdo instrumentaliza e classifica o material em diferentes categorias, ou unidades de registro, que é a segmentação ou o recorte do texto. Essa unidade pode ser uma palavra, uma frase ou um parágrafo. Dessa forma, o recorte do documento oficial do Plano Nacional de Turismo foi com base em “megaeventos”, categoria, ou unidade de análise abrangente e central deste estudo.

Em relação também ao texto do PNT 2013-2016, as unidades de análise específicas foram as metas 1, 3 e 5, conforme destacadas no quadro 1 da fundamentação teórica: a) 1 - aumentar para 7,9 milhões a chegada de turistas estrangeiros ao país; b) 3 -

aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas realizadas até 2016; c) 5 - aumentar para 3,6 milhões as ocupações formais no setor de turismo até 2016.

Além destas, a análise do aumento do número de eventos realizados no país foi em razão da previsão do Ministério do Turismo, de que a classificação internacional do Brasil avançaria nesse segmento. Essas categorias analíticas, ou unidades de análise, constituíram o roteiro de coleta de dados, que se desdobrou por meio das interligações e direcionamentos dos relatórios para outras fontes, ou que indicaram a necessidade de buscar fontes, cujos dados confirmassem ou negassem as estimativas.

Do Ministério do Turismo, além do Plano Nacional de Turismo - PNT 2013-2016 (especialmente, o capítulo sobre a importância dos megaeventos esportivos no Brasil), foram consultados: o Anuário Estatístico de Turismo (2017), a Proposta Estratégica de Organização Turística Copa do Mundo 2014; o Monitoramento do Plano Nacional de Turismo; o boletim Dados e Fatos; e o dossiê Ações e Programas.

Em razão de o PNT 2013-2016 apresentar indicadores da *International Congress and Convention Association* – ICCA para justificar a expansão do país como sede como sede de eventos internacionais, verificou-se como essa associação analisou a confirmação dessa tendência em função dos megaeventos esportivos. Os dados foram retirados dos relatórios: “Country and City Rankings Report”; “The International Association Meetings Market 2014 - ICCA Statistic Report 2014” e “The International Association Meetings Market 2016 - ICCA Statistic Report – Public”. Menciona-se a entrevista da presidente da Associação Brasileira de Empresas de Eventos (ABEOC), na matéria “Brasil cai para 15ª posição no ranking ICCA de eventos internacionais”, publicada em 10 de maio de 2017, pois representa a visão de crítica das lideranças do segmento.

Para analisar as projeções dos números de turistas internacionais, consultou-se também um estudo pela empresa de consultoria Ernest & Young (2010), realizado em parceria com a Fundação Getúlio Vargas. Em relação às viagens domésticas, o *site* da Associação Brasileira de Empresas Aéreas (ABEAR) foi o mais indicado a nosso ver, pois a entidade publica relatórios frequentes sobre a atividade. Os dados foram extraídos das publicações: “Demanda por Voos Domésticos Cresce em 2015” e “Dados e Fatos - Demanda por Voos Domésticos Volta ao Patamar de 2013”.

Para cotejar as estatísticas e questionar as estimativas do Ministério do Turismo, respaldadas em indicadores do Instituto de Pesquisas Econômicas Aplicadas (IPEA) sobre as ocupações formais no setor, os dados foram extraídos de duas diferentes bases: a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS) e o Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED). Houve tentativas de acesso a *sites* específicos, como o da Copa 2014 e do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) Copa 2014. Em março de 2018, porém, esses *sites* não estavam mais disponíveis.

O tópico “Indicadores de Transparência” foi apresentado ao final dos resultados da pesquisa, em razão de notícias frequentes na imprensa sobre o não cumprimento das ações estratégicas e a não conclusão das obras públicas nas cidades-sede dos megaeventos. Para extrair os dados, a fonte foi o *site* do projeto Jogos Limpos, do Instituto Ethos. Parte do conteúdo do *site*, porém, já não estava disponível em outubro de 2017. O exemplo destacado de publicação na imprensa foi a matéria “Retrospectiva: Copa Não Causou Caos, Mas Deixou Herança Pequena”, do portal Folha Uol, pois contribui objetivamente para inferências sobre os resultados do estudo e para sugerir novas pesquisas.

ANÁLISE DOS RESULTADOS

No texto do PNT 2013-2016, as primeiras menções aos megaeventos esportivos estão nas mensagens, apresentações ou discursos do então Ministro do Turismo do Brasil e do Secretário Nacional de Políticas de Turismo. De forma sucinta, para esses gestores, os megaeventos são estratégias de destaque e de projeção do turismo brasileiro no cenário mundial.

O PNT 2013-2016 dedica um capítulo à importância dos megaeventos esportivos no Brasil. A justificativa do objetivo de “[...] preparar o turismo brasileiro para os megaeventos” são os benefícios que os megaeventos podem proporcionar ao país, bem como as oportunidades de legados na infraestrutura em razão do turismo. O plano discute a função da esfera pública na realização dessas exigências e as competências dos órgãos responsáveis pela execução e fiscalização dessas ações. Apresenta demandas de modernização da rede hoteleira, disponibilizando fontes de financiamento. Quanto aos Centros de Atendimento ao Turista (CAT), enfatizam-se:

sinalização turística, acessibilidade, mobilidade, e menciona-se a criação do Pronatec Copa [1].

Em tal documento, abordam-se aspectos do setor turístico do Brasil, sua importância econômica em geração de empregos e em impactos nas melhorias dos indicadores sociais. A conjuntura internacional favorável é uma das justificativas, pois as projeções do PIB mundial e a recuperação dos países da Zona do Euro poderiam impactar positivamente a Copa do Mundo, no que tange aos fluxos de chegadas internacionais de turistas no mundo e ao seu ingresso no Brasil (Brasil, 2009).

Em linhas gerais, verifica-se que a formulação de políticas públicas foram “[...] caminhos a percorrer para se alcançarem os fins desejados” para a atividade turística nacional, conforme recomenda Vieira (2007). Os objetivos e metas do PNT 2013-2016 para os megaeventos esportivos foram indicativos orientadores da tomada de decisões na perspectiva de que, conforme Gastal e Moesch (2007), proporcionariam retornos e benefícios para a sociedade com os impactos positivos na área do turismo. Questiona-se, entretanto, se houve avanços na implementação das propostas pelo Ministério do Turismo, pois as políticas públicas devem ir além da formulação. De acordo com a recomendação de Beni (2007), sua finalidade é executar e reprogramar projetos e ações. Esse questionamento é apresentado nos tópicos a seguir.

Número de eventos e posição do país no ranking da ICCA

O PNT 2013-2016 ressalta a participação do país no mercado mundial, como importante destino de eventos internacionais, em razão da 7ª colocação no ranking da *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2011), com 304 realizações: “[...] essa posição de destaque no mercado de eventos deverá ser potencializada por conta da realização dos megaeventos esportivos que ocorrerão no país nos próximos anos” (Brasil, 2013, p.33).

Nos dados da ICCA (2015), referentes ao ano de 2014, mesmo com a realização da Copa do Mundo no Brasil a classificação do país apresentou queda para a 10ª posição no ranking mundial, com 291 eventos realizados. Na mais recente publicação da ICCA (2017), referente aos dados de 2016 após a realização dos Jogos Olímpicos de Verão, verificou-se a decaída do Brasil no ranking para a 15ª posição, com 244 eventos

[1] O Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – Pronatec será discutido a posterior no item qualificação profissional e serviços.

realizados no total. A cidade do Rio de Janeiro realizou 46 eventos, ficando na 56ª posição no ranking, sendo ultrapassada pela cidade de São Paulo, com 63 eventos e 38º lugar.

Quadro 6 -Eventos internacionais realizados no Brasil

Local \ Ano	2013	2014	2015	2016
Brasil	317	292	293	244
São Paulo - SP	70	66	78	63
Rio de Janeiro – RJ	79	64	65	46
Brasília – DF	9	16	11	19

Fonte: Autor (2023 adaptado de Brasil – Anuário Estatístico de Turismo (2017))

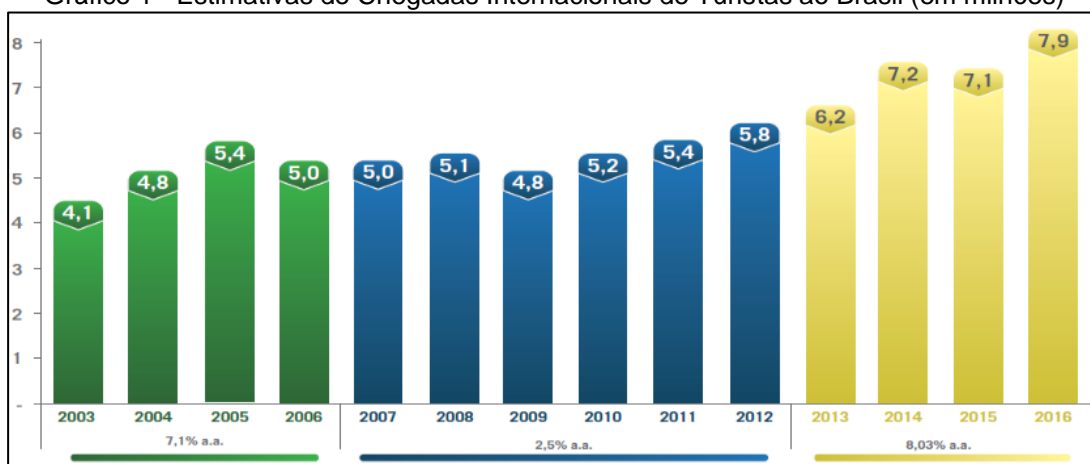
A justificativa para o não cumprimento dessa meta pode ser observada na entrevista de Ana Claudia Bitencourt, presidente da ABEOC, divulgada em seu próprio *site* (2017). Para ela, o resultado negativo deve-se ao fato de “[...] não haver recursos, verbas e nem apoio, chegando ao fundo do poço, com exaustivas reuniões para apresentação política, sem discutir nada e sem apresentar soluções para o setor”. Tal fato parece ter sido decisivo na diminuição da quantidade de eventos e, conseqüentemente, na queda de posições do país no ranking.

Esse primeiro indicador de retração, em vez de representar a prevista expansão do número de eventos internacionais e da posição do Brasil no ranking da ICCA, mostra que teria havido imprevisto na execução dos planos e das ações dos megaeventos esportivos. Ainda que as expectativas priorizassem os indicadores econômicos, entende-se que teria sido até mesmo utópico esperar que houvesse essa expansão por não terem sido executadas estratégias adequadas por meio de planos específicos e consistentes.

Número de turistas internacionais

Quanto ao fluxo turístico internacional para o país, resgata-se tal informação do documento: “[...] dados apontam que foram 5,8 milhões de chegadas ao Brasil em 2012, e que a perspectiva é de melhoria no médio prazo, aproveitando a visibilidade dos megaeventos esportivos realizados” (Brasil, 2013, p.31). O gráfico 1 representa as estimativas de crescimento gradativo do fluxo de turistas internacionais, de acordo com o PNT, justificadas por dois fatores: I) recuperação da economia dos países fronteiriços e II) realização dos megaeventos, projetando taxa média de 8,03% ao ano, até atingir os 7,9 milhões em 2016.

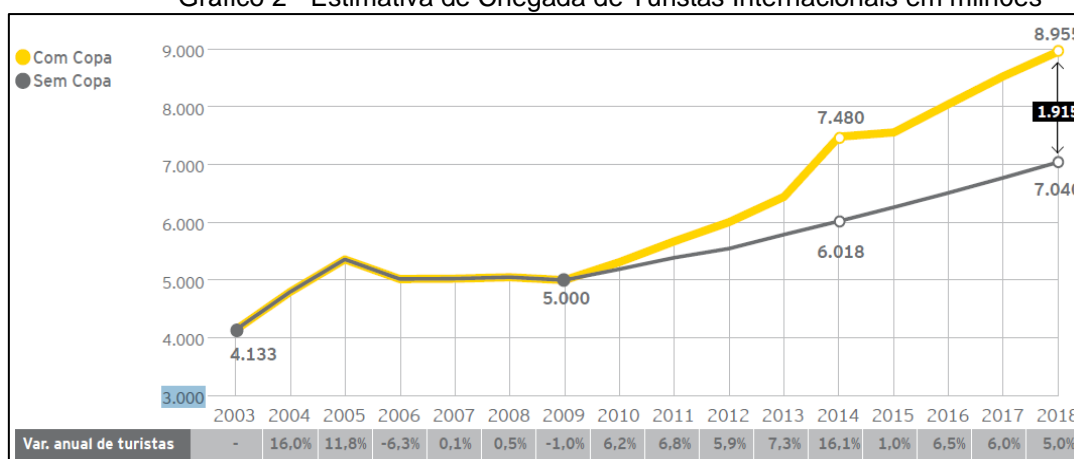
Gráfico 1 - Estimativas de Chegadas Internacionais de Turistas ao Brasil (em milhões)



Fonte: Brasil (2013, p.73)

Em estudo realizado pela Ernest & Young (2010), em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, estimou-se a chegada de turistas internacionais com análise no contexto da época de crescimento econômico das economias emergentes, principalmente os chamados BRICS [2] (Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul), associado aos investimentos em publicidade e informações relacionados à projeção da imagem do país por meio da Copa do Mundo FIFA 2014. As previsões eram também otimistas, comparando o crescimento com ou sem a realização de tal megaevento esportivo, conforme se mostra no gráfico 2 a seguir.

Gráfico 2 - Estimativa de Chegada de Turistas Internacionais em milhões



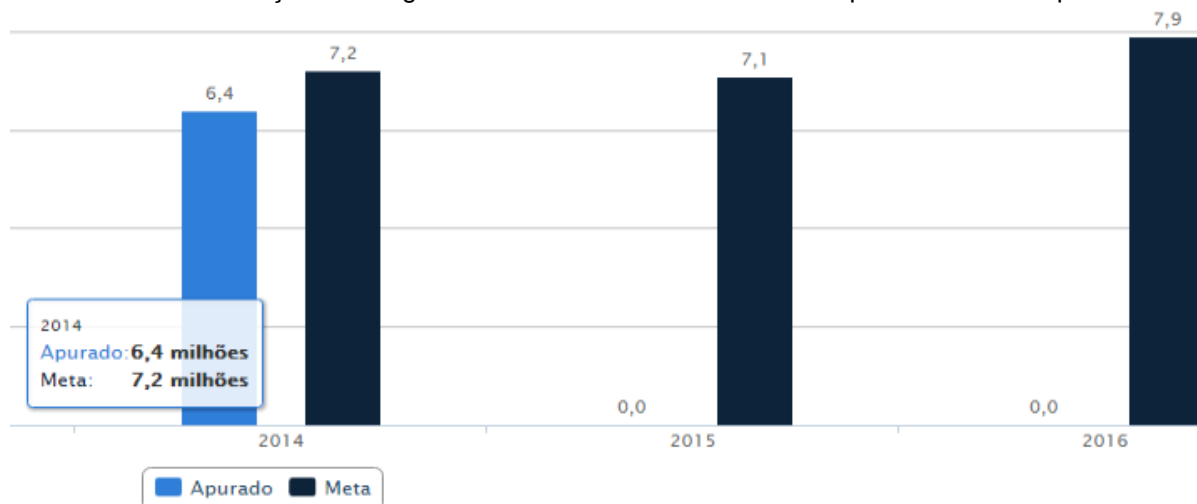
Fonte: Ernest & Young (2010)

Tanto as estimativas da iniciativa privada quanto dos órgãos públicos brasileiros não se concretizaram, conforme apurado no *site* de monitoramento do PNT (Brasil,

[2] Para melhor compreensão do termo utilizado, sugere-se leitura dos artigos de Almeida (2009), Oliveira et al. (2017 e Uvinha et al. (2018).

2017a). A meta de 7,2 milhões de visitantes não foi atingida. Somente 6,4 milhões de visitantes foram contabilizados (gráfico 3).

Gráfico 3 - Evolução da chegada de turistas internacionais – Comparativo Meta x Apurado.



Fonte: Brasil (2017a) – Monitoramento PNT

Ao analisar os dados obtidos pelo Anuário Estatístico de Turismo dos últimos três anos, com objetivo de delimitar as chegadas de turistas ao Brasil, percebe-se que comparativamente ao ano anterior houve um aumento de 10,61% no número de turistas durante o ano da realização da Copa do Mundo FIFA 2014 (especialmente argentinos e norte-americanos) e de 4,32% durante o ano de realização das Olimpíadas de Verão Rio 2016. O número absoluto, porém, foi abaixo da meta estabelecida para tais anos, justificando-se, portanto, o destaque.

Quadro 7 - Número de chegadas internacionais ao Brasil

	2013	2014		2015		2016	
Brasil	5.813.342	6.429.85	10,61%	6.305.838	- 1,93%	6.578.074	4,32%
África	94.832	128.252	35,24%	110.938	-13,50%	81.391	-26,63%
América Central e Caribe	52.520	61.968	17,99%	53.709	-13,33%	51.412	-4,28%
América do Norte	737.175	844.969	14,62%	734.450	-13,08%	735.062	0,08%
América do Sul	2.936.753	3.133.629	6,70%	3.420.349	+ 9,15%	3.732.722	9,13%
Ásia	300.998	332.585	10,49%	299.270	-10,02%	304.786	1,84%
Europa	1.636.569	1.847.834	12,91%	1.631.514	-11,71%	1.606.495	-1,53%
Oceania	54.281	80.447	48,20%	55.421	-31,11%	66.116	19,30%

Fonte: Autores, adaptado de Brasil (2017b) – Anuário Estatístico do Turismo

Também para analisar se os megaeventos esportivos atraíram maior número de turistas, apresenta-se no quadro 5 o número de visitantes mensais desde o ano de

2013 até o ano de 2016, notando-se que a Copa do Mundo de 2014, realizada entre os meses de junho e julho, fez com que o Brasil recebesse 1.736.645 visitantes internacionais. Tal cifra representa quase o triplo comparativamente aos mesmos meses do ano de 2013, ressaltando-se, porém, que esse aumento foi eventual e não se manteve ao longo do tempo.

Vale destacar que a expansão do número de turistas estrangeiros no Brasil é um dos maiores anseios dos gestores públicos e privados da atividade e um dos pontos mais questionados nas análises dos especialistas do campo socioeconômico do turismo nacional. A expectativa seria de que esse aumento proporcionaria significativos benefícios para a cadeia produtiva setorial, em função de ingresso de divisas, do aumento das taxas médias de ocupação dos serviços e da geração de emprego e renda. Os megaeventos esportivos foram considerados a estratégia absoluta e eficaz para essa conquista, pois a sua realização seria a garantia suficiente para a mudança conjuntural da atividade, com impactos sobre toda a economia nacional.

Contudo, os projetos e os planos de ações não foram rigorosos e adequadamente fundamentados em estudos de viabilidade. Com base nos referenciais teóricos de Solha (2006), Beni (2007), Gastal e Moesch (2007) e Braga (2007), defende-se aqui que não houve aplicação de conhecimentos estratégicos (planejamento, coordenação, organização, monitoramento e controle) nessa elaboração e, muito menos, na execução. Nem mesmo os diversos estudos sobre os planos anteriores de autores como Noia, Vieira e Kushano (2007); Kanitz, Trigueiro e Araújo (2010) e Matias e Costa (2010), teriam sido contemplados.

Aplica-se, também, a contribuição de Alexandre (2003) para questionar se, de fato, houve a criação de instrumentos para envolver a iniciativa privada na formulação, reformulação e reavaliação dos planos de ações e das metas para o turismo, estabelecidos pelas realizações dos megaeventos esportivos. O problema teria sido o superdimensionamento da meta de aumento do número de turistas internacionais e o imediatismo, com base em indicadores essencialmente quantitativos, sem enfatizar os retornos intangíveis ou os indicadores qualitativos, de animação cultural, de confraternização e de projeção da imagem positiva do turismo brasileiro pela imprensa mundial, para retornos econômicos em longo prazo.

Número de viagens domésticas

Em relação à Olimpíada Rio 2016 e às Paralimpíada Rio 2016, que se realizaram entre os meses de julho e agosto de 2016, houve um aumento pouco expressivo no número de visitantes internacionais. Conforme divulgação das agências promotoras, o evento recebeu um número significativo de turistas nacionais.

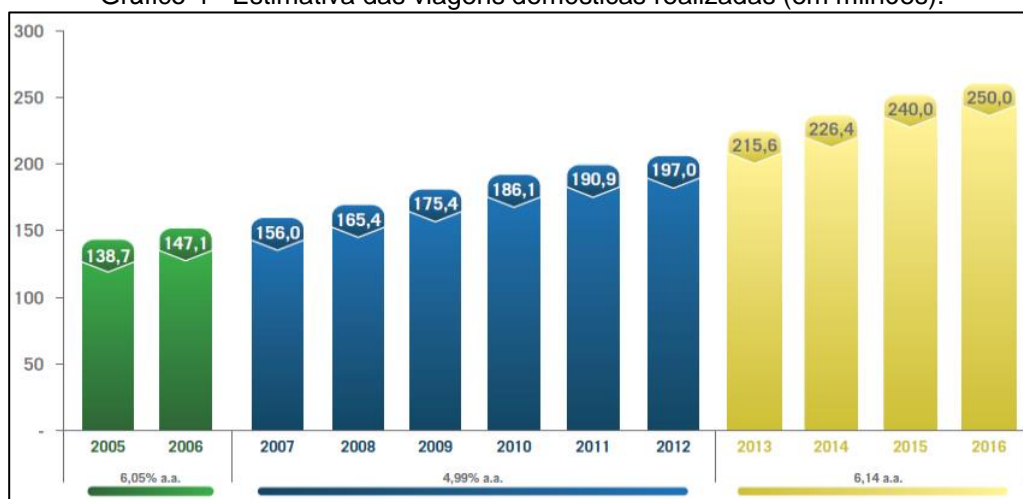
Quadro 8 - Número de chegadas internacionais ao Brasil por mês

ANO	Brasil	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho
2013	5.813.342	758.573	548.577	650.651	407.970	348.137	350.025
2014	6.429.852	580.615	535.096	329.779	389.943	349.819	1.018.876
2015	6.305.838	915.056	719.513	619.939	414.084	372.818	350.156
2016	6.578.074	1.086.555	810.566	627.388	399.583	347.066	358.771
ANO	Brasil	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
2013	5.813.342	534.130	407.349	286.228	455.918	479.527	586.257
2014	6.429.852	717.769	401.094	373.555	414.408	586.257	851.783
2015	6.305.838	454.624	366.330	243.336	491.491	573.959	784.562
2016	6.578.074	477.666	542.947	422.271	441.837	453.887	609.537

Fonte: Autores, adaptado de Brasil (2017b) – Anuário Estatístico do Turismo

No PNT, a justificativa para a pretensão da meta 3 (aumentar para 250 milhões o número de viagens domésticas realizadas até 2016) é caracterizada pelo avanço da infraestrutura turística (mesmo que de maneira não delimitada pelo estudo) decorrente, principalmente, dos megaeventos esportivos, aliados à equanimidade distributiva e à gestão descentralizada. No gráfico 4, verifica-se a estimativa prevista para o número de viagens.

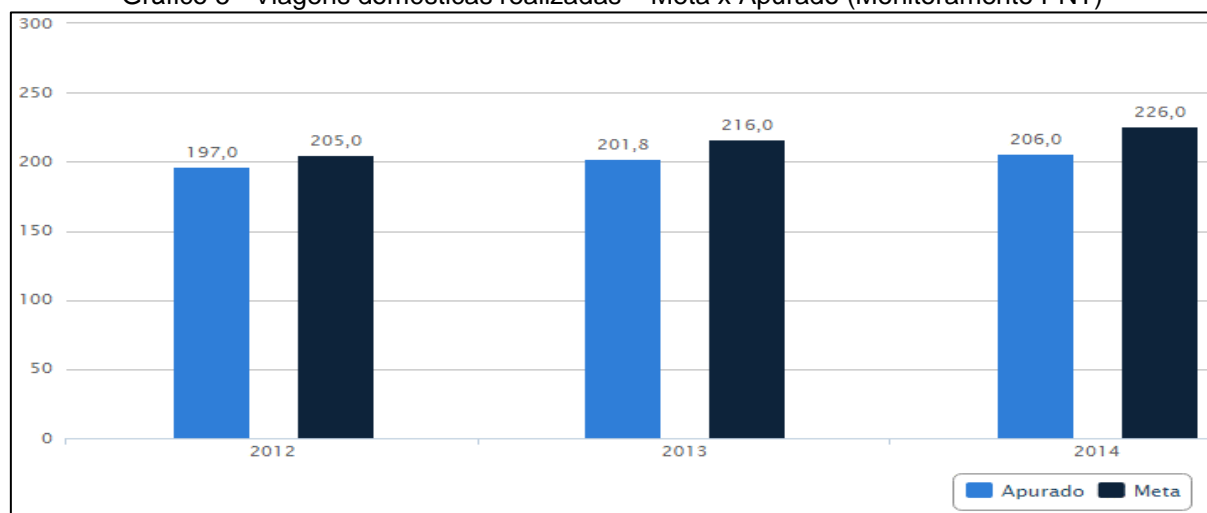
Gráfico 4 - Estimativa das viagens domésticas realizadas (em milhões).



Fonte: Brasil (2013, p. 75)

A meta de 250 milhões de viagens domésticas (Gráfico 5) não foi alcançada, apesar do aumento de 4,7% em relação ao ano anterior, conforme o monitoramento do PNT pelo próprio Ministério do Turismo. Estranha-se o fato de não haver atualizações disponíveis, dos últimos dados, para consulta. No *site* da Associação Brasileira de Empresas Aéreas – ABEAR, divulga-se mensalmente a porcentagem da demanda nacional, o que dificultou a compilação dos dados. Verifica-se que, no ano de 2015, o setor aéreo teve um crescimento de 0,8% [3] em relação ao ano anterior, o qual se manteve estagnado. Ao analisar os dados de 2016, o setor apresenta recuo de 5,47% [4] comparado a 2015, com sete milhões de passageiros a menos que em 2013.

Gráfico 5 - Viagens domésticas realizadas – Meta x Apurado (Monitoramento PNT)



Fonte: Brasil (2017a) – Monitoramento PNT.

Novamente, a meta não foi alcançada, pois mesmo com algum aumento, o número de viagens domésticas foi aquém do estimado. Uma das justificativas dos gestores para esse aumento é o avanço da infraestrutura (na área de transportes, especialmente, o aéreo), que seria um dos principais legados dos megaeventos. A expectativa é que se efetive o *momentum legado*, conforme definido por Macrury (2008), com a continuidade das ações para superação das fraquezas e conquistas de vantagens e benefícios.

Em um país de dimensões continentais, em que se esperava que os megaeventos esportivos gerassem benefícios para várias cidades-sede (ainda que os Jogos Olímpicos 2016 se concentrassem no Rio de Janeiro), torna-se ainda mais complexo executar metas sem o pleno engajamento das instâncias estaduais e municipais. Todo

[3] Dados disponíveis em: <http://www.agenciaabear.com.br/dados-e-fatos/demanda-por-voos-domesticos-cresce-08-em-2015/>

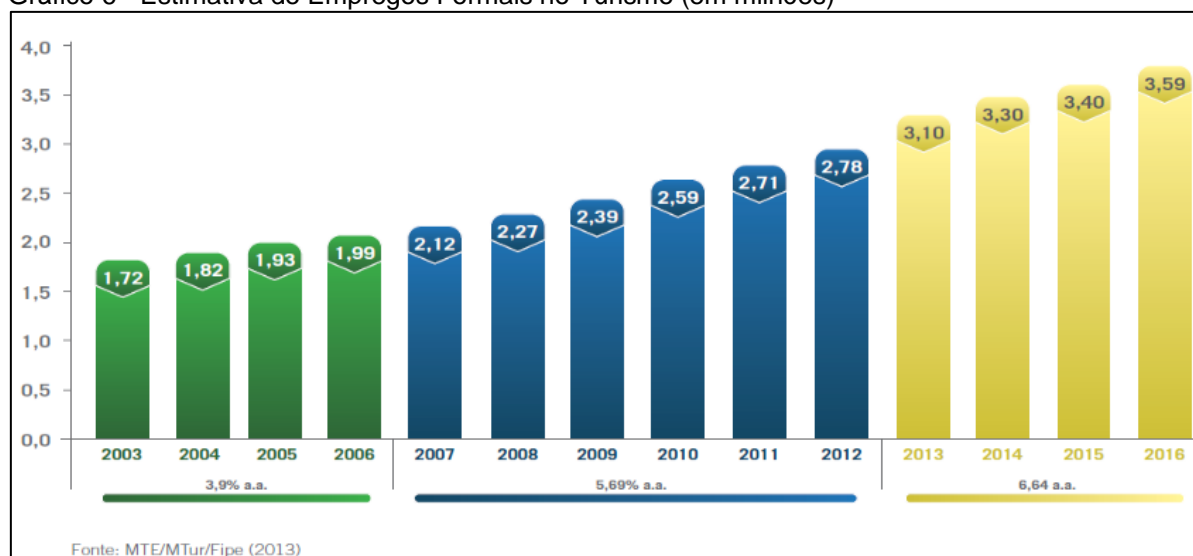
[4] Dados disponíveis em: <http://www.agenciaabear.com.br/dados-e-fatos/demanda-por-voos-domesticos-volta-ao-patamar-de-2013/>

o processo de planejamento, gestão e controle deve envolver os responsáveis pelas políticas públicas, que são a base da qualificação dos projetos e se fundamentam nas realidades socioeconômicas dos destinos turísticos, de acordo com as reflexões de Rodrigues (2013).

Ocupações formais até 2016

Referente à Meta 5 (aumentar para 3,6 milhões as ocupações formais no setor de turismo até 2016), previa-se que o desenvolvimento do turismo seria “[...]um dos maiores legados dos megaeventos com o impulso nas atividades econômicas, com aproximadamente 800 mil pessoas ocupadas até 2016, elevando a ocupação de 2,78 milhões para 3,59 milhões, com crescimento anual de 6,64%” (Brasil, 2013, p.77). A estimativa de empregos, em milhões, é apresentada no gráfico 6 a seguir.

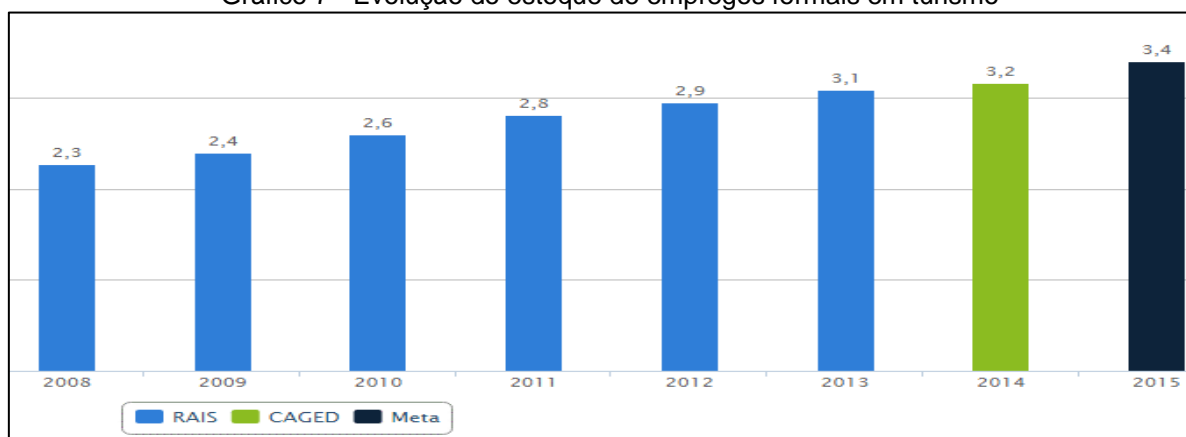
Gráfico 6 - Estimativa de Empregos Formais no Turismo (em milhões)



Fonte: Brasil (2013, p.77)

No *sítio* de monitoramento das metas estabelecidas pelo PNT, conforme o gráfico 7, apresentam-se dados extraídos de duas diferentes bases de dados (Relação Anual de Informações Sociais – RAIS e Cadastro Geral de Empregados e Desempregados – CAGED), que difere das bases de dados utilizadas no gráfico 6, presente no PNT (Ministério do Turismo e Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FIPE). Destaca-se que a falta de padronização nas bases dificultou a análise comparativa dos dados obtidos.

Gráfico 7 - Evolução do estoque de empregos formais em turismo



Fonte: Brasil (2017a) – Monitoramento PNT

O *site* do Ministério do Turismo, a base “Dados e Fatos – Estudos, Pesquisas e Dados” apresenta, no campo “emprego no turismo”, um direcionamento ao *site* IPEA. Neste, apresenta-se o Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor de Turismo – SIMT, que objetiva oferecer informações que subsidiem a formulação e avaliação das políticas públicas de turismo, possibilitando avaliar a importância socioeconômica do turismo no conjunto da economia. No documento, enfatiza-se ainda o acompanhamento da geração de postos de trabalho formais e informais, contribuindo para diagnósticos sobre o desempenho das chamadas Atividades Características do Turismo – ACTs.

A última atualização, referente à ocupação no turismo, pode ser extraída do *site* do IPEA [5]. Os dados, referentes a dezembro de 2015, informam que o número de empregos formais no turismo é de 1.038.582, e o de empregos informais é de 1.036.406, totalizando 2.074.988 de empregos no setor. Tal número é bem abaixo da meta estabelecida para o ano, de 3,4 milhões, conforme já destacado no gráfico 7.

Ressalta-se que, mesmo com a dificuldade de analisar os dados referentes ao turismo, bem como na não manutenção (atualização) do *site* de monitoramento das metas do PNT, encontraram-se dados referentes ao CAGED 2017 [6], que conclui que todos os setores econômicos do Brasil sofreram retração no ano de 2016. Comparativamente ao ano anterior, houve diminuição de 4,2% na geração de empregos, o que leva à conclusão de que o setor de turismo também sofreu retração, ficando muito aquém da meta estabelecida pelo PNT.

[5] Ver mais em: <http://extrator.ipea.gov.br/>

[6] Ver mais em: <http://pdet.mte.gov.br/caged>

Com esses indicadores de retração, aprofunda-se o questionamento sobre a qualidade das políticas públicas inferindo-se que, além de não terem sido adequadamente formuladas, também não foram elaborados projetos consistentes e executadas ações para desenvolver a atividade turística. Ao vincular os megaeventos esportivos a essa conquista, denota-se que as metas foram um tanto contraproducentes. Aplicando-se o referencial de Faria (2007), verifica-se que não houve profissionalismo em articular e comparar dados científicos com metas coerentes, viáveis e exequíveis, e não se analisaram programas estratégicos de ações que gerassem postos de trabalhos. Há dificuldades de definições conceituais, conforme observam Miglioli (1983) e Lopes, Tinoco e Souza (2011), o que, porém, não é justificativa para a falta de programas e projetos especializados, que envolvam equipes preparadas para a elaboração e a implementação e que façam projeções formulem-na formulação de tendências de cenários ou prognósticos, conforme orienta Braga (2007).

Qualificação profissional e serviços

No PNT 2013-2016, foram elencadas ações sobre a qualificação profissional para melhoria da qualidade dos serviços a serem ofertados aos turistas durante os megaeventos esportivos (Brasil, 2013, p.91): “[...] buscando elevar a competitividade do país como destino turístico, foi instituído, em parceria com o Ministério da Educação, um programa de qualificação profissional para o setor de turismo – Pronatec Turismo, com critérios e diretrizes que visam à melhoria da qualidade dos serviços a serem ofertados aos turistas nas cidades-sede da Copa do Mundo, entornos e destinos turísticos consolidados nacional e internacionalmente. Dividido em três linhas de ação: (I) Pronatec Copa na Empresa; (II) Pronatec Copa; (III) Pronatec Social”.

Com o objetivo de ofertar 240 mil vagas de cursos de qualificação profissional até o final da Copa do Mundo FIFA 2014, destaca-se que o *site* oficial do Ministério do Turismo sobre o evento [7] e o *site* institucional do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – Pronatec Copa[8] não estavam disponíveis para acompanhamento das informações. Por esse motivo, não foi possível identificar se

[7] O *site* <http://www.copa2014.turismo.gov.br/copa/home.html> não está disponível, tentativa de acesso em março de 2018.

[8] O *site* <http://www.pronateccopa.turismo.gov.br/>, não está com domínio disponível, tentativa de acesso em março de 2018.

houve criação e preenchimento das vagas e se os investimentos estipulados foram executados.

O Plano Nacional de Turismo 2013-2016 discorre também sobre os serviços considerados como estratégicos na geração de emprego e empreendedorismo e correlacionando-os com os megaeventos esportivos. As diretrizes em tal documento, porém, são elencadas de uma forma vaga: “[...] tendo em vista o desenvolvimento da atividade turística e os megaeventos programados, e, principalmente, o legado deixado por eles, o Plano Nacional de Turismo se compromete com ações que facilitem o acesso formal ao trabalho, a proteção à renda e o fomento ao empreendedorismo” (Brasil, 2013, p.53). Verifica-se que o PNT 2013-2016 é limitado na explicitação das ações nessas especialidades (empreendedorismo e empregos em serviços), pois não as identifica claramente e pontualmente e não esclarece os métodos para a sua execução.

Reiteram-se as aplicações de referenciais teóricos das análises críticas dos tópicos anteriores. Para este tópico, o referencial de Goeldner, Ritchie, McIntosh (2002, p.294) confirma as limitações das políticas públicas de turismo que não se constituem em estrutura fundamentada para decisões que proporcionem, objetivamente, o desenvolvimento turístico. As propostas do Pronatec Copa na Empresa, Pronatec Copa e Pronatec Social são importantes em sua essência, mas infere-se que houve falta de esclarecimento dos métodos, e que os responsáveis não realizaram os estudos de planejamento estratégico, ou não houve envolvimento de equipes preparadas para a sua viabilização e execução.

Os autores do referencial teórico, como Solha (2006), Faria (2007), Beni (2007), Gastal e Moesch (2007), Lohmann e Panosso Netto (2008) e Lopes, Tinoco e Souza (2011), convergem para o fato de que as políticas públicas de turismo devem desdobrar-se em programas e projetos, cuja eficiência, eficácia e efetividade fundamentam-se em organização e método. É contraditório que se proponham programas de formação profissional e de qualificação, sem que os próprios gestores mostrem formação e qualificação suficientes para a elaboração coerente e o cumprimento das metas.

Indicadores de transparência

No que se refere às ações a serem implementadas, ou apoiadas, pelo Ministério do Turismo em conjunto com outros setores, foi apresentado o detalhamento de cada ação estratégica, alinhado com os objetivos estratégicos. No PNT (Brasil, 2013), informou-se que somente em infraestrutura turística para as cidades-sede da Copa do Mundo FIFA 2014 seriam empenhados cerca de R\$ 212,5 milhões no ano de 2013, com projetos que se referiam aos Centros de Atendimento ao Turista – CAT, sinalização turística, acessibilidade e mobilidade, além de investimentos no Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego – Pronatec Copa. Analisar a infraestrutura turística de uma cidade-sede, em quaisquer dos subitens destacados, seria complexo e tema específico de um novo estudo, como por exemplo o realizado por Leite, Moura e Nóbrega (2013) na análise das ações da cidade de Natal/RN baseadas no PNT.

Mais especificamente, relacionado aos indicadores de transparência, no Projeto Jogos Limpos (2017), buscou-se um acordo com empresas e governo, oferecendo ferramenta de vigilância, monitoramento e controle sobre os investimentos destinados à Copa do Mundo 2014 e às Olimpíadas Rio 2016. Os indicadores possibilitam a avaliação da gestão pública, com foco no acesso à informação e à participação social nos processos decisórios, conforme o quadro 6 a seguir.

Quadro 9 – Índice de Transparência por Cidade

Cidade	Nota	Nível	Cidade	Nota	Nível
Brasília (DF)	77.26	Alta	São Paulo (SP)	38.15	Baixa
Porto Alegre (RS)	71.82	Alta	Recife (PE)	35.55	Baixa
Belo Horizonte (MG)	70.33	Alta	Manaus (AM)	25.18	Baixa
Rio de Janeiro (RJ)	50.37	Média	Fortaleza (CE)	23.80	Baixa
Cuiabá (MS)	49.08	Média	Salvador (BA)	19.49	Muito Baixa
Curitiba (PR)	45.84	Média	Natal (RN)	12.21	Muito Baixa

Fonte: Autor (2023, adaptado de Jogos Limpos, 2017)

É importante salientar que o Projeto jogos Limpos é uma iniciativa do Instituto Ethos, com objetivo de planejar, orientar e implementar ações, estabelecendo estratégias para alcançar o objetivo de estímulo a integridade, a transparência e o controle dos gastos. Parte do conteúdo do seu *site*, porém, não está acessível, e dados disponíveis no mês de maio de 2017, já não estavam disponíveis em outubro do mesmo ano, o

que indica que mesmo as estratégias de monitoramento que independem dos governos não foram bem-sucedidas.

Sugere-se a realização de estudo com objetivo de análise do cumprimento das ações e obras de infraestrutura para o turismo, em decorrência dos megaeventos esportivos, coadunando dados acadêmicos com informações veiculadas nas diversas mídias, como por exemplo, o levantamento realizado no portal Folha Uol (Izidoro, 2014) [9]. Das 167 iniciativas prometidas pelo governo federal, somente 88 foram entregues a tempo (junho de 2014), 45 ficaram incompletas, 23 postergadas para depois dos megaeventos e 11 abandonadas, ou seja, somente pouco mais da metade das obras foram entregues no tempo delimitado.

A falta de clareza e a sonegação dos indicadores de transparência é a representação mais evidente de que se frustrou o *momentum legado*, conceito destacado por Macrury (2008): o país desperdiça esforços, recursos operacionais, recursos humanos e recursos financeiros e não avança no desenvolvimento, principalmente no do turismo, proporcionalmente à sua potencialidade na área. Além da macropolítica pública do turismo ter sido improvisada, em função das realizações dos megaeventos esportivos (Copa 2014, Jogos Olímpicos 2016 e Jogos Paralímpicos 2016), torna-se inviável o monitoramento dos indicadores pela sociedade, premissa implícita e inerente aos planos de ações e aos projetos que deveriam consubstanciar as metas de desenvolvimento do turismo nacional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho evidencia, com base na análise de documentos e informações disponíveis, que as metas estabelecidas pelo Plano Nacional de Turismo 2013-2016 não foram alcançadas no que se refere às estimativas para os megaeventos esportivos, especificamente para a Copa do Mundo FIFA 2014, para a Olimpíada Rio 2016 e para a Paralimpíada Rio 2016. O PNT 2013-2016 representa a elaboração da política pública de turismo, mas as metas de expansão turística do país com as realizações dos megaeventos esportivos sugerem ter sido superestimadas.

Com a realização da Copa do Mundo FIFA 2014, houve um aumento dos indicadores de números de ingressos de turistas estrangeiros em relação a 2013. Ressalta-se,

[9] Ver mais: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/12/1567859-retrospectiva-2014-copa-nao-causou-caos-mas-deixou-heranca-pequena.shtml>

contudo, que os dados das metas de 2015 (1 - aumento na chegada de turistas estrangeiros; 3 - evolução das viagens domésticas; e 5 - aumento nas ocupações formais no setor de turismo) não foram divulgados pelo *site* de monitoramento do PNT 2013-2016 e nem em outras plataformas de organizações que auxiliam na sua compilação.

A ausência de publicações recentes, referentes ao Plano Nacional de Turismo 2013-2016, bem como a escassez de abordagens acadêmicas sobre o PRONATEC, poderia gerar, por si só, um novo estudo. Neste bojo, poderiam receber uma criteriosa análise os dados de indicadores de transparência nas obras de infraestrutura, que impactariam diretamente no setor de turismo.

Deve-se considerar que a falta de informações em *sites* oficiais inviabilizou o comparativo de dados do período pré-evento com o resultado final alcançado. Verifica-se, portanto, a ausência de informações governamentais e institucionais, bem como a falta de uma clara via de contato com responsáveis pela organização de tais dados. Considera-se, também, a não manutenção do *site* oficial de monitoramento de informações, já que os dados são bastante defasados. Por fim, espera-se que este estudo contribua para reflexões sobre a qualidade das políticas públicas de turismo do Brasil, em especial, nas discussões que envolvem o segmento do turismo esportivo.

4.2. Legacies and impacts of sports megaevents in Brazil: Sao Paulo as a host city for football matches.

Legados e impactos dos megaeventos esportivos no Brasil: São Paulo como cidade-sede de jogos de futebol.

Abstract (Welcome to the match)

Football is an integral part of Brazil's historical-cultural process, and tourism represents one of the segments deeply impacted by the occurrence of sport megaevents. The present study aims to present and critically reflect on the main legacies and impacts that these events brought to the Brazilian population, having as specific objectives: I) Notes on the legacies for the city of São Paulo; II) Information gathering, notes and suggestions in the planning and organization of future sociocultural, touristic and economic events for the local community based on the reality of Brazil. The article, presents a qualitative, descriptive and explanatory information, presents in a combined and triangulated way a bibliographic, documentary and content analysis with application of field research using different techniques: semi-structured interviews with managers, questionnaires to residents, interviews with local representatives, direct observation and participant in events held in the main stadium aligned with sport megaevents in the city of São Paulo: Neo Química Arena. Among the results, we indicate that while the planners of the host cities seek to maximize the positive legacies (local infrastructure, stadiums, localization image), the local residents present the impacts and negative legacies arising from the same sport megaevent (floods, gentrification, exclusion of the decision process, real estate speculation). Stadiums are considered the greatest tangible legacies of sport megaevents, although their construction and maintenance costs are questionable. The participation of local residents seems to be essential in the promotion, knowledge, appropriation, belonging, support and transparency in all phases of the mega-event planning.

Keywords: sports, tourism, megaevents, legacies and impacts, football, FIFA World Cup, São Paulo, Brazil

Resumo (Bem-vindo à partida)

O futebol é parte integrante do processo histórico-cultural do Brasil, e o turismo representa um dos segmentos profundamente impactados pela ocorrência de megaeventos esportivos. O presente estudo tem como objetivo apresentar e refletir criticamente sobre os principais legados e impactos que esses eventos trouxeram para a população brasileira, tendo como objetivos específicos: I) Observações sobre os legados para a cidade de São Paulo; II) Coleta de informações, notas e sugestões no planejamento e organização de futuros eventos socioculturais, turísticos e econômicos para a comunidade local com base na realidade do Brasil. O artigo apresenta informações qualitativas, descritivas e explicativas, apresentadas de maneira combinada e triangulada por meio de análise bibliográfica, documental e de conteúdo, com aplicação de pesquisa de campo utilizando diferentes técnicas: entrevistas semiestruturadas com gestores, questionários para residentes, entrevistas com representantes locais, observação direta e participação em eventos realizados no principal estádio alinhado com megaeventos esportivos na cidade de São Paulo: Neo Química Arena. Entre os resultados, indicamos que, embora os planejadores das cidades anfitriãs busquem maximizar os legados positivos (infraestrutura local,

estádios, imagem de localização), os residentes locais apresentam os impactos e legados negativos decorrentes do mesmo megaevento esportivo (inundações, gentrificação, exclusão do processo de decisão, especulação imobiliária). Os estádios são considerados os maiores legados tangíveis de megaeventos esportivos, embora seus custos de construção e manutenção sejam questionáveis. A participação dos residentes locais parece ser essencial na promoção, conhecimento, apropriação, pertencimento, apoio e transparência em todas as fases do planejamento do megaevento.

Palavras-chave: esportes, turismo, megaeventos, legados e impactos, futebol, Copa do Mundo da FIFA, São Paulo, Brasil

INTRODUCTION (Warm-up)

The legacy of mega sporting events has gained exponential importance in recent years, attracting high interest from academics, researchers and professionals in this sector (Preuss, 2019; Byers et al., 2020). In Brazil, the so-called sports “golden decade” (Uvinha, 2016, Romano and Uvinha, 2020) or “Sports Tsunami” (Silva, 2011) stood out strongly with the holding of the main sport megaevents between 2007 and 2016 (Pan American and Parapan American Games 2007, Military World Games 2011, Confederations Cup 2013, FIFA World Cup 2014, and Olympic and Paralympic Summer Games 2016).

Football is an integral part of the history and culture of Brazil (Paz, 2009; Scharf and Pacheco, 2018; Romano and Uvinha, 2020). In this scenario, it is possible to verify a broad literature about Brazil that consolidates the impacts and legacies of such events in different areas of knowledge (Coakley and Souza, 2013; Hall and Wise, 2019), among them, aspects regarding: social (Butler and Aicher, 2015; Ziakas, 2015, Taks and Claudio Rocha, 2022, Ribeiro et al., 2020, 2022a), economical (Barclay, 2009; Oliveira, 2011; Queiroz, 2020), (lacking) infrastructure (Santos Junior et al., 2015), territorial (Harvey, 2005; Preuss, 2007c; Brenner, 2014; Santos 2014), mobility (Cabral et al. 2021), urbanization (Brenner, 2014), geographical (Essex and Chalkley, 2004; Wise and Hall, 2017), political (Spera, 2016, Rocha, 2016), image (Ferreira et al., 2018, Tasci et al., 2019; Ferreira and Giraldi, 2020) and planning (Wright, 2018; Preuss, 2022).

Within these areas, the tourism sector (Auger, 2017) emerges as a possibility to take advantage of these legacies (Knott and Tinaz, 2022), through the structural transformations in the host city categorized as “hard” or “soft” (Preuss, 2007c). Based on these premises, the present study aims to present and reflect critically on the main legacies and impacts that these events brought to the Brazilian population, focusing

on the city of São Paulo, suppressing and diversifying studies on other eleven host cities and stadiums among them the city of Rio de Janeiro and the Maracanã stadium (Lohmann et al., 2015; Rocha, 2016; Gaffney, 2019; Hall and Wise, 2019; Wise, 2019; Yamawaki et al., 2020; Melo et al., 2020; Ribeiro et al., 2020, 2022a).

From the Brazilian reality, the present work aims to contribute with several suggestions to future events of mega sporting events, especially discuss the use of sports arenas in the perspectives of sports tourism (Weed, 2006, Cho et al., 2019, Bauer, 2019), self-sustainability (Gulaak-Lipka and Jagielski, 2020), motivations (Ferreira, Silva, 2017, Alsawafi, 2017) and uses of these spaces by and for the local community (Preuss, 2007c, Drula et al., 2018). For this reason, can reflect from the perspective of tourism, leisure, economy, politics and culture, whether or not there will be genuine support for the realization of these mega events in the host cities (Owen, 2005, Ziakas, 2015).

MATERIALS AND METHODS (Pep talk)

The qualitative, descriptive and exploratory article highlights the different perspectives of the subjects involved in the process of using the legacies of mega sporting events. Presented systematically through procedures of bibliographic and documentary analysis, field research, received combination and triangulation of different techniques: semi-structured interviews, application of questionnaires, direct observation and participant in events in sports arenas, content analysis, contributing to the studies of sports tourism from the perspective of leisure, tourism and entertainment.

Among the technical procedures used, it was divided into two moments: bibliographic and documentary analysis for the elaboration of the conceptual framework, definition of theoretical references and bibliographic survey. And the field research, for immersion and understanding of the activities developed in the stadiums through direct observation and participant in the events, as well as the activities carried out with the community leaders in two Housing Estates – (Cohab 1 and Cohab 2 Itaquera), around the Neo Química Arena stadium in Itaquera, São Paulo.

The research was systematized in field diaries, application of interviews, questionnaires and, later, discourse and content analysis (Meksenas, 2002; Schütler, 2003; Veal, 2011; Bardin, 2016). The research subjects were submitted to acceptance of the Free and Informed Consent Form, to safeguard and veracity of the information

collected. The result of data processing emerged from the integral transcriptions of the interviews, analysis through the processing of information obtained from the interviews and from the discussion about the possibilities and potentialities of the legacies of mega sporting events.

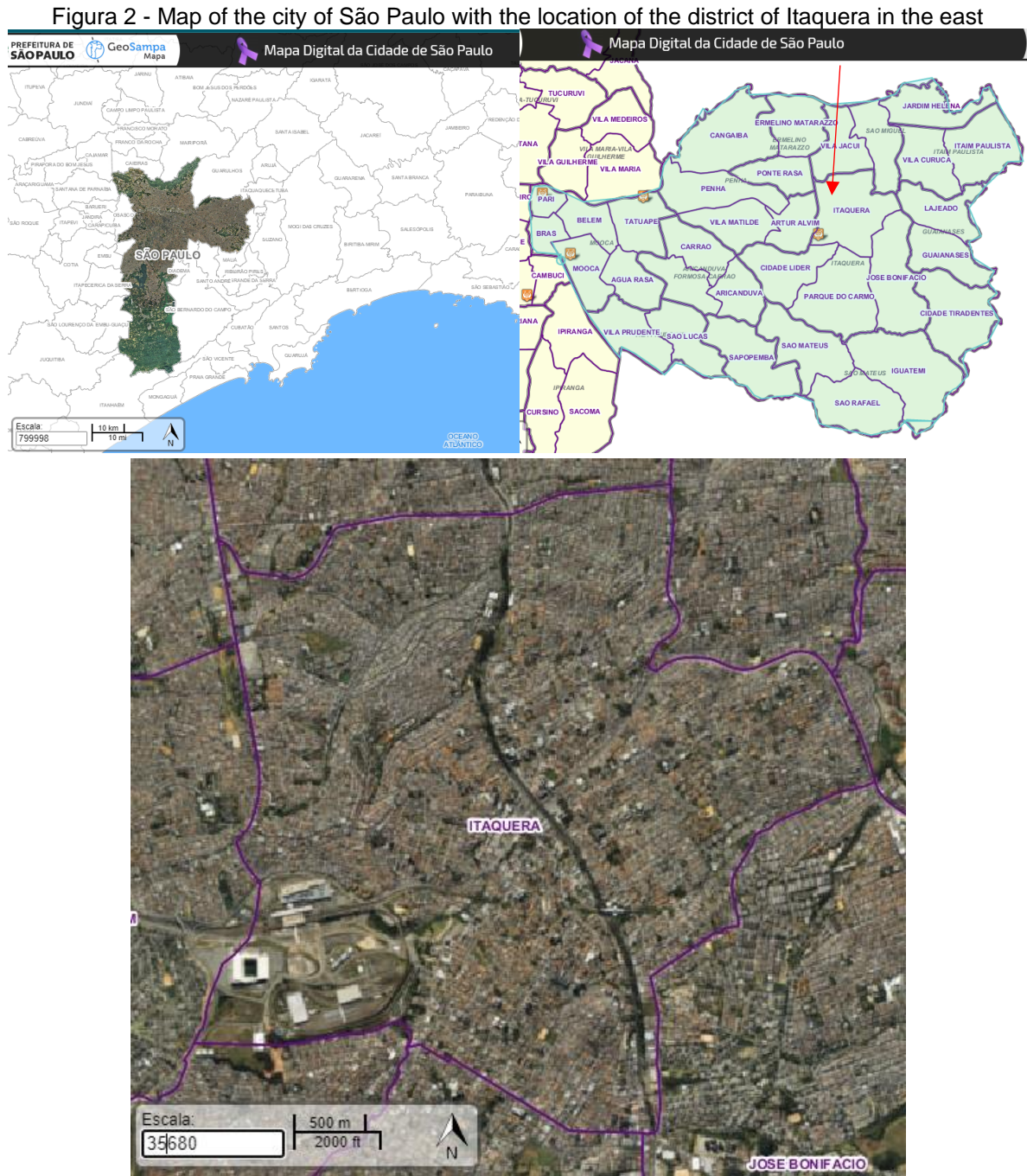
Application Site (Stadium Atmosphere)

Football is present in the culture of Brazil, this can be represented in the planning, construction or reform of the twelve sports arenas distributed among the macro-regions of the country (one stadium to the North; two to the South; two in the Midwest; three in the Southeast and four in the Northeast). Although the proposal of the article provides for the information gathering of the actions and activities developed in the sports arenas, the central focus of the study is on the Neo Química Arena stadium.

The work aims to contribute to the political, economic, social and cultural developments that the construction of the Neo Química Arena left to the various social subjects involved. It is worthy highlight that the literature has focused on research specifically the city of Rio de Janeiro (Santos et al., 2015; Gaffney, 2016, 2019; Hall and Wise, 2019; Vico and Chiundila, 2019; Yamawaki et al., 2020; Vico and Azevedo, 2020a, 2020b, Ferreira and Giraldo, 2020), justified fact by the city having been the main head of three mega sporting events – 2007 Pan American Games; FIFA World Cup 2014 and Olympic and Paralympic Summer Games 2016.

The choice of the Neo Química Arena is not only because it hosted the opening ceremony of the FIFA World Cup 2014, but also because of the importance of being located in the city of São Paulo, the largest cosmopolitan city in the southern hemisphere of the planet, responsible for 10.9% of Brazilian GDP, where about 12.3 million people live (IBGE, 2019) also emerges as one of the cities with the highest level of social inequality.

In order to minimize these differences, the Neo Química Arena was built in the East Zone of São Paulo as part of an acceleration and development project in the most populous region of the city, with 37% of the population (Vico et al., 2018), also with lower HDI (Human Development Index) of São Paulo. The district of Itaquera is located in the southeast region of Brazil, in the mentioned region of the city of São Paulo, as shown in Figure 2.



Fonte: Autor (2023, based on GeoSampa, 2023).

According to data from the City of São Paulo (2016), the region of Itaquera occupies an area of 54.30 square meters, has a population of 523,842 inhabitants and a density of 150.88 inhabitants/ km². In the 1980s, Itaquera was a neighborhood with little urban structure and its population was composed of workers and wage earners in commerce and services (D'Andrea, 2012). Since 1980, however, the construction of housing estates known as "Cohabs" strengthened the demographic explosion of Itaquera (Akinaga, 2014; Oliveira, 2015; Vico et al., 2018). The sociodemographic indicators of the 2012 census indicate an average HDI of 0.795 that places Itaquera in

the 76th (out of 96th) position among the districts of the city (Prefeitura de São Paulo, 2014). The average age there is 36.1 years. The population of the district is a predominance of Class C, which consists of the income range that goes from 2,900 to 7,249 Brazilian Reals.

Neo Química Arena belongs to Sport Clube Corinthians Paulista - SCCP, one of the largest football clubs in Latin America with around 30 million fans in Brazil, with the purpose to minimize the possible bias of the study with the passion of the fan and the relationship with his heart club, delimiting visitation in events that there is no direct relationship with official games, utilize participant observation regarding organizational analysis, logistics and promoted activities and actions developed in the stadium facilities.

Participants (Player's line-up)

During the first months of 2015, interviews were conducted, through the focus group technique, with the main community leaders and residents of Cohab, in order to understand the changes perceived by the residents around the Neo Química Arena, through semi-structured issues with researchers' mediations. It stands out the testimonies may not represent the absolute truth about a given reality, it just expresses the perspective of the interviewee, which is reflected through their culture, habits, traditions, history and their particular way of seeing the world and thinking (Meksenas, 2002). In addition, five visitors to the events (Cultural and Music Festival) were interviewed in the stadiums that met the requirements of being a resident for up to 5 km of the stadium, who lived in this region before 2010, a cut-off point necessary to monitor the changes of the neighborhood during the construction of the Arena.

The questionnaire applied, focusing on the sports events of visitors at the Neo Química Arena, occurred throughout 2018, after applying the sample formula proposed by Santos (2017), with sampling error of 10% and 95% confidence, the number of 96 respondents was obtained. For better equalization, 100 questionnaires were applied to visitors to the four events (cultural - TourArena, Sports - Monster Jam, Football - Friendly, Physical Practice - Timon RUN), using the simple random sample method (Santos, 2017), regardless of gender, ethnicity, race, reach, social class, which authorizes participation in the research.

In order to answer some of the questions foreseen in the objectives of the work, three semi-structured interviews were conducted with key people in the planning

and local development of the legacies of mega events. I) Tourism Manager in the city of São Paulo - SpTuris (São Paulo Turismo S/A) – to understand the role of the promoter organization within the tourism of São Paulo, II) Planning Manager of the Neo Química Arena, in the search to understand how the administrative organization takes place, reporting the activities developed, the possible relationships with the population of the surrounding area and stakeholders of the tourist area. III) Coordination of the Local Executive Committee of the city of São Paulo, with the objective of correlating the planning and possible execution of these actions until the event. These interviews were conducted personally and recorded with authorization through the signing of the free and informed consent form, in order to safeguard the veracity of the information.

Interview and Questionnaire Scripts (Pre-Match Interviews)

The observation protocol during the activities within the stadium was divided into three main analyses: Visitor (characterization, profile, behavior); Motivations; Structure and Infrastructure (Quadro 10).

Quadro 10 - Questions for each of the types of respondents

Interviewees	Profile	Motivations	Structure and Infrastructure
Visitors	(Locality, gender, age, club member)	(First time in the stadium? What motivations have brought them here or what motivations have not previously allowed them to come)	Stadium Insights (Is it safe? What difficulties? What facilities? What are the problems? Do you consider this a legacy? Do you find it attractive? Do you know any tourist itineraries that involve the stadium?)
Residents	(Locality, gender, age, live next stadium?)	(First time in the stadium? What motivations have brought them here or what motivations have not previously allowed them to come)	What were the positive legacies? What are the negative legacies? How did the changes occur by the megaevent? How has the surroundings been affected? Is there the use of the equipment? What changed during the World Cup?

Fonte: Autor (2023).

As thematic interviews with the three managers, the main objective was to understand the future planning of the legacies promised to the local population and the self-sustainability of hard legacies and use of soft legacies (Preuss, 2007c). In an interview with the Local Coordinating Committee there were only two main topics of

discussion: Planning actions on the realization of mega events and projects of self-sustainability of the legacies of mega events. The thematic roadmap discusses the impacts on the local community; the use of the stadium by events and tourist attractiveness; relations with local tourism agencies. Finally, the script with the tourism manager of the city of São Paulo we asked the correlation of football and mega sporting events; tourist itineraries in the stadium region; actions and relations of the stadium with tourism; barriers to access the leisure in stadiums; the veracity data for sports tourism or events in football stadiums.

RESULTS (Kick off)

We now present, in this section, the results obtained from the research performed. This is information about the surroundings and the use of the Neo Química Arena stadium after the mega event, as well as information about the perception of the various actors involved in the megaevent scenario, such as the resident population, visitors and tourists, organizers and planners of the event.

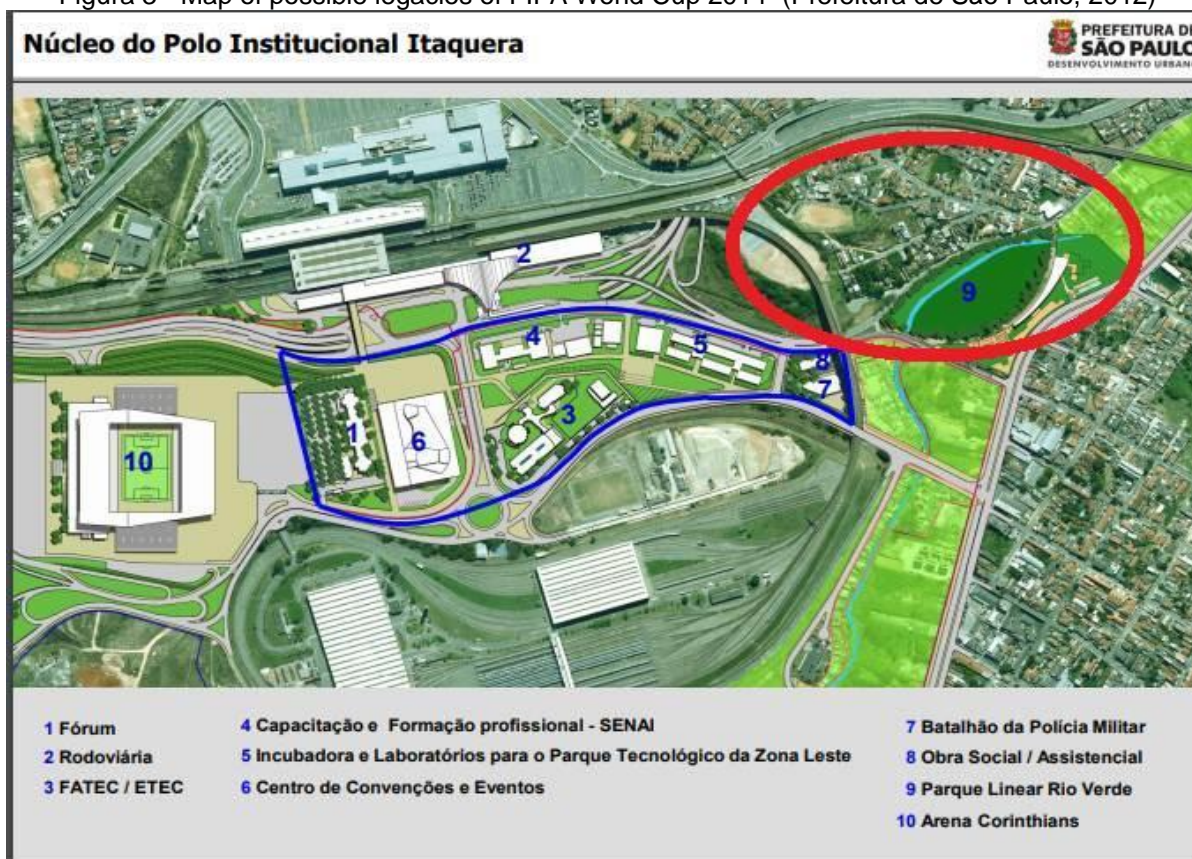
The surroundings and the use of stadiums after mega events (Locals Fans Voices)

In 2010, at the FIFA World Cup 2014, the Steering Committee was created, which established guidelines and strategic plans for the World Cup, within them, the Responsibility Matrix that dealt with the priority infrastructure areas of the 12 cities served in the 2014 World Cup games (Brasil, 2010; Brasil, 2014; Contardi, 2016). In July 2011, the development and infrastructure project were presented in the Eastern region of São Paulo (Prefeitura de São Paulo, 2011), with a budget of R\$ 8 billion in mobility infrastructure, airport, tourist and signage equipment, accessibility (Oliveira, 2015; Contardi, 2016; Romano, 2018).

The creation of the Strategic Center for Economic Development aimed to implement economic activities that offer subsidies and incentives for the development of the eastern region of São Paulo – it is worth mentioning that there were other previous plans of local development, however, the implementation only occurred to meet the demands of the mega event (Oliveira, 2015) – through municipal law, in the areas of social development, job creation, leisure, education and hospitality areas. Specifically, the project outlined the construction of 12 facilities around the stadium

legacies of the 2014 FIFA World Cup for local people, as shown in Figure 3. (Oliveira, 2011; Gonçalves, 2011; Prefeitura de São Paulo, 2012; Akinaga, 2014).

Figura 3 - Map of possible legacies of FIFA World Cup 2014 (Prefeitura de São Paulo, 2012)



Fonte: Prefeitura de São Paulo, 2012)

In 2023, the completion and delivery of a technical school (3), a technological university (3), a health unit (8), 97% of the completed works of the bus station (2) and the initial construction of another technical school for the industry sector (4) were verified. The *Itaquerã* stadium – stadium name before naming rights - (10) - which predicted the cost of R\$ 1.08 billion reais (Gonçalves, 2011) - the most recent data indicate in the Neo Química Arena a final cost of R\$ 1.792 billion (Romano, 2018). Only five companies signed up for the program to offer job openings (Leite, 2015) and Reis et al. (2021) highlighted the neighborhood's real estate boom and financial valuation.

Regarding the process of building sports arenas for the 2014 World Cup in Brazil and the 2016 Olympic and Paralympic Games, we highlight the need to speed up the process due to short deadlines, caused by the exponential lack of transparency, causing several scandals of deviations from public resources, corruptions, removals, gentrification, socio-spatial hygiene, use of low-quality working materials with

overpriced prices. However, all stadiums were delivered on time. (Gonçalves, 2015; Vico et al., 2019; Romano and Uvinha, 2020; Reis et al., 2021)

It is noteworthy that some sports arenas had concession contracts that were finalized, either for reasons of financial infeasibility, contractual non-compliance or complaints of favoritism and values below the minimum stipulated by the government. (Silva, 2013; Ferreira and Silva, 2016; Reis, 2017; G1, 2018; Salgado, 2018; Romano and Uvinha, 2020; Reis et al., 2021). It is clear that sports arenas run by private football clubs have a wider range of activities and are self-sustaining. The stadiums of Arena da Baixada (PR), Arena Pantanal (MS) and Mineirão (MG) are used by the local population as leisure and recreational spaces, with activities and social actions programmed for sociocultural animation of use, stimulating belonging to space (Romano, 2018; Melo et al., 2020; Queiroz, 2020; Reis et al., 2021).

The legacies for whom? Different Viewpoints (Half-time Show)

Residents (home supporters)

In the evaluation of what the Football World Cup left for São Paulo, opinions are divided between praise and criticism, especially from residents of the *neighborhood of Itaquera* interviewed. "Was the World Cup good for Brazil?" The enormous investments in stadium construction, corruption, socio-spatial injustice, gentrification (Gaffney, 2016; Paula, Uvinha, 2016; Ma and Kaplanidou, 2017), real estate speculation (Romano, 2018) was constantly cited. The opportunity to invest in other major sectors such as health, safety, education, housing and basic sanitation (Vico et al., 2018) was lost. However, among the most significant positive legacies, the following were mentioned: infrastructure in general, stadium, urban infrastructure, roads, mobility (public transport), and the improvement of *the image of Itaquera*, the greatest benefit highlighted by residents, with increased visibility of the neighborhood and change in the previous perception of a neighborhood "peripheral and marginal".

Regarding negative legacies, the following stand out: an increase in the number of floods in the neighborhood deriving from the canalization of the rivers diverted from the Arena, the fear of evictions, removals of families, impossibility of participation and non-fulfillment of infrastructure promises (Akinaga, 2014; Butler and Aicher, 2015; Castro and Novaes, 2015; Name, 2015; Romano, 2018, Bondarik et al., 2020). In summary, of the twelve infrastructure works with direct connection to the

realization of mega sporting events, only three were delivered by 2023 and only two delivered by the beginning of the World Cup, corroborating Paula and Uvinha (2016) points out 16 of the 53 promised urban mobility works were delivered. It corroborates unanimous statements of the residents about real estate speculation and the increase in prices attributed to the mega event:

"I remember that when they started saying that one stadium would come here, it was absurd after another, some people like me said they were very rich, because they rented their houses, increased the price overnight, had many people evicted, many people selling land for twice the price, it was difficult (Resident 2, 2018 - free translation)".

"The prices of everything here increased just before the World Cup, it was almost even we knew it was a tourist place and that it was a resident, it was almost a segregation what happened, many people got carried away and invested a lot to have no return and today even have the debts. (Resident 3, 2018 - free translation)".

In conclusion, we can point out divergences in the opinions of the residents of Itaquera, however, the negative and pessimistic point of view has emerged, stating that *"expectations were much higher than the current reality"* (Resident 4, 2015 – free translation, 2018). Positive legacies, on the other hand, are pointed out to access infrastructure, urban mobility, the stadium and the image of the east side before society.

Visiting Tourists (Away supporters)

Regarding the average profile of visitors of the four events analyzed by the present study. They have an average age of 31 years, mostly men, who have attended the Neo Química Arena on other occasions, not adept at the club's membership program and are unaware of the inclusion of the stadium in tourist itineraries in the city of São Paulo. However, two information sums of direct observation: 1) although the respondent public is mostly male, the audience that attends the events at the Neo Química Arena is very diverse in the question of gender and age. 2) The factor of not being a member of the club, emphasizes the importance in the dissemination of activities to other audiences, corroborated by the high number of unprecedented visits to the stadium.

Regarding the motivations for not having visited the Neo Química Arena previously, the following were mentioned: lack of time/opportunity (18); financial question (16) - high ticket prices/tickets for the events held in the Arena; distance (12) – evidenced by the high number of visitors from distant regions of the stadium.

Residents of neighboring regions are the most frequent public (36), followed by residents of the East Zone of São Paulo. Regarding the motivations, for 56% the event itself is the main motivator, followed by the knowledge of the stadium. The lack of knowledge of 74% of the public regarding the belonging of the Neo Química Arena in the Tourist Itinerary of the East Zone of São Paulo.

Host City Planners: Local Committee Executive, Tourism Manager, Neo Química Arena Manager (Manager Voices)

Among the main points highlighted in the interview with the Manager of the Neo Química Arena, the understanding of the stadium as a generator of local structural change, the possibility of accelerating local development, diversification of events offered in the region, use of common spaces on days that there are no official matches. The geographical location, difficulty in relationship with public tourism agencies and urban mobility were negative highlights of the stadium. The following excerpt highlights the issue of legacy, use and appropriation of the visitor in the perception of the manager.

"I believe so, because it is not only a legacy, it was not only the World Cup that came out of the Arena, it was a joint action with Corinthians, maybe if it did not have the World Cup the stadium would only be more modest, let's say, because it has a lot of specific intervention from FIFA, but it is a legacy that stayed and that I think changed things, I came here [Itaquera] when I had Corinthians Training Center, I worked at the time of the Children's Football School, and I think it changed a lot the surroundings, especially the part of the road [...] for example, when someone comes to visit, they do not only pass in the arena, they come by subway, pass through the mall, go for a walk somewhere, have lunch in the nearby bars, and it ends up moving the local commerce and the region, in addition to the games themselves, bars, restaurants, so I believe that in this sense has improved a lot. (Neo Química Arena Manager, 2018 - free translation)".

The notes made by the Tourism Manager highlight the need to create specific routes / itineraries of sports tourism in the city, the realization of a tourist inventory in the eastern region, thanks to the construction of the stadium. In the negative aspects: insecurity, geographical location, poor dissemination of the activities developed, lack of research on events and the profile of the public. The featured speech provides about these difficulties:

"Who knows what's happening in the stadium is the Corinthians fans, I think football, thinking about São Paulo and Brazil, the feud between football teams is absurd, and you create aversion, and we do not overcome the barrier of knowledge, so I think that in this sense is complicated, but it goes through the dissemination and realization of activities that go beyond football, if the audience of non-football events was related to the club, then you create a reason for the person to be there and, being there, they will know the stadium.

So as long as you go from Corinthians to Corinthians, you will have an audience of tourists who may not be Corinthians fans, or sympathizers, or you will be from a foreigner who has no problem rejecting the club. (Tourism Manager, 2018 - free translation)".

The Local Executive Committee at Copa São Paulo pointed out the financial issues to enable the duration of the World Cup's actions, mainly with sponsors of the event, difficulties in moving from the hotel region to the stadium, specific public transport for the games modified the logistics of the city – it was requested that during the games in Brazil, the population avoided using rail transport, realization of FanFest in some places without tickets, problems with violence and alcohol consumption, lack of concern of FIFA with social aspects, lack of transparency post-event, the stadium as a rough legacy, construction of leisure spaces in 15 favelas, image of the country as organizer and hospitality, strategic mistake to make São Paulo as opening headquarters.

DISCUSSION (Analysis of Commentator)

Preuss (2007c) systematized the process that leads to the planning of a post-event heritage, creating bases and structures for a long-term legacy, if planned correctly, positive contingencies can be determined (Tenan, 2002; Allen et al., 2003; Matias, 2004; Pedro, 2005), however, it is appropriate to consider that the impacts on the local economy in the short term, i.e. during and shortly after the event, are the basis for results that can have long-term effects and can be permanent. However, these effects are not automatic; Indeed, as occurs in emerging and developing countries, the relationship between new infrastructure and local industry is weak, if the industry demand and the skills system are weak, long-term positive effects can hardly be determined (Grix et al., 2019).

In the literature review, several authors such as Cashman (2005), Chappelet and Junod (2006), Whitson and Horne (2006), Cornelissen et al. (2011), Guala (2015), Preuss (2015), tried to systematize in five / six major areas or categories the legacies of mega events, whether positive or negative, hard or soft, tangible or intangible, in the short term or in the long term. The legacy areas mentioned are economical and tourist, urban/physical (including infrastructure), environmental, social, political, sportive and cultural.

In general, we can say that in Brazil and, especially in São Paulo, the legacy with greater importance occurred in the sports facilities sector, particularly in the

arenas, as well as in the urban mobility sector and access roads around the stadiums. In the case of mega sporting events, the IOC and FIFA encourage the construction of modernization constructions, infrastructure, transportation and urban mobility that cities need for the mega-event, "strengthening the production process of the corporate space" (Santos and Silveira, 2001, p. 295) and developing a fundamental role in the production and financing of the territory and the economy. However, these interventions often represent unnecessary works carried out only to legitimize the high investments and later maintain, thus being able to divert money by activating political mechanisms of corruption and real estate speculation (Preuss, 2019; Knott and Tinaz, 2022).

Unfortunately, the social consequences of mega events in Brazil (Wise, 2019; Hall and Wise, 2019; Gulak-Lipka and Jagielski, 2020, Ribeiro et al., 2022a; Taks and Rocha, 2022) were disastrous and lasting. The mega events were only catalysts, were not the promoters of the changes that occurred in Brazil but constituted a moment of catalyzing these changes. Public spending on infrastructure works, in addition to football stadiums (nine of which were state-owned and only three private), the investments could have had a social destination that would generate benefits for the majority of the population. Associated with the Brazilian culture of improvisation, renouncing the planning and social interests of the population, not reaching the promised and desired heritage (Butler and Aicher, 2015; Bondarik et al., 2020).

It was clear how the most vulnerable sections of the population suffer from negative effects, such as expropriations and removals; unfinished or even started urban infrastructure and mobility projects; and sports facilities in regions with no relevant sporting appeal. The legacy is, therefore, consisting mainly of corruption, real estate speculation, gentrification, ethnic cleansing, debts of the state and regions, stagnation not used as in Brasilia, Natal, Cuiabá, Manaus, abandoned facilities, works not realized, planned, but not carried out.

If the benefits exist, how are they distributed and how do you think about reducing inequality or minimizing negative impacts? (Ziakas, 2015). These discussions should be answered based on the methodological development of the research, in which they allow the evaluation, monitoring and accountability by the local organization. As the stadium is a difficult legacy, from the point of view of leisure, football is configured as a place of experiences and affective meanings (Drula et al.,

2018), where the leisure space is endowed with a multifunctional character when analyzed by equipment, activities and interactions.

Actions and research related to the surrounding residents should be promoted in order to understand the real needs (Ribeiro et al., 2022b), where the club assumes some of these issues for the benefit of the community. These actions, which do not necessarily involve financial issues, but the collection of needs, for example, publicly charges those responsible for the promise of the works of the surroundings, which would benefit not only the popular, but also the Neo Química Arena itself.

The need for planning for the correct use of public investments, especially improvements in physical infrastructure are arguments used to justify the application. However, the adoption of this strategy of economic growth by mega events is high risk and masks the priorities of directing public investment, causing unwanted effects, such as: removals, gentrification processes, increased internal debt, long-term indebtedness, increased inequalities, reduction of public services, economic appreciation of the area and "white elephants" (Cashman, 2005; Oliveira, 2011; Romano, 2018).

Guidelines and Suggestions for Mega Events Host Cities (Keep possession)

In this section we intend to present some possible alternatives and proposals for conjuncture improvements in the context of the future organization and management of mega events. Two sets of actions and activities that can be used in different host cities are now presented: the first set is directly correlated with the feasibility of mega sporting events and the notes necessary to maximize the possible benefits (I, II and III). The second set concerns the actions and activities suggested for self-sustainability (Gulak-Lipka and Jagielski, 2020) of sports arenas, promoting events that increase the feeling of belonging (Grix et al., 2017) and the utilization by leisure and tourism (table 2).

I) The decentralization of the mega event: the transformation of a mega event into smaller events related to its modality and/or different cities that already have infrastructure and logistics to carry out those activities. In this sense, we also highlight the construction of sports arenas compatible with the needs of the local population, for example, the construction of a sports arena with capacity for 45,000 spectators in a city of 20,000 inhabitants.

II) Involvement of local residents and the civil society throughout the process, from planning to decision-making and the use of constructed spaces, minimizing existing conflicts, valuing local culture and traditions, social cohesion and strengthening local identity, the feeling of belonging and pride in the realization of the mega event and the image of the country (Grix et al., 2017, Ferreira and Giraldo, 2020), as well as the hospitality to the visitor/tourist. For this reason, knowing the perception of residents is an important strategy when planning, developing and implementing a strategic plan of a tourist location (Díaz Armas, 2010; Gursoy et al., 2016, 2017; Vico et al., 2020a, 2020b). The adequate feasibility of prior planning can generate economic growth, decreased inequality, greater social cohesion and possibilities for developing new post-event actions (Vico et al., 2018), with technical, administrative and participant evaluations, in order to identify positive and negative points, enabling corrective actions for upcoming events. (Allen et al., 2003; Matias, 2004; Pedro et al., 2005).

III) Equity between the organizing agencies of the event. It is known that at this time the standards provided must be flexible, according to local and subsequent needs, to plead financial, fiscal, environmental, economic responsibility in the planning, organization, execution phases of the works necessary for the realization of the megaevent. Therefore, a process of transparency, trust and reliability is generated throughout the process, even if the organizer is not for profit, such as FIFA and IOC, but they appropriate the visibility of the event to profit from sponsorships and exclusive contracts for broadcast rights of these events.

Quadro 11 - Actions and Activities suggested for sustainability suggested through the Brazilian reality.

Actions and Activities suggested for sustainability suggested through the Brazilian reality	
Diversification in events and wide dissemination of these activities	It indicates the need to create a bond of belonging with the local population and the surrounding area, decentralizing the promotion of events related to the club, so the creation of free or low-cost events that promote the diversity of cultural, regional, religious, sports, entertainment, health events, can also be strategies adopted by the local government with the creation of public policies to encourage leisure.
Create relations with the Tourist Trade	It is essential to partner with receptive agencies, tour guides, hotels and local hotels, the creation of routes and itineraries that attract the visiting public, not only for the appearance of the supporters or fans, but also for the historical-cultural aspect of people and their relationship with football.

<p style="text-align: center;">Research on the motivation and the profile of the visiting public</p>	<p>In the literature, there is a series of studies that dialogue with the motivational issues of visiting a tourist equipment, in addition to the image and indicates the t advantages and disadvantages in the use of those spaces, to draw a profile and understand who is liking, assists in the creation of specific products and clusters, customizing packages and services for their target audience.</p>
---	--

Fonte: Autor (2023)

Conclusions (Goals?)

Prior planning that is feasible and integrated with the needs of the local population, governments and the private sector is of vital importance in obtaining positive legacies for the hosts of these mega events. In this approach, stadiums are recognized as tangible legacies of these mega events, with the role of driving positive changes in their surroundings, enabling the utilization and enjoyment by residents as a timely cultural space. If this is not possible, the new model of sports mega-event characterized by spatial decentralization between countries taking advantage of the sustainability model, minimizing the waste of resources, using territories in a more conscientious and accurate way, financial transparency and environmental preservation, emerge as the only viable option.

The importance of using these stadiums especially at the end of the megaevent is highlighted, after all the high investments – public investments in the Brazilian case – are significant economic aspects without proper use. It is observed that the stadiums are recognized as tangible legacies by the local population and tourists, and the problems with the self-sustainability of the stadiums are not related to the level of development of the country, but rather to the issues of lack of measures and actions planned in the execution of these works. The cost – not only financial, of these stadiums built in the wrong way to satisfy political promises, ends up underutilized and wastes the already scarce public resources, compromising the budget of the municipalities/governments responsible for the maintenance of equipment.

The stadium is recognized by the different social actors as a tourist attraction and legacy, however, for managers (Tourism Manager, Local Committee and Neo Química Manager) the legacy is extremely positive, unlike the surrounding residents, who indicated the non-fulfillment of the promises offered to the detriment of the megaevent's venue but recognize the stadium as a catalyst for change and as an important tourist attraction for the region.

It is recommended a series of actions that dialogue with the perspective of appropriation, belonging and use of the stadium by the residents of the region, for this purpose, improvements in communication, space management, realization of varied and multicultural events. Finally, it is believed that, based on the results achieved, this research offers subsidies for improvements in the use of stadiums as tourist attractions. Elucidate and assist the development of public policies and/or planning and execution instruments in the area of leisure and tourism that spread the attractiveness of the stadium at regional, national and international level.

Limitation (Offsides)

Some notes are necessary to highlight the limitations existing in the research construction process, among them, in the academic aspect, the difficulty of finding official sites or documentation about the planning and executions of the local government, this recurrent practice was reported in the city of São Paulo and in all other host cities in Brazil (Romano et al., 2019) and other mega sporting events. In this sense, the numerous processes in the civil and criminal sphere of diversion of resources in the construction of stadiums throughout the country can also be mentioned, which, consequently, made all documentation a secret of justice as long as there is an investigation.

The number of 100 visitors may seem unrepresentative of the profile of the Neo Química Arena visitor, however, the *difficulties of applying on-site questionnaires in scarce moments of leisure of the population*, made the difficulty in a motivation, thus, we used indicatives and other methodological tools to fill the existing gap. The same can be said about the number of 5 residents who were visiting events at the stadium and who participated in a short-term interview.

The focus on a single region/stadium may distort some cultural issues and important local characteristics, that is, although this study points out suggestions of actions and activities under development with the local population, one should consider the particularities of each region, although some actions are common characteristics of a global phenomenon of developing countries, with a political-financial and infrastructure base that is not solid.

Future Research Directions (Next match)

Although the study presents some limitations, it is believed in the validity and contribution of the article to the area. Future lines of research include longitudinal monitoring of future impacts and legacies for the local population, especially the inclusion from the application, planning and execution of the actions that will be developed, which will allow us to compare and know the perceptions about socio-territorial factors, local characteristics, culture and local development. Thus, it is essential the participation of local residents in the promotion, knowledge, support, promotion and transparency in the implementation and post-event phases.

The participation and organization of mega events should be carefully considered. Preparing for bids, for example, for the Football World Cup or the Olympic Games, can take up to two years. In addition, the works planned to host the mega events should be included mainly in their post-event use. The risk is that there will be costly and useless constructions, without any real benefit to the territorial systems and the resident community.

In addition, it is suggested: I) Investigate and promote reliable methodological instruments that assess the possible legacies of these mega events; II) Audit all financial management processes in order to promote self-sustainability and the use of such infractions left to the local population; III) Studies that present local changes before and after mega sporting events; IV) Research on sports tourism from the perspective of leisure practices of the local population, as well as the inclusion of these football stadiums in local tourism promotion, especially the development and publication of articles in developing countries in Latin America, Africa and Eastern Europe that have disseminated major events in different sports.

4.3. Lazer, Turismo e Esportes: Abordagens Acadêmicas e Intervenções Profissionais

Introdução

O ato de viajar por atrações esportivas e seus desdobramentos começa a ser tratado como atividade turística no século XX (BRASIL, 2010), impulsionado pela propagação da prática esportiva, concomitantemente ao processo de globalização, culminando na popularidade mundial das grandes competições esportivas, como os Jogos Olímpicos e Copas do Mundo da *Fédération Internationale de Football Association* – FIFA. As correlações com a área do turismo podem ocorrer de diferentes formas, seja pelo Turismo Esportivo, Turismo de Lazer, Turismo de Negócios, Turismo Cultural, entre outras segmentações.

Nas duas últimas décadas, a pesquisa sobre Turismo Esportivo cresceu em todo o mundo como um foco de pesquisa acadêmica concentrada, e esse reconhecimento global levou a uma proliferação da atividade de pesquisa. No entanto, a base da literatura e, portanto, a compreensão crítica de tais fenômenos, ainda é relativamente nova e conseqüentemente limitada em nível nacional.

O Turismo Esportivo é um dos setores que mais crescem no turismo (UNWTO, 2016). Cada vez mais turistas estão interessados em atividades esportivas durante suas viagens, seja o esporte o principal objetivo da viagem ou não. Eventos esportivos de vários tipos e tamanhos atraem turistas, pois os participantes ou espectadores e destinos tentam adicionar sabores locais a eles para se distinguirem e fornecer experiências locais autênticas. Megaeventos esportivos, como as Olimpíadas e as Copas do Mundo FIFA, podem ser catalisadores para o desenvolvimento do turismo se alavancados com sucesso em termos de marca de destino, desenvolvimento de infraestrutura e outros benefícios econômicos e sociais.

A área do turismo apropria-se dos eventos esportivos realizados no mundo, desenvolvendo alguns segmentos relacionados a essas atividades. Na literatura nacional, os termos apresentados em sua maioria são utilizados como sinônimos – Turismo Desportivo, Turismo de Esportes, Turismo Esportivo.

Baseado na literatura científica, o presente capítulo propõe como entendimento de Turismo Esportivo uma atividade de viagem específica motivada pelo envolvimento ativo/prática ou passivo/assistência em modalidades esportivas ou eventos esportivos, sejam aqueles realizados de forma espontânea em atrativos

turísticos e de lazer temáticos ou ainda aqueles organizados por entidades ligadas aos poderes público, privado e do terceiro setor em suas respectivas cidades-sede selecionadas.

O presente capítulo surge com objetivo de contribuir com o conhecimento na área de Turismo Esportivo, a partir da análise de pesquisas acadêmicas que configuram tal segmento correlacionando o turismo sem sua interface com o esporte.

Conceitos gerais e específicos

A Organização Mundial de Turismo define o Turismo Esportivo como “à experiência de viagem do turista que: ou observa como um espectador, ou participa ativamente de um evento esportivo, geralmente envolvendo atividades comerciais e não comerciais de natureza competitiva.” (UNWTO, 2019, p.54). Ainda que seja a mais recente tentativa de conceituação, em nosso entendimento não houve refinamento ao detalhar às atividades de visitação aos atrativos, bem como, possui um viés econômico em detrimento as atividades de aspectos sociais como o lazer e a atividade física.

Na literatura nacional, o conceito de Turismo Esportivo apresentado por Beni discorre sobre a prática esportiva de maneira específica, definindo-o como:

[...] deslocamento de turistas aficionados das distintas modalidades de esportes, que afluem a núcleos esportivos tradicionais com calendário fixo de eventos ou a núcleos que eventualmente sediarem olimpíadas, competições e torneios. Nesse caso, o principal produto turístico é o esporte (BENI, 2001, p. 423).

Nesse sentido, o conceito de Turismo de Esportes é compreendido como forma de incentivo e desenvolvimento organizado do turismo, por meio de quatro tipos de atividades: a) Modalidades Esportivas; b) Prática Esportiva; c) Envolvimento; d) Observação. Nestas se especificam as necessidades emergentes de segmentação da demanda turística. O conceito utilizado pelo Ministério do Turismo estabelece o Turismo de Esportes como “[...] atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas”. (BRASIL, 2010). Atrelando ao segmento do Turismo Esportivo a inclusão do espectador, a criação de uma agenda de eventos esportivos, a criação de infraestrutura específica e indução de legados positivos para a comunidade local.

A dificuldade de conceituação de um termo específico dá-se, dentre outros motivos, pela falta de pesquisas que se debrucem na mensuração da atividade

correlacionada ao embasamento conceitual. Outro aspecto é a interface próxima com outras áreas e segmentos do turismo que dificultam a conceituação. Por exemplo, a proximidade com as áreas de turismo de negócios, turismo emissor e/ou receptor, entretenimento, lazer e agências específicas.

Reforçando essa análise, Pinheiro e Alberton (2012) discorrem que os estudos que analisam turismo e esportes discutem especialmente: motivações para viagens; a participação direta e indireta em eventos esportivos; os impactos da mídia nos eventos de esporte; além da viabilidade econômica, propostas e análises sobre o potencial dos megaeventos esportivos e suas perspectivas, em curto, médio e longo prazo, para o país que os sediam. Porém, os autores salientam a necessidade igualitária de desenvolvimento e atração de demanda a essas atividades.

Na literatura internacional, há uma importante definição, classificação e distinção no conceito de Turismo Esportivo com objetivo de gerar conhecimento envolvendo as diferentes áreas – comportamental, turística, política, econômica, social, psicológica – no qual o conceito interfere e recebe interferência concomitantemente. Nesse aspecto o conceito apresentado por Gibson (2005) define Turismo Esportivo como,

Viagens de lazer que levam indivíduos temporariamente para fora de suas comunidades de origem para participar de atividades físicas [Turismo Esportivo Ativo], assistir atividades físicas [Turismo de Eventos Esportivos], ou para venerar atrações associadas a atividades físicas [Turismo esportivo de Nostalgia. (GIBSON, 2005, p.134, trad. nossa).

Já Kurtzman (2005) apresenta cinco diferentes categorias de atividades do Turismo Esportivo, com pretensão de definir limites e gerar categorias de análise que possam ser estudadas pelo meio acadêmico, por meio das interfaces da comunidade anfitriã, do turista, do poder público, do trade turístico, dos governos locais e das instituições promotoras. As categorias podem ser divididas em: I) Eventos de Turismo Esportivo; II) Atrativos do Turismo Esportivo; III) Tours/Passeios de Turismo Esportivo; IV) Resorts de Turismo Esportivo e V) Cruzeiros de Turismo Esportivo.

A interdependência entre turismo e esporte concebeu um novo conceito. De acordo com Carvalho e Lourenço (2009, p.127), o Turismo de Eventos Esportivos é conceituado como “[...] atividades que utilizam dos turistas enquanto espectadores, considerando-se a pessoa com esse tipo de participação no Turismo Esportivo como turista espectador esportivo”. Portanto, envolvendo turistas que viajam para assistir

um evento e não sua participação, necessitando de uma análise multidisciplinar entre turismo e esportes.

Panorama temático

Baseado na literatura nacional (PAZ, 2009; MASCARENHAS; SÁNCHEZ, 2012; PINHEIRO; ALBERTON, 2012; SMANIOTTO; BANDEIRA, 2013; FERREIRA, 2015; JOHNER; CUNHA, 2016; RODRIGUES; RECHIA, 2016; SILVA; BRAGA; ROMANO, 2016;; TADINI, 2017; UVINHA *et al.*, 2018; FERREIRA; SILVA, 2019; SANTOS *et al.*, 2019) e na literatura internacional, (GIBSON, 2005; KURTZMAN, 2005; WEED, 2005; CARVALHO; LOURENÇO, 2009; LAMONT, 2014; MELO; SOBRY, 2017; UVINHA *et al.*, 2018, OLIVEIRA; CAPRARO, 2020; UVINHA; ROMANO; WISE, 2020) identificam-se bases consolidadas de compreensão do Turismo Esportivo em três tipologias: Turismo de Prática Esportiva; Turismo de Eventos Esportivos e; Turismo de Nostalgia.

O Turismo de Prática Esportiva (STANDEVEN; KNOP, 1998) é aquele que os viajantes praticam algum tipo de esporte ou atividade esportiva organizadas ou não, sendo essa a principal motivação da viagem. O Turismo de Eventos Esportivos (CARVALHO; LOURENÇO, 2009; ZHANG; ZHAO, 2009) é aquele que o turista assiste a espetáculos esportivos, sendo a essência vivenciar *in loco* a experiência. O Turismo de Nostalgia é o mais controverso (PINHEIRO, ALBERTON, 2012), que pode estar associado a uma curiosidade intelectual, de veneração ou relacionado à cultura. Representa a área mais atual na literatura, com base nas construções de (re)significados tanto para os visitantes quanto aos atrativos turísticos.

Podemos citar exemplos de cada uma das atividades: Turismo de Prática Esportiva – torneios em que o indivíduo realiza a participação, como corridas de rua, práticas de esportes de competição. Já o Turismo de Eventos Esportivos – podemos considerar os megaeventos esportivos como as Olimpíadas, Paralimpíadas, Copa do Mundo de Futebol; Turismo de Nostalgia – Locais atrativos culturais e turísticos como: estádios, arenas e museus esportivos.

O Turismo Esportivo é considerado uma experiência cultural que emerge da interação local, da atividade e das pessoas que moldam e interferem na experiência do turista (WEED, 2005). De acordo com Uvinha *et al.* (2018), podemos caracterizar os turistas de eventos esportivos de acordo com seu envolvimento, classificando-os como: Ativos (jogadores, participantes) ou Passivos (visitantes, observadores). Já os

eventos podem ser classificados em: Anuais (NBA, NFL, Fórmula 1, *Champions League*) ou Pouco Frequentes (Olimpíadas e Copa do Mundo), que são realizados a cada dois anos ou mais.

No quadro 12, pode-se citar alguns exemplos de atrativos turísticos esportivos que permitem a visitação do público. Além da visitação, alguns atrativos oferecem cursos de especialização e imersão, como ocorre no Centro Paralímpico Brasileiro na cidade de São Paulo (SP). O Museu de Esportes de São José dos Campos (SP), inaugurado em 1999, atualmente está localizado no Estádio Martins Pereira, com objetivo de preservar a memória esportiva da cidade e seus atletas.

É importante realçar que, devido a pandemia de COVID-19 que assolou o mundo nos anos de 2020/21, algumas dessas atividades turísticas estão temporariamente suspensas ou possuem novas normas sanitárias para utilização desses espaços (KALAOUM; SOUSA, TRIGO, 2020; OLIVEIRA e CAPRARO, 2020). O Museu do Automobilismo em Passo Fundo (RS) por exemplo, que é vinculado a um hotel da região, está com visitas suspensas desde 2019.

Quadro 12 - Atrativos Turísticos Brasileiros com visitação, relacionado ao Turismo Esportivo

Estado	Atrativo Turístico	Dias de Visitação**	Duração Média	Valor
Belo Horizonte (MG)	<i>Museu Brasileiro do Futebol</i>	Terça à sexta-feira das 9h às 17h. Sábado e domingo das 9h às 13h	65 min	R\$ 20,00
Maceió (AL)	<i>Museu dos Esportes Lauthenay Perdigão</i>	Segunda à quinta-feira, das 9h às 16h	-	Gratuito
Passo Fundo (RS)	<i>Museu do Automobilismo Brasileiro</i>	Visitações suspensas antes da pandemia de COVID-19	-	-
Rio de Janeiro (RJ)	<i>Museu da Seleção Brasileira</i>	Todos os dias das 10h às 18h	70 min	R\$ 20,00
Santos (SP)	<i>Museu Pelé</i>	Terça à Domingo, das 10h às 18h*	65 min	R\$ 10,00
São José dos Campos (SP)	<i>Museu de Esportes</i>	Segunda à sexta-feira, das 9h às 12h e das 13h às 16h	40 min	Gratuito
São Paulo (SP)	<i>Museu do Futebol</i>	Terça à Domingo, das 9h às 17h*	60 min	R\$ 15,00
São Paulo (SP)	<i>Centro Paralímpico Brasileiro</i>	Apenas agendamento	-	Gratuito

* dias de eventos/partidas oficiais, o horário de funcionamento estará sujeito a alterações

** Levantamento realizado anteriormente a pandemia de COVID-19

Fonte: Autor (2023)

Ressai que os atrativos citados, em sua grande maioria, são vinculados à modalidade esportiva futebol e/ou seus atores principais. O Museu Pelé, na cidade de Santos/SP, é um dos atrativos mais visitados muito como forma de reconhecimento a um dos maiores – se não o maior – jogador de futebol da história. Evidencia-se, também, o Memorial da Rainha Marta que, apesar da atual situação de abandono, tem seu funcionamento em visitas organizadas por guias turísticos. O complexo situa-se ao lado do estádio Rainha Marta (antigo Rei Pelé)¹⁰ e ao Museu dos Esportes – Lauthenay Perdigão, dedicado aos atletas que se destacaram no estado de Alagoas.

Após a realização da “Conferência Mundial de Turismo Esportivo: novos desafios em um mundo globalizado”, realizado em Portugal em 2014, os organizadores Ricardo Melo e Claude Sobry (2017) publicaram um livro de mesmo nome, acerca das pesquisas acadêmicas dessa temática com objetivo de retratar a importância das pesquisas em Turismo Esportivo e suas abordagens epistemológicas, socioculturais, econômicas, impactos sociais e criação de estratégias sustentáveis e acessíveis.

Sobreleva-se, o Turismo Esportivo exerce forte aproximação entre os campos do Turismo e do Esporte, realizado por meio de diversas atividades temáticas tais como Jogos Olímpicos de Verão e Inverno, Copa do Mundo de Futebol Masculino e Feminino, Fórmula 1, Campeonatos Mundiais de Surfe e Skate, entre outros.

Sobre este último, referente aos chamados “esportes de aventura”, promove-se a formação de um já consolidado segmento no campo do turismo denominado Turismo de Aventura, como apontado por Uvinha:

O turismo de aventura é um segmento em que se pode verificar uma relação oferta/ demanda característica, aproximada com a prática dos ditos esportes de aventura e realizada por um público com motivações peculiares, viabilizada com infraestrutura e recursos humanos especializados a fim de implementar uma experiência desafiadora e passível de certificação específica nos mais distintos ambientes e localidades, seja na atividade do excursionismo (sem pernoite) ou do turismo (UVINHA, 2005, p. 271).

Em pesquisa realizada pela *Adventure Travel Trade Association* – ATTA com 220 companhias entre agências e operadoras de turismo, departamentos de marketing e promoção, setores de certificação e gestão do risco, *lodges*, resorts e 3.6 milhões de consumidores, verificou-se que 83% das empresas que atuam no setor relataram aumento considerável em seus rendimentos (ATTA, 2007). Trata-se,

¹⁰ Ver mais em: GLOBOESPORTE.COM. **Assembleia de Alagoas aprova em 2ª votação mudança do nome do Estádio Rei Pelé para Rainha Marta.** Disponível em: <<https://globoesporte.globo.com/al/futebol/noticia/assembleia-de-al-aprova-em-2a-votacao-mudanca-do-nome-do-estadio-rei-pele-para-rainha-marta.ghtml>>. Acesso em 12 set. 2019

portanto, de segmento de turismo, associado ao esporte (neste caso, o de aventura), que experiencia forte crescimento em todo o mundo e que já consta como elemento vital para o incremento das economias globais.

Além da aventura, entre as diversas modalidades esportivas passíveis de aproximação com Turismo Esportivo e que movimentam expressivas cifras (Fórmula 1, *FIVB Volleyball World Championship*, *National Basketball Association – NBA*, *National Football League - NFL*, *The Rugby Championship*, entre outros), sem dúvidas é, no futebol (*football*), que reside uma das mais profícuas associações do esporte com o turismo.

No que diz respeito às estatísticas do Turismo Esportivo para além do futebol, podemos citar o caso da Fórmula 1 e analisar os dados referente às etapas que ocorrem na cidade de São Paulo. Ainda que os relatórios não sejam comparáveis em sua totalidade desde 2013 até 2022, pode-se apontar alguns aspectos importantes do evento para o turismo na cidade de São Paulo obtidos pelos dados produzidos pela *SPTuris*, agência de turismo oficial da cidade de São Paulo.

Quadro 13 - Impacto do GP Brasil no turismo

GP Brasil	Público Total	Impacto Econômico com Turismo
2022	253.617	R\$ 765,3 milhões
2021	181.711	R\$ 549,2 milhões
2019	158.000	R\$ 361,4 milhões
2018	150.307	R\$ 334 milhões
2017	141.218	R\$ 280 milhões
2015	136.410	R\$ 260 milhões
2014	133.109	R\$ 296 milhões
2013	130.475	R\$ 260 milhões

Fonte: Autor (2023, baseado em SpTuris, S/D)

O GP Brasil de Fórmula 1 recebe, em média, 160.606 visitantes desde 2013. O ano de 2022 ressaltou com maior número de público total nos 3 dias de eventos com 253.617 visitantes, sendo 18,6% desse total de visitantes estrangeiros. Mais de 60% desse público utiliza a rede hoteleira da cidade, se hospedando mais de 3 dias – com pico de hospedagem, no ano de 2010, com 84,1% em hotéis. O gasto desse turista varia entre turista nacional e internacional, sendo o ano de 2014 gasto em média US\$ 2.459 durante o evento.

O GP atrai a atenção de uma grande quantidade de turistas, vindos em sua maioria de outros estados brasileiros, mas também de países da América do Sul e Europa. Gera um grande interesse na mídia, atingindo uma grande audiência global e sendo conteúdo para diversas matérias publicadas em veículos de imprensa mundial. Proporciona uma elevada movimentação de

recursos financeiros para alguns serviços do município, tais como rede hoteleira, restaurantes e entretenimento (VAROTTI; NASSIF, 2019, p.19).

Os dados oficiais atrelados ao número de turistas esportivos no Brasil ainda são baixos quando comparados aos índices de turismo receptivo. Dados do Ministério do Turismo (2018) apontam que, em 2018, dos 6,6 milhões de turistas internacionais que chegaram ao país, 58,8% viajavam a lazer. Dentro desse grupo, apenas 1,6% tiveram como principal fator motivacional os esportes. Tais números são alterados apenas em anos com megaeventos esportivos, como na Copa do Mundo FIFA (25% como motivação da visita no esporte) e Olimpíadas (3% como motivação da visita no esporte).

Turismo Esportivo e sua diversidade: um enfoque sobre a modalidade futebol

No Brasil, apesar da escassa literatura acerca do turismo de futebol, damos destaque ao trabalho de Paz (2009) que despertou discussões sobre essa temática em sua tese de doutorado temática ao futebol como patrimônio cultural e turístico. Ainda no cenário nacional, Reis (2017) enfatiza, em sua pesquisa, os legados de megaeventos esportivos. E alguns relevantes estudos ressaltam especificamente os estádios de futebol nas suas interfaces com o turismo e o lazer, entre eles: Pinheiro (2012) Johner e Cunha (2016), que refletem sobre o Beira-Rio e o Olímpico em Porto Alegre (RS); Drula (2015), que apresenta as transformações da Arena da Baixada em Curitiba (PR); Ferreira (2015) e Queiroz (2020), que abordam sobre o estádio do Mineirão em Belo Horizonte (MG); Romano (2018), que discute sobre a Arena Corinthians na cidade de São Paulo (SP) e Melo (2020), que trata sobre as questões do Maracanã.

O termo “Turismo futebolístico” pode ser definido como um segmento do Turismo Esportivo, sendo a nosso ver mais segmentado e específico à necessidade do turista. Paz (2009) o conceitua como “[...] o segmento do turismo no qual as atividades turísticas são motivadas por eventos ligados ao esporte (futebol)” (p.446). Inserem-se, aí portanto, as atividades que ocorrem em atrativos turísticos relacionados à modalidade futebol, possuindo elementos estruturados para a recepção de visitantes de um dia ou mesmo o turista que permanece por mais tempo. Smaniotto e Bandeira (2013) enfatizam que:

Embora ainda exista carência de pesquisas e publicações sobre o assunto no Brasil, e os estádios de futebol não sejam reconhecidos ou trabalhados como atrativos turísticos é fato que cresce o número de visitantes a esses

espaços. O futebol é inquestionavelmente a paixão dos brasileiros, sendo considerado um dos cartões de visita do país. Tal afirmação, aliada ao histórico dos clubes, faz com que visitantes se desloquem de estados e até de países para acompanhar jogos, visitar estádios e até mesmo para enriquecimento cultural, ato que na maioria dos casos, os torna turistas. (SMANIOTTO; BANDEIRA, 2013, p.2).

No que se refere às publicações acadêmicas sobre os estádios de futebol, nota-se um aumento de pesquisas sobre essa temática, em especial na última década, devido ao fato de que o Brasil tenha sido sede dos maiores eventos esportivos mundiais no período 2007-2016 (UVINHA, 2016). Essas discussões foram fomentadas pela utilização dos estádios de futebol construídos/remodelados nas doze cidades-sede da Copa do Mundo FIFA com a expectativa de se tornarem um possível legado para a população local após vultuosos investimentos públicos na concepção deles.

Ainda que seja recente a abordagem acadêmica acerca dos estádios como atrativos turísticos no Brasil, Pinheiro e Alberton (2012) apresentam que os estádios são parte significativa de importantes destinos turísticos nacionais, considerando-os como notórios espaços de atração turística. Reforçando isso, Ferreira e Silva (2016) apontam a reforma do novo Mineirão como fator motivacional para ida ao estádio, ainda que haja motivações distintas ao esporte.

Correlacionando o turismo com estádios de futebol, Santos (2015) discute que o modelo de arenas favorece o turismo considerando a constituição de novos equipamentos ou produtos turísticos, comercializados e promovidos em ritmo crescente por agências, com venda de ingressos e pacote de jogos e assim, conseqüentemente, aumentando a procura pelos turistas. Esse processo de adaptação atesta uma estratégia de gestão e viabilidade econômica/financeira dos espaços esportivos, incorporando a ideia de atrativo turístico. A importância da criação/regeneração desses espaços, não apenas no aspecto tangível, é evidenciada por Uvinha, Romano e Wise (2020):

[...] amplia a importância e necessidade do uso da memória do futebol, por meio da identificação, mapeamento, catálogo e promoção do esporte para o lazer e o turismo de visitantes do local, preservando e promovendo o patrimônio cultural histórico brasileiro, aproveitando-se de cursos, atividades, centro de memória e difusão da cultura brasileira, não somente com partidas de futebol. (UVINHA, ROMANO, WISE, 2020, p.65, trad. nossa).

No quadro 14, são apresentadas as atividades previstas nos 12 estádios utilizados durante a Copa do Mundo FIFA 2014, especialmente no que se refere à frequência a museus e visitas às instalações esportivas em dias que não há

partidas oficiais de futebol. Reis (2017) identificou a realização de 1010 jogos oficiais entre as temporadas 2014-2017 nesses estádios, que correspondem a uma média de 253 partidas/ano e de 20 partidas realizadas por arena/ano, concluindo que as arenas para competições nacionais ainda são pouco aproveitadas.

Quadro 14 - Informativo sobre visitação nos estádios legados da Copa do Mundo no Brasil

Local	Estádio	Dias de Visitação*	Duração Média	Valor
Belo Horizonte (MG)	<i>Estádio do Mineirão</i>	Sexta, sábado, domingo e feriados das 11 às 17*	60 min	R\$ 50,00
Brasília (DF)	<i>Estádio Nacional Mané Garrincha</i>	Quarta aos Sábados das 10h às 17h	70 min	R\$ 55,00 R\$ 80 FDS
Cuiabá (MT)	<i>Arena Pantanal</i>	Não há visitação atualmente	-	-
Curitiba (PR)	<i>Arena da Baixada</i>	terça à domingo**, das 9h às 16h**	60 min	R\$ 40,00
Fortaleza (CE)	<i>Arena Castelão</i>	Segunda a Sexta**, das 9h às 16h mediante a agendamento prévio	-	R\$20,00
Manaus (AM)	<i>Arena da Amazônia</i>	Temporariamente Suspenso	-	R\$ 20,00
Natal (RN)	<i>Arena Dunas</i>	Segunda a Sábado**, entre 11h30 às 16h30	45 min	R\$ 40,00
Porto Alegre (RS)	<i>Estádio Beira-Rio</i>	Todos os dias, verificar agenda mensal **, das 10h às 18h	60 min	R\$ 50,00
Rio de Janeiro (RJ)	<i>Estádio do Maracanã</i>	Todos os dias**, entre 09h às 16h	40 min	R\$ 66,00
Salvador (BA)	<i>Itaipava Arena Fonte Nova</i>	Temporariamente Suspenso	-	R\$ 30,00
São Lourenço da Mata (PE)	<i>Itaipava Arena Pernambuco</i>	Apenas às Terças-Feiras às 09h30 às 16h	65 min	R\$ 10,00
São Paulo (SP)	<i>Neo Química Arena</i>	Todos os dias**, entre 10h às 16h00	65 min	R\$ 60,00 R\$ 80 FDS

Levantamento realizado em março de 2023.

** dias de partidas oficiais, o horário de funcionamento está sujeito a alterações

Fonte: Autor (2023)

No quadro 15, relacionam-se os estádios que possuem visitação em suas dependências como forma de utilização pelos turistas e pela população local e que não são classificados, necessariamente, como legados de megaeventos esportivos por não estarem associados a eventos realizados no país, como a Copa do Mundo FIFA e as Olimpíadas.

Neste, evidenciam-se a Arena Grêmio, o Allianz Parque, a Vila Belmiro e o Estádio do Morumbi como estádios-destaque em nível nacional com grande número de visitas e atividades “extracampo”, como shows, cursos, exposições,

entretenimento, centro de convenções, restaurantes temáticos, praças de alimentação, locais de práticas esportivas dentro de suas dependências:

Quadro 15 - Estádios Brasileiros com Tour Guiado por suas dependências

Estado	Estádio**	Dias de Visitação**	Duração Média	Valor
Belo Horizonte (MG)	<i>Arena Independência</i>	Todos os dias* das 9h às 17, obrigatório agendamento	60 min	R\$ 10,00
Curitiba (PR)	<i>Estádio Major Couto Pereira</i>	Terça à sábado e feriados das 10h às 16h*	50 min	R\$ 30,00
Goiânia (GO)	<i>Serra Dourada</i>	Segunda à sexta-feira*, das 8h às 11h e das 14 às 17h	60 min	Gratuito
Porto Alegre (RS)	<i>Arena Grêmio</i>	Todos os dias*, das 10 às 17h	70 min	R\$ 48,00
Rio de Janeiro (RJ)	<i>Estádio São Januário</i>	Terça à Sábado*, das 10h às 16h Domingo e Feriados* das 10h às 13h	80 min	R\$ 70,00
Rio de Janeiro (RJ)	<i>Estádio das Laranjeiras</i>	Segunda à Sexta-feira, das 10h às 16h Sábados, Domingo e Feriados das 10h às 15h	60 min	R\$ 30,00
Rio de Janeiro (RJ)	<i>Nilton Santos (Engenhão)</i>	Temporariamente Suspenso*	60 min	-
Santos (SP)	<i>Vila Belmiro</i>	Terça à Domingo*, das 9h às 18h Dez., Jan. e Fev. todos os dias	60 min	R\$ 50,00
São Paulo (SP)	<i>Allianz Parque</i>	Todos os dias*, das 10 às 17h	80 min	R\$ 80,00
São Paulo (SP)	<i>Estádio do Morumbi</i>	Todos os dias*, das 10 às 16h	70 min	R\$ 50,00

* Dias de eventos/partidas oficiais, o horário de funcionamento está sujeito a alterações.

Levantamento realizado em março de 2023. Estádios pertencentes a clubes da série A e série B do campeonato brasileiro de 2023. Existem outros tours como do Estádio Mangueirão (PA) que não foram analisados.

Fonte: Autor (2023)

Romano (2018) apresentou em seu estudo que a diversidade de atividades que ocorrem na Neo Química Arena – shows, palestras, convenções, formaturas, gravações de séries televisivas e eventos corporativos – receberam, no ano de 2016 um público de 50 mil pessoas em dias de não jogos, sendo que os dados referentes à 2017 revelam um evento a cada 2 dias. Já Amaral e Bastos (2011) discorrem sobre a gestão cada vez mais profissional dos estádios com diferentes oportunidades de fonte de renda.

Predomina a importância do Turismo Esportivo para a cidade de São Paulo e para o Brasil, no que tange à imagem e ao desenvolvimento do país em receber grande eventos de cunho internacional. Além dessas atividades, o turismo nacional

tem, no Turismo Esportivo, uma possibilidade de crescimento também no aspecto de criação de políticas de lazer e no uso desses espaços e equipamentos.

Entendendo a atividade turística como uma base importante para a proteção natural, histórica e cultural, por sua capacidade de mobilização econômica e política, defende-se o Turismo Esportivo também como uma prática cultural, associada ao lazer e que afirma valores e identidades, proporcionando a geração de renda e oportunidades para a população das localidades temáticas.

Considerações finais

Nas últimas duas décadas as pesquisas sobre Turismo Esportivo despontaram no país, seja pela tendência na busca de práticas de atividade física em ambientes diferentes, seja pelo momento da década de ouro no qual o Brasil se propôs a sediar os maiores megaeventos esportivos. Neste cenário, modalidades como o futebol assumiram um papel central no estímulo ao setor, consubstanciando eventos de destaque para a pesquisa científica na área como a Copa do Mundo FIFA.

Ainda que o ato de viajar por atrações esportivas ocorra desde o início do século XX, os estudos do fenômeno turístico esportivo ocorreram há pouco tempo, impulsionado pelo processo de globalização e mídia gerados principalmente pelos megaeventos esportivos, como destacado.

Com a obrigatoriedade de cumprir os pré-requisitos exigidos para realização do evento, bem como a oportunidade de catalisar investimentos de cunho econômico, social e ambiental, o turismo desponta como uma das áreas a usufruir desses possíveis legados para população local. Nesse aspecto, surgem as arenas esportivas, postulantes a se constituírem como o principal legado tangível desses megaeventos para a população e a infraestrutura construída ao seu redor.

Os altos investimentos financeiros e públicos na construção dessas arenas denotam a potencialidade e a necessidade no desenvolvimento do segmento de Turismo Esportivo nas cidades brasileiras, identificando as possibilidades de uso para o lazer e o turismo desses espaços.

O presente capítulo intentou contextualizar, conceituar e fomentar as diferentes formas de apropriar-se da prática esportiva, do turismo de eventos esportivos e do turismo de nostalgia, tendo entre outros o estádio de futebol como um atrativo turístico e cultural.

Ainda que reconhecidamente o Brasil seja o país do futebol, o universo acadêmico tem por objetivo desenvolver estudos aliado ao fomento à prática do Turismo Esportivo. Grupos de estudos, como o LUDENS (Núcleo Interdisciplinar de Estudos Sobre Futebol e Modalidades Lúdicas da Universidade de São Paulo), o GEFUT (Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas da Universidade Federal de Minas Gerais), e o GIEL (Grupo Interdisciplinar de Estudos do Lazer da Universidade de São Paulo) têm sobressaído na pesquisa e no ensino de graduação e de pós-graduação no país.

A oferta de disciplinas associadas ao Turismo Esportivo, como Futebol e Cultura da EEEFTO/UFMG; a História Sociocultural do Futebol da FFLCH/USP; Esportes de Aventura (graduação) e Lazer, Cultura e Sociedade (pós-graduação) da EACH/USP, onde se abordam o esporte em sua aproximação com o lazer e o turismo sob as mais distintas perspectivas. Bem como projetos de pesquisas relacionados ao turismo e ao esporte, como exemplo, desenvolvido pelo docente e pesquisador André Capraro, junto ao programa de Pós-Graduação e Graduação da UFPR.

Por fim, reconhece-se no presente capítulo a necessidade de ampliação das pesquisas e trabalhos científicos que analisem o impacto de equipamentos construídos para o fomento do esporte e sua atratividade turística (arenas esportivas, circuitos de Fórmula 1, estádios de futebol) no âmbito do meio sociocultural em que estão inseridos, bem como a criação de metodologias quantitativas e qualitativas de turistas/visitantes do segmento que possam aferir e qualificar o segmento de Turismo Esportivo.

Exercícios propostos para o leitor

- A) Na sua opinião, o Brasil possui potencial turístico no chamado segmento de Turismo Esportivo? Elenque ao menos dez produções acadêmicas (artigos científicos, livros/capítulos, teses/dissertações) que corroborem com o potencial turístico esportivo do país, identificando quais são as modalidades esportivas e quais são as cidades-sede brasileiras que se destacam/destacaram em tais estudos com os eventos esportivos.

1	Tipo de Produção	Título do trabalho	Ano de Publicação	Modalidade Esportiva	Cidade-Sede abordada	Consolidou-se como destino de Turismo Esportivo?	
						Sim	Não
2						Sim	Não
3						Sim	Não
4						Sim	Não
5						Sim	Não

6						Sim	Não
7						Sim	Não
8						Sim	Não
9						Sim	Não
10						Sim	Não

Fonte: Autor (2023)

- B) Para realização dos Jogos Olímpicos de 2024 e 2028, o Comitê Olímpico Internacional escolheu as sedes de Paris (França) e Los Angeles (USA), respectivamente. Já para Copa do Mundo Masculina, a FIFA escolheu os Estados Unidos, México e Canadá numa candidatura tripla para o ano de 2026. Reflita o porquê destes países terem apresentado tais candidaturas? Quais as possíveis expectativas sobre os impactos e legados (positivos e negativos) de tais megaeventos esportivos?



IMPACTOS POSITIVOS	LEGADOS POSITIVOS
IMPACTOS NEGATIVOS	LEGADOS NEGATIVOS

Fonte: Autor (2023), com uso dos logos públicos dos eventos

- C) Analise as imagens a seguir e responda: Quais ações você realizaria, como medidas de inclusão para o público do entorno do evento, se tivesse a oportunidade de atuar como gestor de um estádio de futebol, promotor de um grande evento esportivo como a Fórmula 1 ou o *Super Bowl*, ou ainda envolvido diretamente com políticas de Turismo e Lazer do seu Estado?



Fonte: Carlos Latuff (2004). Disponível em: <<https://operamundi.uol.com.br/opinia/35619/charge-do-latuff-maradona-fala-sobre-a-copa-do-mundo-ao-desembarcar-no-brasil>>. Acesso em 08 fev. 2021



Fonte: Jornal O Tempo. Redação. **Movimento reúne pichações e arte contra a Copa do Mundo no Brasil**. 02 jun. 2014. Disponível em: <<https://www.otempo.com.br/mobile/hotsites/copa-do-mundo-2014/movimento-reune-pichacoes-e-arte-contr-a-copa-do-mundo-no-brasil-1.856636?amp>>. Acesso em 09 fev. 2021



Fonte: Sergio Grisolia (2018). Disponível em:

<https://twitter.com/sergio_grisolia/status/1061677925144190978/photo/1>. Acesso em 09 fev. 2021.



Fonte: CNN. Take a look at these coveted Super Bowl tickets. 20 jan. 2017. Disponível em:

<<https://edition.cnn.com/2016/01/29/us/super-bowl-ticket-photos-kickoff-by-the-bay/index.html>>.

Acesso em 09 fev. 2021.

4.4. Turismo em Estádios: Constructo teórico integrativo sobre lazer, turismo e futebol

Stadium Tourism: An Integrative Theoretical Construct about Leisure, Tourism, and Football.

Resumo: O presente trabalho de cunho teórico, tem por objetivo apresentar o conceito de Turismo em Estádios. Para tal, define-se como a participação e/ou visitação em atividades turísticas e de lazer dentro de estádios com objetivo de cunho cultural, recreacional e/ou educacional, ainda que, motivado pela atividade em si. Para tal finalidade, dota-se na compreensão da atividade em si, baseada no espaço em que ela ocorra, simultaneamente, abrangendo e pertencendo aos conceitos correlatos que serão apresentados previamente. Postula-se, ainda, difundir o papel social e educativo do estádio de futebol, apropriando-se do constructo teórico integrativo sobre lazer, turismo e futebol.

Palavras-chave: turismo em estádios; arenas esportivas; lazer em estádios; atrativo turístico; patrimônio histórico

Abstract: The present theoretical work aims to present the concept of Tourism in Stadiums. To do so, it is defined as the participation and/or visitation in tourist and leisure activities within stadiums with the cultural, recreational and/or educational purpose, even if motivated by the activity itself. For this purpose, it is based on the understanding of the activity itself, based on the space in which it occurs, simultaneously encompassing and belonging to the related concepts that will be presented previously. It is also postulated to disseminate the social and educational role of the football stadium, appropriating the integrative theoretical construct about leisure, tourism, and football.

Keywords: tourism in stadiums; sports arenas; leisure in stadiums; tourist attraction; historical heritage.

Introdução

No discurso dos organizadores e dos governos locais, desponta-se a possibilidade dos benefícios que o megaevento esportivo oferta as cidades-sede, entretanto, não há uma discussão crítica e investigativa acerca dos processos de ordenação social influenciam nas estruturas de poder e nas definições de planejamentos estratégicos locais.

No que tange ao Brasil, maior atenção deveria ser dada à possibilidade de se atrair, para as praças futebolísticas, ou para outras formas de lazer inspiradas no futebol, o chamado “turista circunstancial”, cuja viagem tenha tido um motivo que não seja o futebol. (PAZ, 2009).

Por meio do esporte e dos megaeventos esportivos, o Brasil apresenta-se para a nação como uma nação modernizada, “desenvolvida” e globalmente competitiva, equiparando suas visões e ideais com o hemisfério norte do planeta. (MAHARAJ, 2015; HALL, WISE, 2019). Reside a tentativa de mostrar que, no Brasil, o turismo pode se beneficiar do futebol e, talvez, também beneficiá-lo, levando a um círculo virtuoso do qual ambos obtenham vantagens (PAZ, 2009).

Em que pesem todas as considerações críticas quanto aos exorbitantes gastos e às dificuldades de manutenção, entende-se que a Olimpíada 2016 ofereceu uma rica possibilidade de legado ao se tornar um agente indutor de melhorias da infraestrutura da cidade do Rio de Janeiro e das cidades-sede do futebol, já que impulsionaram, modernizaram e ampliaram a oferta de transporte público; aceleraram programas de valorização do meio ambiente; impulsionaram a agenda social e educacional; além de se tornar poderosa plataforma para divulgação internacional do país, algo especialmente relevante ao setor de turismo. (UVINHA, 2016, p.729).

Após a sequência de eventos organizados por países em desenvolvimento, como China (2008), África do Sul (2010), Brasil (2014 e 2016), Rússia (2016 e 2018), percebe-se o menor interesse dos países em sediar esses megaeventos, corroborado pelos altos custos, baixa rentabilidade a curto prazo, dificuldade na exequibilidade de planos e ações, despontam como motivações para retiradas consecutivas de candidatura, como descrito por Rocha (2020),

No final de 2018, uma das três cidades que ainda estava no páreo para sediar os Jogos Olímpicos de Inverno de 2026 Calgary, no Canadá realizou um plebiscito entre seus habitantes para consultar o interesse geral em sediar esse megaevento. Sem surpresa, a maioria dos que participaram da votação (dos votantes) rejeitou a candidatura, sendo um dos principais motivos a incerteza em relação aos custos da empreitada e quem iria pagar por ela. Segundo porta voz do Comitê Olímpico Internacional (ainda que o resultado não tenha sido uma surpresa para a entidade, “É desapontador que os argumentos sobre os benefícios esportivos e sociais de longo prazo de sediar os Jogos Olímpicos não tenham arrebanhado os votos”.(ROCHA, 2020, p.154)

Nesse sentido, o aumento dos custos dispendidos pelos organizadores locais não justifica o discurso de oferta de legados positivos, ainda que resultem em infraestruturas não esportivas. Os Jogos Olímpicos de Inverno da Rússia em 2014, alcançaram o patamar inimaginável de cerca de US\$55 bilhões de dólares. Wise (2020) aponta ainda a necessidade de se acompanhar o bloco de países denominado MINT - México, Indonésia, Nigéria e Turquia, além das economias emergentes dos Emirados Árabes Unidos e Catar que estão se consolidando no âmbito de turismo e no segmento de turismo esportivo.

Os estudos a seguir, apresentam novas concepções metodológicas nas pesquisas sobre megaeventos esportivos, evidenciando possibilidades de aferir por meio de novos modelos teóricos, bem como, apresentar possibilidades de futuros estudos que abordem a dimensão ambiental, gênero, marketing de destino, mudanças em leis locais, e novas teorias e possibilidades dentro da temática de megaeventos esportivos.

Para alcançar os objetivos propostos, usufrui-se do método da revisão integrativa de literatura, este método ainda é incipiente na área de turismo e das ciências sociais, entretanto, na área de saúde (enfermagem) vem sendo cada vez mais utilizado, por ser uma abordagem mais ampla referente às revisões, incluindo estudos experimentais, teóricos e empíricos, ampliando amostra e gerando panorama da área, “incorporando um vasto leque de propósitos: definição de conceitos, revisão de teorias e evidências” (SOUZA, SILVA, CARVALHO, 2016; TORRACO, 2016).

Para Botelho, Cunha e Macedo (2011) o método da revisão integrativa viabiliza sistematizar o conhecimento científico de outras áreas do saber, aproximando o pesquisador a um panorama real sobre a produção e a possibilidade de evolução dos estudos acerca da temática. Por meio dessa premissa, que o presente trabalho usufrui das diferentes áreas do saber de estádios como espaços de lazer, turismo e desenvolvimento social.

A revisão integrativa da literatura é uma forma distinta de pesquisa que gera novos conhecimentos sobre um tópico por meio da revisão, crítica e síntese da literatura representativa sobre um tópico de forma integrada para que novos quadros e perspectivas sobre o tema sejam gerados (TORRACO, 2016, p.62).

Contextualização Histórica: Os legados de megaeventos esportivos e a interface com o turismo

Entre os anos de 2007 e 2016, o Brasil propôs-se a sediar os principais megaeventos esportivos mundiais, como estratégia política e econômica de crescimento internacional, com objetivo de melhorar a imagem e demonstrar o potencial do país, não somente por seus atrativos turísticos, mas possibilitando ofertar para população infraestrutura necessária para o aporte desses megaeventos e, posteriormente, utilização como legados de megaeventos esportivos.

A multidisciplinariedade e a transdisciplinariedade de áreas que estudam a temática de megaeventos esportivos, corroboram com a dificuldade de conceituação aceita de maneira unanime, nesse sentido, é necessário ressaltar que o conceito de megaeventos esportivos, é fruto da fragmentação de estudos sobre megaeventos, ou seja, existem outros tipos de megaeventos como os musicais e os de entretenimento, por exemplo. Ainda que tenha ocorrido avanços o presente trabalho usufrui do conceito de Romano (2018) no qual define megaeventos esportivos,

[...] como eventos que acontecem em recorrente periodicidade e representam diferentes países, possui milhares de visitantes e elevados níveis de mídias

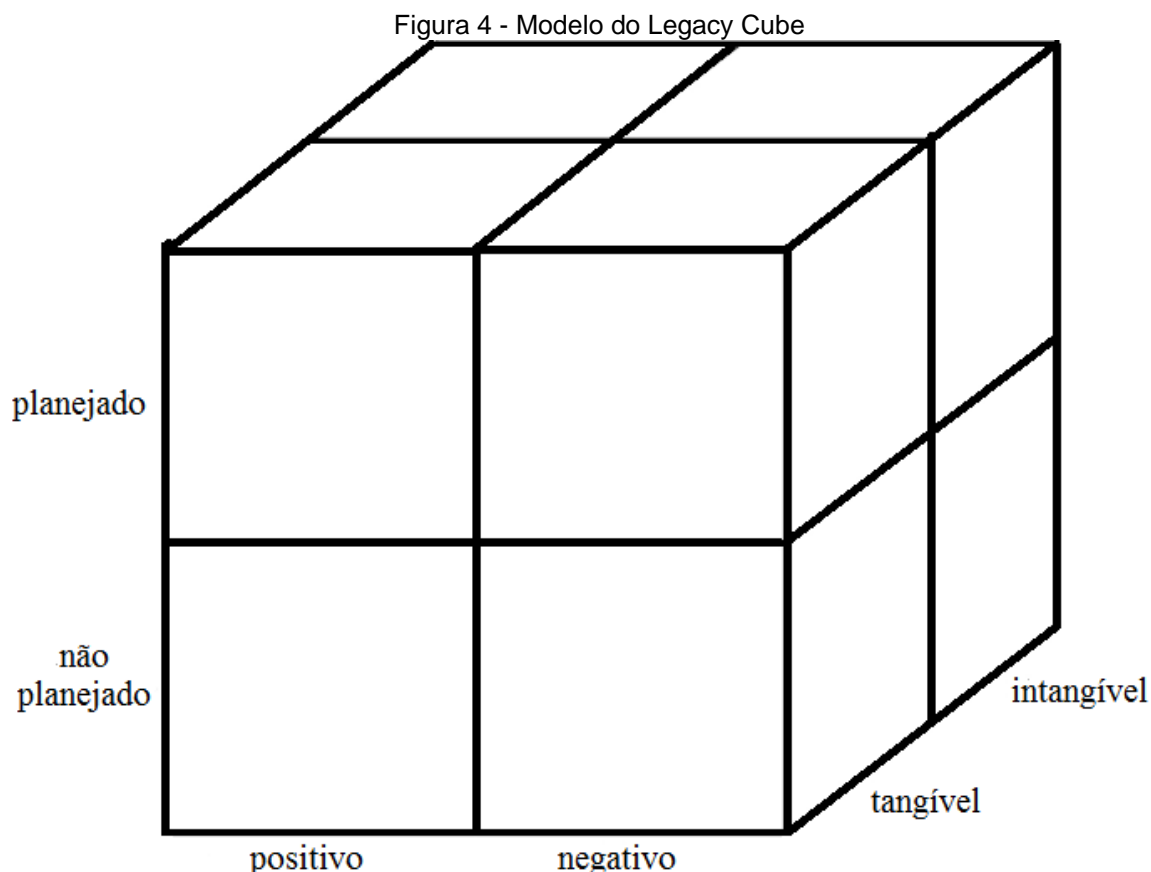
de comunicação global. Tal modalidade usufrui do planejamento prévio com capacidade de catalisar investimentos e desenvolver legados positivos de cunho social, ambiental e econômico, minimizando os negativos, em diferentes áreas para a população da cidade anfitriã. (ROMANO, 2018, p.34).

A área de turismo é salientada por usufruir dos espaços e dos legados tangíveis e intangíveis que são ofertados pelos megaeventos esportivos, a compreensão de legado pode ser definida como “um dom de propriedade pessoal por vontade’ ou como ‘qualquer coisa transmitida do passado, a partir de um ancestral ou antecessor”’. (AGHA *et al.*, 2012, p. 131).

Koenigstorfer et al. (2019) apontam o resultado inconclusivo sobre os legados de sediar um evento esportivo, destaque para os vieses encontrados nesses estudos como definição pouco clara e tendenciosa na pesquisa com grupos relevantes, prazos curtos para compreensão de legados, e baixo nível de correlação entre causa-efeito no processo de produção de um legado, sem especificação a mudanças em nível humano e urbano.

Em seu estudo, Holger Preuss (2007a) define legado como um conceito tridimensional, sugerindo que os legados podem ser planejados ou não planejados, positivos ou negativos, tangíveis ou intangíveis. De maneira concisa, Gratton & Preuss (2008, p.1924) conceituam legado, como: “[...] estruturas planejadas e estruturas não-planejadas, positivos e negativos, intangível e tangível criado por meio de um evento de esporte que permanecem após o evento”.

A definição de legado apresentado por Preuss (2007c) por meio do *legacy cube* (figura 4) desponta como conceito mais aceito pelo referencial teórico, onde duas dimensões são analisadas: impacto em curso e o tempo de ocorrência, pode representar resultados (previsíveis ou estimados) ou pela intervenção dos organizadores (planejados ou não planejados). E pela categoria de tangível (sendo ela mensurável, quantificável e suscetível a análises) e intangível (mensuração não é exata, difícil quantificação e análise subjetiva).



Fonte: Gratton e Preuss (2008)

Uma das medidas marcantes a curto prazo, porém visando o longo prazo, é o conceito de '*legacy momentum*' ou 'momento legado' (LERI, 2007; MACRURY, 2008; POYNTER, 2008). Descrito como a capacidade de melhoria contínua na governança das instituições intervenientes no legado; do engajamento comunitário e mobilização da sociedade local em termos de renovação contínua de seus legados. Sendo assim, o legado se realiza e se renova com estabilidade e continuidade em prazos longos.

O pressuposto fundamental do *legacy momentum* é do planejamento antecipado das ações que o levam ao estágio de sustentabilidade uma vez que legado não é alcançado, é um resultado, um processo de desenvolvimento por encadeamentos sucessivos do capital social e das estruturas da governança local. (LERI, 2007, p.73).

Dessa forma, compreende-se com a capacidade imediata da cidade de crescer novamente, após decréscimo natural da atividade econômica pós sede de megaeventos. Para que isso aconteça é necessário planos, metas e ações de regeneração, transformando as fraquezas em vantagens, promovendo inovações por meio do conhecimento adquirido na preparação e organização do evento (ROMANO, 2018).

No que tange a identificação dos legados para o Brasil pós realização da Copa do Mundo 2014, os autores Bondarik, Pilatti e Horst (2020) apontaram que não foram cumpridos os investimentos previstos, subestimando os gastos e a possibilidade de legado, especialmente, no setor de turismo que manteve-se estagnado durante os anos subsequentes a realização do megaevento, resultando perda de oportunidade de desenvolvimento econômico no setor de turismo e mobilidade urbana.

Wise, Badurina e Peric (2020) apresentaram a percepção dos moradores croatas sobre *placemaking* antes de sediar eventos em larga escala, dentre os resultados, as variáveis de consciência e entusiasmo parecem influenciar a participação e a influência positiva que esses eventos podem causar a cidade, a análise quando diferenciada por gênero, aponta um nível estatisticamente significativo no entusiasmo e participação feminina.

Este estudo é importante para análise comparativa no ciclo de vida dos eventos, bem como oferta a população a possibilidade de participação na execução dos megaeventos anterior e posterior, com influências na criação de políticas públicas e atividades que promovam a inclusão, gerando a possibilidade de legados positivos.

Estudo ofertado por Dogan Gursoy *et al.* (2016) não sugeriu relações significativas entre percepções de impacto e apoio no tangente a confiança no governo, entre o comitê organizador e as percepções de impacto negativo, ainda que haja uma relação positiva entre eles. Ainda que este trabalho utilize a Teoria do Intercâmbio Social [SET], essa abordagem acredita que os resultados positivos excedam os negativos e que os moradores locais provavelmente apoiarão a realização desses megaeventos.

Entretanto os pesquisadores Smith, Riticie e Chien (2019) rechaçam o uso da teoria por considerá-la superficial, simplificada e sem sentido, justificado pelo enfoque nos resultados finais e ignorando o aspecto de troca de recursos da teoria e como os constantes movimentos evoluem (ou não) com o passar do tempo, os autores transcendem a análise com a exemplificação,

A maioria dos pesquisadores ignora o aspecto de troca de recursos da teoria – o dar e tomar envolvidos – focando demais nos resultados. A pesquisa é necessária para entender melhor as contribuições que os residentes fazem tanto ativamente (voluntariado, atendimento) ou passivamente (tolerando inconveniências, pagando impostos extras), quanto o que ganham ou perdem – pessoal e coletivamente – em troca. (SMITH, RITICIE, CHIEN, 2019, p.208, tradução nossa).

No primeiro momento não há uma conceituação concisa, entretanto, faz-se distinção sobre o Turismo Esportivo e do turismo de eventos esportivos, salientando a diferença para o fator motivacional e pela modalidade, onde o TEE é realizado em função de qualquer modalidade, já o TE necessita de infraestrutura e um lugar específico.

Turismo de Eventos

A interdependência entre turismo e esporte concebeu um novo conceito. De acordo com, o Turismo de Eventos Esportivos é conceituado como “[...] atividades que utilizam dos turistas enquanto espectadores, considerando-se a pessoa com esse tipo de participação no Turismo Esportivo como turista espectador esportivo” (CARVALHO; LORENÇO, 2009, p.127). Portanto, envolvendo turistas que viajam para assistir um evento e não sua participação, necessitando de uma análise multidisciplinar entre turismo e esportes.

Alguns locais foram construídos para melhorar as chances do anfitrião de atrair eventos futuros. Essa estratégia pode ser arriscada, uma vez que a concorrência para sediar eventos mais populares cresceu substancialmente e vários locais incluídos neste estudo não conseguiram apresentar com sucesso propostas para eventos futuros. (ALM et al., 2016, p.580, tradução nossa)

Cho e Clemens (2020) correlacionou lazer, turismo e eventos esportivos nos Estados Unidos com objetivo de examinar a frequência de viagens, a participação nos eventos e os níveis de satisfação dos atrativos, apontou a necessidade de criação de estratégias para atrair mais participantes de lazer por meio do turismo de eventos esportivos.

Na ótica de Willian O’Toole (2011) uma das premissas de avaliação e promoção de eventos é a possibilidade de utilizar investimentos públicos na licitação de infraestrutura de cidades-sede, alavancando o turismo local de longo prazo mediante eventos. E esses eventos são parte integrante de um portfólio para a cidade, que a “qualifica” em escala global como promotora de eventos de escala de megaeventos, nesse sentido Getz e Page (2016) desenvolveram a pirâmide do portfólio esportivo, conforme figura 5.

Figura 5 - O portfólio dos eventos esportivos por tipo, sazonalidade, mercados-alvo e valor



Fonte: Traduzido de Getz e Page (2016, p.596).

Os autores ainda discutem o conceito de “*hallmark events*”, que se pode considerar “*eventos marcantes*” de pequena escala como feiras, exposições, eventos que descrevam e promovam a cultura local da comunidade anfitriã. Esse conceito abordado por Ritchie (1984) foi aprimorado por Getz (2005) no qual conceitua o turismo de eventos marcantes vinculados à criação de imagens, marketing de destino, onde ‘*hallmark*’,

descreve um evento que possui tal significado, em termos de tradição, atratividade, qualidade ou publicidade que o evento proporciona ao local de hospedagem, comunidade ou destino uma vantagem competitiva. Com o tempo, o evento e o destino podem se tornar indissociáveis. (GETZ, 2005, p.16, tradução nossa).

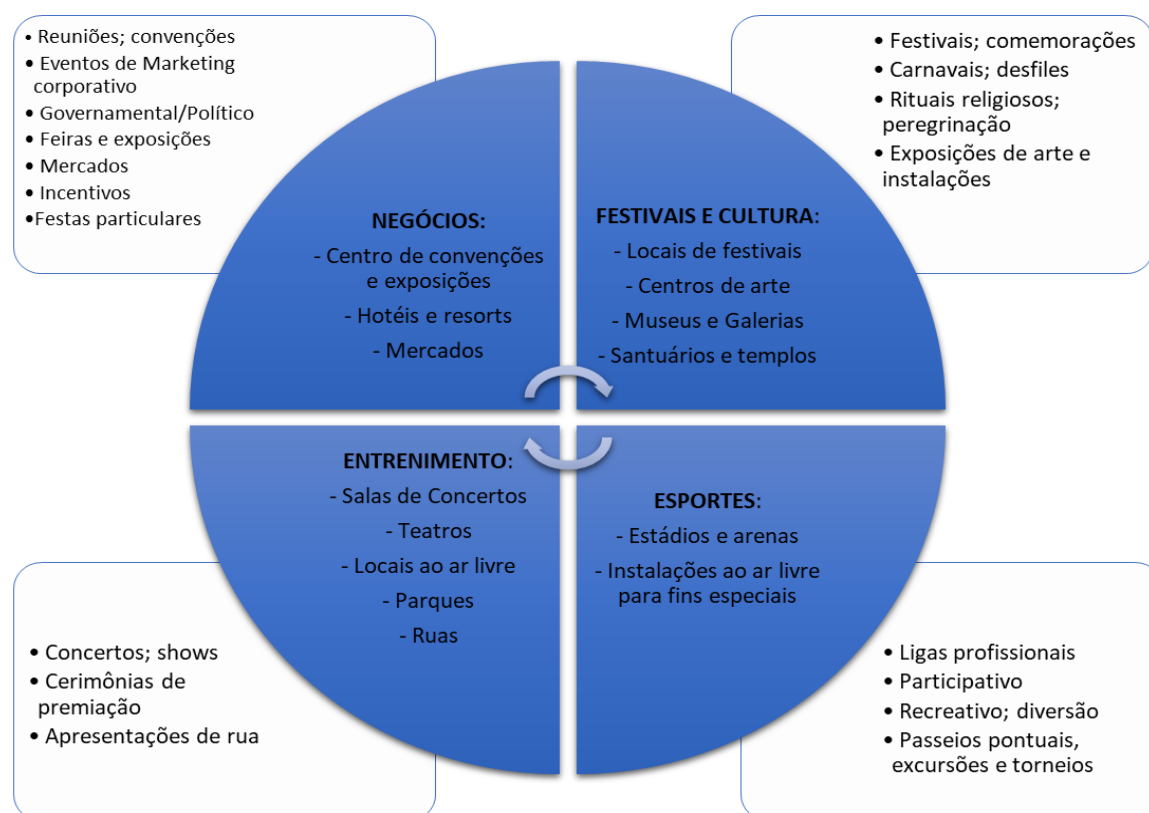
Salienta-se que esses eventos de curta duração e possui como principal vantagem a financeira, se comparada a realização dos megaeventos esportivos, dispense-se de uma pequena fração de recursos para sua realização, entretanto, os aspectos negativos que podem ocasionar é a sazonalidade, bem como essa tradição seja local e que não atraia um grande número de turistas.

Acerca do levantamento de temas mais abordados em pesquisas de Turismo Esportivo, Mike Weed (2006) ressalta o turismo de eventos esportivos (40%) e os artigos que salientam o comportamento, perfil e motivação dos turistas esportivos (38%). Salienta-se que o TE ao ar livre e de aventura somaram 29% dos artigos, o que nos sugere a aproximação entre os segmentos de Turismo Esportivo e Turismo de Aventura que se distingue posteriormente.

Talvez valha a pena notar que os autores de muitos dos artigos que discutem o turismo de esportes ao ar livre e de aventura raramente identificam o trabalho como fazendo parte da área de turismo esportivo, enquanto os autores que trabalham em eventos e esportes de esqui/inverno geralmente o fazem. (WEED, 2006, p.13, tradução nossa).

Getz e Page (2016) discorrem que os eventos esportivos além de ser fatores de atratividade para o destino turístico usufruindo da infraestrutura pré-existente e minimizando a sazonalidade, essencialmente, são propostas de marketing e de promoção de locais, visto que cada vez mais o nível competitivo global tem aumentado.

Figura 6 - Tipologia de eventos e locais planejados: uma perspectiva de evento-turismo



Fonte: Traduzido de Getz e Page (2016, p.594)

A figura 6 descreve a tipologia de eventos turísticos planejados, eles são criados com o propósito de caracterização por profissionais e empreendedores a partir de iniciativas individuais e comunitárias, elas são subdivididas em quatro categorias principais. O destaque para as arenas esportivas pode representar ao menos três dessas categorias em sua totalidade, e os eventos empresariais que não necessitem de hospedagem ou infraestrutura de resorts.

Eventos empresariais (ou o setor MICE) exigem centros de convenções e exposições, incluindo numerosas festas privadas menores e funções realizadas em restaurantes, hotéis ou resorts. Os esportes também exigem

instalações especiais, incluindo parques esportivos, arenas e estádios. Festivais e outras celebrações culturais são menos dependentes de instalações e podem usar parques, ruas, teatros, salas de concerto e todos os outros espaços públicos ou privados. Eventos de entretenimento, como concertos, geralmente são fornecidos pelo setor privado e utilizam muitos tipos de local. (GETZ, PAGE, 2016, p.595, tradução nossa).

O estudo de Yeh, Ling e Huang (2018) evidenciam a importância dos megaeventos esportivos para a difusão do Turismo Esportivo, na qual a infraestrutura criada para apoiar esses megaeventos geram subsídios e possibilidades de adotar eventos menores, possibilitando melhorias nos âmbitos sociais, ambientais e econômicos.

Há um corpo crescente de conhecimento surgindo na gestão do turismo sobre o valor dos estudos futuros e sua contribuição para entender as futuras mudanças nas questões de demanda e oferta e como elas podem impactar o turismo. A literatura atual em estudos de eventos ainda está em sua infância com grande parte do turismo e mais amplo. (GETZ, PAGE, 2016, p.618, tradução nossa).

Peter Tarlow (2017) analisa os eventos esportivos sob ótica do esporte como uma atração turística, tendo como panorama a cidade do Rio de Janeiro durante as Olimpíadas de 2016. O autor oferece um novo olhar de viajantes esportivos categorizados a partir das variáveis: I) Gênero; II) Faixa Etária; III) Atletas Profissionais ou Amadores; IV) Atletas Famosos ou Atletas não conhecidos; V) Equipes esportivas ou Jogadores Individuais.

De acordo com Uvinha et al. (2018), podemos caracterizar os turistas de eventos esportivos de acordo com seu envolvimento, classificando-os como: Ativos (jogadores, participantes) ou Passivos (visitantes, observadores). Já os eventos podem ser classificados em: Anuais (NBA, NFL, Fórmula 1, Champions League) ou Pouco Frequentes (Olimpíadas e Copa do Mundo), que são realizados a cada dois anos ou mais.

A vertente mais utilizada é considerar o TE como uma experiência, abrangendo a participação além do propósito de viagem, entretanto, perde-se a abordagem de participação ou comportamento desse visitante, o que deve e precisa ser abordado pelo TE. De certo, uma das possibilidades é o Turismo Esportivo de Experiência, na qual a interação entre atividade, pessoa e lugar (WEED, 2005) promova uma experiência turística única ao visitante (WEED, 2008).

Patrimônio Histórico Cultural

Os autores Mosko e Munsters (2018) discorrem sobre o comportamento cultural, na qual um visitante que planeja usufruir do seu lazer em estádios, museus esportivos ou viajando para prática esportiva, isso deve ser analisado sob uma perspectiva cultural relacionada ao esporte. Ainda que essa interação ocorra cada vez mais, as publicações não obtiveram o mesmo crescimento que outras categorias, como o turismo cultural religioso ou o turismo cultural gastronômico.

A viagem esportiva inclui viagens culturais baseadas no esporte, que permitem aprender sobre o patrimônio material/tangível e não material/imaterial do esporte. É por isso que o turismo esportivo pode ser considerado como uma forma específica de turismo cultural (MOSKO E MUNSTERS, 2018, p.26, tradução nossa).

O estudo de Ramshaw e Gammon (2005) apontam a utilização do termo “*Heritage Tourism*” ao invés de “*Nostalgia Tourism*”, essa alteração deve-se aos aspectos negativos da memória e das questões de conflitos sociais, políticas e culturais existentes e que não deve ser celebrado, muito menos ofertar uma sensação de nostalgia negativa. Ainda que essa definição não seja aceita por completo, salienta a diminuição da utilização do termo “Turismo de Nostalgia”, sendo alterado pelo termo “Turismo de Patrimônio Esportivo”,

Além disso, propusemos que muitas heranças esportivas se enquadram em duas categorias que, novamente, podem ser permeáveis: a herança do esporte (*Heritage of Sports*) em que a herança é sobre o esporte em si, sejam jogos, recordes e conquistas famosas, e esporte como patrimônio (*sport as heritage*) pelo qual o feito esportivo tem implicações sociais, culturais e políticas mais amplas. (RAMSHAW, GAMMON, 2017, p.116, grifo nosso, tradução nossa)

Ramshaw (2011) abordou pioneiramente as relações entre esporte e o patrimônio cultural, evidenciando ações nesse tipo de relação: a ligação entre o patrimônio e o legado; a relação com a globalização e as dimensões humanas do patrimônio esportivo, estruturando o conceito de herança esportiva e as implicações nos atrativos turísticos.

as atrações do patrimônio esportivo empregam construções espaciais e temporais particulares que enfatizam o legado e não a história, em grande parte porque as noções de crise são uma característica central do patrimônio esportivo. A ênfase no legado torna as atrações do patrimônio esportivo tanto cultural quanto economicamente significativas, pois uma sensação de continuidade não só cria uma impressão de estabilidade e longevidade, mas também relevância contemporânea. Construções de legado também combatem noções de declínio, um traço robusto das construções patrimoniais. (RAMSHAW, 2011, p.4, tradução nossa)

Em estudo Ramshaw e Gammon (2017) ampliam a discussão do termo “*heritage*” no âmbito do Turismo Esportivo como algo relativamente novo e que aborda o patrimônio como uma representação histórica pertencente ao Turismo Esportivo, entretanto espera-se uma abordagem crítica acerca desses usos. Na perspectiva, das implicações nas quais o turista busca ações além do campo de jogo, experimentando a visita, vivência em atrativos esportivos que possa promover e afirmar o patrimônio local e nacional.

Patrimônios esportivos não são benignos, podendo ser veículos para muitas iniciativas sociais, políticas e econômicas que têm resultados positivos e negativos – tanto para o Turismo Esportivo quanto para outros campos do conhecimento. Além da ideia de simplesmente reconhecer que o patrimônio faz parte do Turismo Esportivo, devemos agora entender mais sobre como funciona. (RAMSHAW; GAMMON, 2017, p.128, tradução nossa).

Mosko e Munsters (2018) correlacionaram os conceitos de patrimônio cultural, o esporte e o turismo, com base no potencial turístico cultural da Polônia, como resultado da pesquisa, os autores concluem que a pesquisa sobre o patrimônio esportivo à luz do turismo ainda é um terreno acadêmico desconhecido e o desenvolvimento do turismo relacionado ao patrimônio esportivo também é insuficiente, dado o potencial deste mercado.

Cho, Joo e Woosnam (2020) validaram o teste de confiabilidade e validade transcultural, ou seja, aplicabilidade do teste em outra modalidade esportiva e em diferentes nações, os resultados foram significativos tanto aos níveis individuais quanto em grupos, sugerindo a possibilidade de aplicação em estudos de turismo de nostalgia na mesma estrutura de 29 itens e 5 fatores aplicáveis. Uma além da prevista por Cho *et al.* (2017), a nostalgia esportiva como experiência bifurcada em dois fatores, um para uma equipe e outro para ambientes.

Cho *et al.* (2017) em seu artigo objetivaram construir um modelo teórico de análise do turista esportivo de nostalgia, para tal desenvolveram uma “Escala de Nostalgia para o Turismo Esportivo – NSST, com objetivo de classificar e medir a possibilidade estrutural e o propósito de visita, baseada em duas dimensões e em quatro classificações.

Uma classificação de dois por dois da nostalgia esportiva composta de duas dimensões: (a) estrutura e (b) propósito[...]. Dependendo de sua estrutura, a nostalgia esportiva pode ser baseada em objetos ou interpessoais baseadas em relacionamentos. Com base em seu propósito, pode haver nostalgia esportiva baseada em experiência e nostalgia esportiva baseada em identidade. A primeira dimensão (ou seja, estrutura) ressalta a importância de ambos os objetos (ou seja, pessoas, lugares e coisas) e a

experiência social como canais estruturantes para a nostalgia esportiva. A segunda dimensão (ou seja, propósito) está relacionada ao valor e às atividades atribuídas pelos indivíduos às suas experiências passadas e como os memories podem reforçar ou fornecer continuidade de sua identidade. Esta classificação de dois por dois inclui quatro fatores de nostalgia esportiva: (a) experiência, (b) socialização, (c) identidade pessoal e (d) identidade de grupo. (CHO, JOO, WOOSNAM, 2020, p.627, tradução nossa).

Na tentativa de compreender a importância da nostalgia para o turismo, Joyce Wang (2023) aponta o afeto positivo associado a nostalgia, especialmente, em locais que promovam suas preferências e experiências anteriores, e no turismo pode-se encontrar essas atividades no turismo de patrimônio, no turismo esportivo e no turismo cinematográfico, recentemente, utilizado também como forma de enfrentamento psicológico devido a pandemia de Covid-19.

Usufruindo da segmentação de Turismo de Nostalgia, para a pesquisadora Anna Woodham (2016) o TE deve ser compreendido por duas formas básicas: o Turismo Esportivo Ativo, baseado na prática de esportes, principalmente por meio da participação física em competições e o Turismo Esportivo Passivo, que inclui participar de eventos esportivos como espectador e visitar atrações como turista esportivo.

Tanto o Turismo Esportivo ativo quanto o passivo têm um forte elemento cultural porque o esporte é, como se nota, um elemento crucial da vida cotidiana, praticar e assistir esportes sempre pertenceu às formas mais comuns de comportamento cultural. A viagem esportiva inclui viagens culturais baseadas no esporte, que permitem aprender sobre o patrimônio material/tangível e não material/imaterial do esporte. É por isso que o Turismo Esportivo pode ser considerado como uma forma específica de turismo cultural (MOSKO, MUNSTERS, 2018, p.26, tradução nossa).

O Turismo de Nostalgia é o mais controverso (PINHEIRO, ALBERTON, 2012), pela literatura e sofreu diversas mutações e denominações ao longo do processo evolutivo do TE que pode estar associado a uma curiosidade intelectual, de veneração ou relacionado à cultura. Representa a área mais atual na literatura, com base nas construções de (re)significados tanto para os visitantes quanto aos atrativos turísticos.

Outra importante associação do turismo esportivo ao patrimônio cultural diz respeito ao conceito de identidade social (OLIVEIRA; CAPRARO, 2020a) e clube-global (GIULIANOTTI; ROBERTSON, 2004), no qual se trata a relação da seleção brasileira de futebol como transcendente e de difusão mundial, criando uma identidade de futebol “raiz, dribladora e inigualável” e consolidado mundialmente o Brasil como “O país do futebol”. Por meio dessas novas possibilidades de metodologias de análise sobre os legados de megaeventos esportivos, pode-se concluir que a área tem

apresentado constante evolução e diversificação nos conteúdos abordados em cada uma das pesquisas.

Salienta-se que os estudos sobre Turismo Esportivo e Patrimônio Cultural são recentes, caracterizados pelo uso de novas metodologias de análise conforme Weed (2006) havia solicitado, nessa perspectiva corroboram ao trabalho de Mollah, Cuskelly e Hill (2021) em revisão da literatura sobre o desenvolvimento do turismo esportivo e do engajamento colaborativo das áreas de turismo, esportes e outras áreas. O estudo revelou uma amostra limitada no uso de quadros teóricos, centrados no esporte, eventos esportivos, gestão e turismo esportivo. Sugerindo futuras pesquisas com métodos mistos e o fomento de estratégias colaborativas dentro das diferentes teorias existentes.

Lazer Sérió & Lazer Esportivo

Pesquisas na área de Turismo Esportivo são redigidas e lidas regularmente por pesquisadores das áreas de lazer, turismo e esporte e que de tal forma, acabam moldando a percepção da extensão da área de Turismo Esportivo moldando para futuras pesquisas (WEED, 2006).

Mike Weed (2009) realizou uma nova meta-análise de pesquisas entre 2000 e 2008, realizou previsões acerca do Turismo Esportivo, no qual salienta para área três segmentos: Gestão do Turismo Esportivo, gerenciamento para garantia de benefícios, planejamento, dimensão dos aspectos negativos no que tange segurança, economia e sustentabilidade; Conhecimento do Turismo Esportivo, necessidade de maior teorização acerca do TE, usufruindo do conceito de “lazer sério” para compreender a participação no TE e Conceituação do Turismo Esportivo, destaque às diferenças de terminologia, conceituação e a relação do turismo e com o esporte.

Os motivos pelo qual o Turismo Esportivo não ter se desenvolvido tão rapidamente quanto o esperado é base do artigo de Gammon, Ramshaw e Wright (2017) e apontam dentre outras questões, a pouca exploração dos estudos do lazer—além de outras fontes de conhecimento. O uso do TE para apoiar uma teoria em turismo, ao invés de usar a teoria do Turismo Esportivo como meio de encontrar novos resultados, explorando a essência do TE.

No que diz respeito a abordagem do turista esportivo e o lazer esportivo, apresenta-se os artigos de Silva, Marques e Pinto (2015) e Ribeiro e Amaral (2016) que partem do pressuposto teórico do turismo como parte integrante dos conteúdos

culturais do lazer, corroborando ao conteúdo físico-esportivo. Além da análise das políticas públicas de lazer. Ainda que o procedimento metodológico enverede para análises diferentes, são as primeiras correlações nacionais no que tange o lazer e o turismo esportivo. O presente trabalho visa investigar os conceitos de lazer esportivo e do TE, investigando quais possibilidades de mitigar ou difundir os conceitos abordados.

Para o pesquisador James Higham (2021) o futuro do turismo esportivo deverá enfrentar significantes desafios acerca da saúde global, degradação do meio ambiente, esgotamento de recursos naturais, aumento na desigualdade social e mudanças climáticas. Com interface as forças socioculturais, econômicas e políticas incidir diretamente na transformação da sociedade e no setor de turismo esportivo do mundo.

Desde os meus primeiros escritos no Turismo Esportivo, sempre defendi que ideias e conceitos do campo dos estudos de lazer tinham o potencial de produzir insights valiosos quando aplicados ao Turismo Esportivo. Com o recente foco no bem-estar e na qualidade de vida ligado à experiência, eu argumento mais uma vez, os estudiosos do lazer vêm contribuindo para a nossa compreensão nesses domínios desde a gênese do campo e ainda têm muito a oferecer. [...] voltarei mais uma vez a defender os estudos de lazer como nos proporcionando uma riqueza de conhecimento para entender questões relacionadas à experiência no trabalho de Turismo Esportivo; o lazer também tem muito a oferecer pesquisas de eventos! (GIBSON, 2017, p.156, tradução nossa).

A teoria do lazer sério, desenvolvida pelo sociólogo canadense Robert A. Stebbins (2007), propõe que o lazer pode ser visto como um compromisso sério e significativo na vida das pessoas, e não apenas como um passatempo ou atividade de entretenimento sem importância. De acordo com Stebbins (1997, 2001, 2007), o lazer sério é caracterizado por três elementos: a atividade é uma escolha livre, é altamente estruturada e envolve a aquisição e exibição de habilidades. Exemplos de lazer sério incluem hobbies, atividades esportivas amadoras, voluntariado e outras formas de envolvimento comunitário.

A teoria do lazer sério sugere que o estudo dessas atividades pode fornecer insights valiosos sobre as motivações, experiências e formas de organização das pessoas em suas vidas cotidianas. Para Stebbins (1992, 2007) define o lazer sério como,

[O lazer sério é] a busca sistemática de uma atividade principal amadora, de hobby ou voluntária que é altamente substancial, interessante e gratificante e na qual, no caso típico, os participantes encontram uma carreira adquirindo e expressando uma combinação de habilidades especiais, conhecimento e experiência (STEBBINS, 1992, p.3).

O adjetivo "sério" (uma palavra frequentemente usada pelos entrevistados de pesquisa de Stebbins) incorpora qualidades como seriedade, sinceridade, importância e cuidado. Esse adjetivo, basicamente um termo popular, sinaliza a importância desses três tipos de atividade na vida cotidiana dos participantes, uma vez que a busca por essas três atividades eventualmente gera uma realização pessoal profunda.

De acordo com Juliana Matte (2021), na Perspectiva do Lazer sério oferece uma classificação e explicação de todas atividades e experiências do lazer, a partir do enquadramento nas condições sociais, psicológicas, culturais, geográficas e históricas de cada atividade." (p.48). Na qual cada tipo, ou combinações, oferta interesse na busca do desenvolvimento. Nesse sentido, apresenta três classificações: amadorismo, *hobbysta*, voluntariado.

prática de hobby ou hobbysta – prática séria e comprometida com empreendimentos, embora frequentemente não implique necessidade ou obrigação de engajamento. Não se trata de uma prática diletante ou realizada por pessoas sem objetivo fazendo algo como uma diversão temporária, mas de uma busca especializada que constitui, além de um passatempo, uma atividade que a pessoa acha particularmente interessante e gosta de fazer por causa de seus benefícios duradouros.(MATTE, 2021, p.49)

Tanto na teoria do turismo em estádios (ROMANO, 2023) quanto na teoria do lazer sério (STEBBINS, 1992, 2005), pode-se relacionar o praticante de hobby acerca da sua seletividade e imperativismo, se enquadrando na categoria de passatempos sérios, que exigem tempo, investimento substancial e nível de especialização. Nessa categoria, pode-se abordar os visitantes de estádios de futebol, especialmente, os que viajam para acompanhar seus clubes para outras cidades, estados, países e até mesmo continentes.

Turismo Esportivo

O esporte e o turismo aos poucos foram se aproximando na literatura acadêmica, entretanto as viagens com motivação de esportes ocorrem desde a idade média (WEED, 2018). Atualmente, as pesquisas foram segmentadas e a possibilidade de conotar a modalidade esportiva e os megaeventos, tornou-se necessária na literatura nacional, para compreender os possíveis legados dos megaeventos esportivos.

O Turismo Esportivo se tornou proeminente para as pesquisas acadêmicas nos anos 1990, ainda que as pessoas viajem motivadas pelo esporte há séculos. Esse crescimento no interesse acadêmico pela área de TE justifica-se por ser um produto

turístico popular baseado na ênfase em saúde, condicionamento físico e infraestrutura de cidades para recepção dos eventos esportivos, conceitos correlatos.

Na literatura internacional não há definições, classificações e distinções amplamente aceitas sobre o conceito de Turismo Esportivo, entretanto, observa-se o comum objetivo de gerar conhecimento envolvendo as diferentes áreas – comportamental, turística, política, econômica, social, psicológica – no qual o conceito interfere e recebe interferência concomitantemente. Nesse aspecto, o trabalho propõe-se a apresentar um panorama das conceituações sobre Turismo Esportivo, ressaltando as mudanças de paradigmas desde os anos 90 até atualmente.

Aliás, esses debates nunca foram resolvidos, em vez disso concordamos com a convivência onde, tanto o esporte quanto o Turismo Esportivo estavam, e são usados, onde a nostalgia ainda está sendo debatida, e mais recentemente a necessidade de delinear - ainda mais, o papel dos eventos nas definições do Turismo Esportivo como temos testemunhado o aumento dos eventos esportivos de participação em massa (MPSEs) que exigiram uma revisão da definição do Turismo Esportivo Ativo e de Eventos. (GIBSON, 2017, p.153, tradução nossa).

Ainda acerca das limitações das pesquisas em Turismo Esportivo, predomina a compreensão limitada da participação do turista esportivo, concentrando-se na descrição do comportamento, ao invés de entender o “porquê”, extrapolando e detalhando processos, impactos e motivações que essas atividades produzem (GIBSON, 2004; WEED, 2006).

O tema mais salientado nos artigos foram os comportamentos, perfis e motivações dos turistas esportivos (38%), embora, como discussões posteriores mostrem, grande parte desse trabalho é bastante básico, fornecendo perfis, em vez de explicações para o comportamento dos turistas esportivos. (WEED, 2006, p.13, tradução nossa).

Para tal análise, aporta-se nos estudos da área de turismo, justificado pela facilidade de correlação nos aspectos tangíveis discutidos pelo turismo e economia; nas variáveis de infraestrutura, segurança, saúde, espaços e equipamentos, especificamente estádios, na oferta e demanda, seja pela facilidade de quantificação real dos impactos diretos e indiretos desse megaevento para população; transversalmente a metodologias já consolidadas em abordagens econômicas (ROMANO *et al.*, 2015).

A justificativa na gama de conceitos e definições de Turismo Esportivo é decorrente da falha em sempre desenterrar um modelo teórico antigo que encapsula, o que é percebido como essencial na produção e/ou consumo do TE, o que em vários aspectos, atrapalha o estabelecimento de conceitos da área, embora a comunidade

de pesquisadores de Turismo Esportivo tenha crescido exponencialmente. (McCARTNEY, 2005; GAMMON, RAMSHAW, WRIGHT, 2017).

Mike Weed (2008) questiona “O que é Turismo Esportivo?”, ainda que o número de estudos tenha aumentado significativamente, não são estabelecidos parâmetros sobre o que ou como deve ser investigado no TE, dessa forma, pode-se considerar apenas como um nicho de mercado ou um subconjunto de gestão esportiva.

Quadro 16 – Segmentos do Turismo Esportivo

Segmentos do Turismo Esportivo		Categorias do Turismo de Eventos Esportivos
Nomenclatura	Definição	
Turismo Ativo Esportivo Turismo de Prática Esportiva	Turismo referente a participação em modalidades competitivas esportivas como principal motivação de viagem	Eventos Locais; Eventos Regionais; Eventos Marcantes; Megaeventos Ocasionais Negócios; Festivais & Cultura; Entretenimento; Esportes. (GETZ, PAGE, 2016)
Turismo de Eventos Esportivos	Viagem para participação (ativa ou passiva) de um espetáculo/evento esportivo, vivenciar a experiência	Análise pelas variáveis: Gênero; Faixa Etária; Atletas Profissionais ou Amadores; Atletas Famosos ou conhecidos; Equipes esportivas ou Jogadores Individuais. (TARLOW, 2017)
Turismo de Nostalgia Patrimônio Cultural Esportivo	Associado a curiosidade intelectual, de veneração, relacionado a preservação da cultura	Ativos ou Passivos Anuais ou Pouco Frequentes Uvinha et al. (2018)

Fonte: Autor (2023)

Baseado na literatura nacional (PAZ, 2009; MASCARENHAS; SÁNCHEZ, 2012; PINHEIRO; ALBERTON, 2012; SMANIOTTO; BANDEIRA, 2013; FERREIRA, 2015; JOHNER; CUNHA, 2016; RODRIGUES; RECHIA, 2016; TADINI, 2017; UVINHA et al., 2018; FERREIRA; SILVA, 2019) e na literatura internacional, (GIBSON, 2005; KURTZMAN, 2005; WEED, 2005; CARVALHO; LOURENÇO, 2009; LAMONT, 2014; MELO; SOBRY, 2017; UVINHA et al., 2018, OLIVEIRA; CAPRARO, 2020; UVINHA; ROMANO; WISE, 2020) identificam-se no trabalho de Gibson (1998) as premissas e bases para compreensão do Turismo Esportivo em três tipologias: Turismo Esportivo Ativo/ Turismo de Prática Esportiva - TAE (referente à participação

em modalidades); Turismo Esportivo de Eventos - TEE (viagem para assistir a um evento esportivo); e Turismo Esportivo de Nostalgia - TEN (visitação a museus esportivos, espaços esportivos e cruzeiros temáticos esportivos). Nota-se no quadro 16, que o segmento de turismo de eventos esportivos possui categorias exclusivas de análise de acordo com o referencial bibliográfico.

O Turismo de Prática Esportiva (STANDEVEN; KNOP, 1998) é aquele que os viajantes praticam algum tipo de esporte ou atividade esportiva organizadas ou não, sendo essa a principal motivação da viagem. O Turismo de Eventos Esportivos (CARVALHO; LOURENÇO, 2009; ZHANG; ZHAO, 2009) é aquele que o turista assiste a espetáculos esportivos, sendo a essência vivenciar in loco a experiência.

Podemos citar exemplos de cada uma das atividades: Turismo de Prática Esportiva/Turismo Ativo Esportivo – torneios em que o indivíduo realiza a participação, como corridas de rua, práticas de esportes de competição. Já o Turismo de Eventos Esportivos – podemos considerar os megaeventos esportivos como as Olimpíadas, Paralimpíadas, Copa do Mundo de Futebol; Turismo de Nostalgia – Locais atrativos culturais e turísticos como: estádios, arenas e museus esportivos. Nesse panorama a primeira definição foi apresentada por Standeven e De Knop, conceituam o Turismo Esportivo como

[...] todas as formas de envolvimento ativo e passivo na atividade esportiva, participando casualmente ou de forma organizada por razões não comerciais ou comerciais/comerciais, que necessitam de viagens para longe de casa e local de trabalho (STANDEVEN, DE KNOP, 1999, p.12, tradução nossa).

Gibson et al. (2018) desenvolveram um artigo acerca do Turismo Esportivo Ativo, uma segmentação do TE pouco abordada, para tal foram analisados artigos que dão base para futuras discussões em um segmento ainda incipiente na área do TE, obteve-se de resultado a necessidade de entender a “demanda” num panorama qualitativo e de novas metodologias (como de análise de fotografias), e foco na compreensão dos aspectos corpóreos e das experiências do TEA.

O estudo de Hlinch e Kono (2018) que explorou o aspecto de percepção de lugar, com cruzamento entre imagem do destino (turismo) e geografia (lugar), constatando que esses TEA não são homogêneos e as características de atratividade era adaptada por suas necessidades específicas. O artigo de Wicker (2018) realça a relação do TEA com a sustentabilidade, em especial a emissão de carbono, sendo pioneiro sobre teorias de conscientização ambiental nos estudos de TEA.

Turismo Futebolístico

No âmbito acadêmico nacional, o pesquisador Sérgio Paz (2006) foi um dos primeiros a correlacionar o futebol como patrimônio cultural e o turismo, sugerindo o tombamento do esporte, associado a uma série de ações que preservassem o futebol brasileiro, tendo como exemplos: melhorias na divulgação/comunicação; criação de roteiros; agências de turismo especializadas e também a inauguração e manutenção de museus do futebol.

O importante trabalho realizado por Oliveira, Tobar e Capraro (2021) ao realizar uma análise bibliométrica do turismo futebolístico, destacou a importância da área, a concentração dos estudos em legados de megaeventos esportivos, relatados em universidades localizadas no eixo global norte, e tendências emergentes em estudos baseados em clubes de futebol e suas ações (visitas a estádios, museus, memoriais, partidas ao vivo e campos de pré-temporada de futebol).

Na produção de revisão sistemática da literatura do turismo de futebol, João Hortêncio (2022) notou um avanço recente na publicação de artigos sobre o tema, sendo 8 de 16 publicados entre 2019 e 2020. Ainda que haja relevância nos serviços ofertados nos estádios, sugere-se compreender profundamente a rentabilidade dessa atividade, bem como analisar o comportamento dos turistas, especialmente no deslocamento e o impacto de suas ações para comunidade local. “...Os resultados encontrados indicam a pluralidade de abordagens do objeto de estudo e o crescimento, ainda que seja tímido, das publicações sobre turismo de futebol...” (HORTÊNCIO, 2022, p. 600).

Em pesquisa acerca da relação entre nostalgia, lazer e esporte pós pandemia, Cho (2023) identificou quatro papéis críticos na indução de respostas relacionadas a resultados psicológicos e comportamentais, caracterizadas pelo desejo do passado, os papéis evidenciados são: ferramenta de marketing, indução de comportamento positivo, atuar como um amortecedor e melhorar a psicologia positiva. Por meio dessa pesquisa, aponta-se a necessidade de compreender determinados públicos e nichos específicos baseados no lazer e na nostalgia do esporte. Acima de tudo, frisa-se a relevância do turismo em estádios para alcançar essas premissas.

Cho, Koh e Lee (2019) ao examinar a intenção de visita a um estádio de futebol no exterior, baseado na teoria do comportamento cognitivo-afetivo no Turismo Esportivo de nostalgia em 301 torcedores de clubes de futebol europeu em Cingapura.

O destaque do artigo revela que os potenciais visitantes criam memórias e experiências ao assistir um jogo da Premier League na televisão, e esse sentimento nostálgico leva a motivação de presenciar essa experiência *in loco*, estimulando-o assim, a visitar um estádio no exterior. Dessa forma, amplia o conhecimento do processo de tomada de decisão do visitante.

Como forma de gerir novas receitas do mercado cultural, turístico e museológico, Bezerra, Curvello e Zouain (2019) concluíram em seu estudo que os museus e os estádios são compreendidos como espaços de memória e de experiências por meio das emoções e sentimentos pré-existentes, possibilitando atrair um maior número de turistas para as respectivas cidades:

No caso do futebol, museus e, principalmente, estádios, dão a possibilidade aos amantes do esporte de terem a experiência de entrar em locais inacessíveis em dias de jogos, onde seus ídolos passaram e deixaram sua marca, conquistando suas vitórias e moldando toda a história. Poder estar em contato dessa maneira, faz com que o visitante possa explorar o máximo de sua imaginação e reviver momentos marcantes em sua memória. (BEZERRA; CURVELLO; ZOUAIN, 2019, p.6).

Ao tratar dos museus esportivos relacionado a promoção turística, Magalhães et al. (2017), apresentam o estádio do Dragão do FC Porto em Portugal como um dos melhores atrativos locais, entretanto, essa promoção não se deve apostar no melhor despenho esportivo ou na importância como instituição, para alcançar maior visibilidade deve-se estabelecer parcerias com o setor de turismo e cultura, atingindo o turista estrangeiro e o visitante morador da comunidade local, melhorando além dos aspectos do turismo, a sensação de pertencimento, de identidade cultural e estímulo a memória afetiva.

Em âmbito nacional, podemos citar o Museu do Futebol como regenerador do turismo esportivo no Brasil. Gerido pelo Governo federal e aportado em ferramentas tecnológicas, historicidade, memórias, experiências emocionais e sensoriais em suas mais de 15 salas temáticas e itinerantes, o Museu do Futebol sobressai como uma das primeiras iniciativas do patrimônio esportivo cultural do país. Kaz (2019) aponta que o museu foi concebido para ser um ambiente de troca de experiências e inclusão, inclusive daqueles que não entendem de futebol. Como bem apontam Azevedo e Alfonsi (2010):

O Museu do Futebol integra e é fruto de um processo de mudanças nas concepções a respeito do que seria patrimônio e do papel de um museu, ocorrido nas últimas décadas, principalmente a partir dos anos 1970. A ênfase quase exclusiva nas ações de conservação e documentação e em procedimentos museológicos voltados, sobretudo, para coleções desloca-se, abrindo espaço para discussões a respeito das funções sociais de um museu,

bem como para maneiras mais dilatadas de se pensar, preservar e comunicar determinado patrimônio. (AZEVEDO; ALFONSI, 2010, p. 279).

Com a criação do Museu do Futebol, outras ações paralelas e importantes estavam se desenvolvendo, por meio de uma interação entre núcleos de pesquisas em universidades e o poder público em suas agências de fomentos. Nesse sentido, Magnani (2013) discorre sobre a formação e organização do Centro de Referência do Futebol Brasileiro em 2012, com elaboração de instrumentos de pesquisas, registro, análise, catalogação e exposição, além do oferecimento de cursos, preservação, fomento e sociabilidade de coleções, memórias e acervos ligados ao futebol.

Alm et al. (2016) desenvolveu em seu artigo um índice de utilização dos estádios pós megaeventos entre o período de 1996 a 2010, destacando como principais resultados, a taxa de utilização de estádios privados maior que os com gestão pública, estádios com maior capacidade de público tendem a ser mais utilizados e estádios com alto grau de corrupção tiveram menor utilização. Evidencia-se outros fatores importantes como: número grande de sócios torcedores, uso corriqueiro do espaço, falta de planejamento integrado a outros espaços locais, como utilização única de um espaço.

Turismo em Estádios

A julgar pelo impacto dos megaeventos esportivos, pode-se facilmente notar a relação entre o desenvolvimento do esporte e do turismo. O negócio turístico é estimulado não apenas por viajar para eventos esportivos, mas também por viagens individuais, durante as quais os turistas podem desenvolver ativamente seus interesses esportivos e passivamente (sem qualquer esforço físico) ampliar seus hobbies. As visitas a estádios famosos ou museus esportivos estão ficando cada vez mais populares (MOSKO, MUNSTERS, 2018, p.25, tradução nossa).

Os estádios de futebol têm a finalidade principal de sediar eventos esportivos e acabam por se tornar espaços construídos constituindo-se como patrimônio histórico-cultural, em especial, para a sociedade brasileira já conhecida internacionalmente e associada ao “país do futebol”. Nessa perspectiva, os gestores passaram a compreender o estádio como um potencial gerador de receitas por meio de diferentes atividades de cunho econômico, social e/ou cultural, sendo o turismo uma das áreas que mais se apropriam desses espaços construídos explorando elementos como aqueles atrelados à memória e afetividade.

Nesse sentido, Ferreira e Silva (2019) identificam os estádios como exemplos da reestruturação das cidades, a partir de uma relação de tempo, espaço e econômico-financeira, salientando o duplo papel de desempenho, não somente o físico-esportivo, mas também como atrativo turístico com possibilidades de promoção do local no mundo globalizado.

Em sua pesquisa, Zawadzki (2015) apresenta que o legado, mais frequentemente reconhecido dos megaeventos, são os estádios. A gestão futura destes locais terá uma influência sobre a relação geral de custo-benefício de sua construção/extensão. A relação entre os estádios de futebol, notadamente os legados de megaeventos esportivos, com a temática de turismo, na busca de compreender como essa interface pode auxiliar na geração de receitas e atividades suficientes para cobrir os custos de manutenção e serviços, desses equipamentos.

A fórmula para um investimento bem-sucedido em um estádio parece simples: construir um novo estádio ou realizar uma grande reforma em um estádio já estabelecido em um local onde um time que atrai grandes multidões regulares já existe. Se a cidade não tem um time importante, deve-se considerar muito cuidadosamente se construir, renovar ou fazer um investimento significativo em um estádio vale a pena. É bastante incomum que um estádio atraente por si só atraia maiores multidões a longo prazo. Se esperanças e visões irreais substituírem o senso comum, um local pode acabar se tornando um elefante branco em vez de beneficiar a região ou cidade anfitriã. (ALM et al., 2016, p.580, tradução nossa).

O artigo intitulado “Tour em Estádios e os poderes dos bastidores” (*tradução livre*) de Gammon e Fear (2005) realça o estádio de futebol como um reconhecido símbolo do patrimônio local, nacional para seus visitantes, os estudos nesse segmento são incipientes, apesar de popular no tocante a popularidade e atração de turistas, reconhecidos pela capacidade de representar memórias e experienciar sentimentos em seus visitantes.

Uma das primeiras contribuições para literatura no que diz respeito a estádios de futebol e turismo, foi apresentada por Terry Stevens (2015), onde apresenta os estádios esportivos como parte da infraestrutura turística da cidade, ofertando múltiplas funções de esporte, entretenimento, turismo e lazer. Essas Arenas acabam por oportunizar a regeneração local gerando a possibilidade de inserir esses ícones estéticos, modernos e confortáveis ao desenvolvimento do turismo local.

A chave para aproveitar esse potencial é o uso compartilhado da infraestrutura, capturando volumes significativos de visitantes que participam de eventos e ocasiões esportivas no estádio. Usufruindo do estádio como marco físico (ou ícone) dentro da paisagem da cidade. Todos os estádios têm seus próprios restaurantes, bares, conferências e salas de reunião que

precisam ser usadas durante todo o ano (STEVENS, 2015, p.218, tradução nossa).

Lee, Parrish e Kim (2015) abordaram de maneira pioneira, os estádios de futebol como locais para realizações de reuniões e eventos corporativos, sob perspectiva do organizador de eventos e do administrativo das instalações esportivas, com objetivo de identificar e comparar a qualidade percebida dos estádios em detrimento de outros locais. Separa-se como desvantagens: a qualidade inferior nos quesitos de áudio/vídeo e alimentos & bebidas, em especial ao processo de planejamento, tabela de preço “desconhecido” do habitual, sendo essas de caráter perceptivo equivocado. Já os quesitos: estacionamento, infraestrutura, promoção de experiências únicas e provocar a nostalgia, despontam como vantagens.

Evidencia-se no estudo que os organizadores de eventos dificilmente vão “arriscar sua credibilidade” na execução de um evento com grandes desafios relacionados a logística, A&B, precificação, deslocamento, atividades que permeiam a realização de eventos e pode impactar negativamente nos organizadores. Nesse sentido, recomenda-se aos gestores desses espaços criar estratégias que captem esses eventos e conferências, por intermédio de melhor relação com o trade turístico, como evidenciado por Romano e Uvinha (2020), nesse aspecto, o trabalho visa salientar ações e atividades que destaquem as arenas esportivas para além do uso esportivo.

Os estádios esportivos são abordados no estudo de Mosko e Munsters (2018) como um segmento possível dentro do Turismo Esportivo, entretanto, limita essa atividade a um passeio turístico, no máximo a uma atração turística pontual da cidade, como maior exemplo o Camp Nou, estádio do FC Barcelona na Espanha. Definindo-o como “o turismo de estádios é baseado na visita aos estádios de futebol durante as partidas ou depois. Em uma perspectiva mais ampla pode ser visto como passeios turísticos de locais esportivos cult” (MOSKO, MUNSTERS, 2018, p.31).

Com temática de estádios e despesas turísticas em estádios de futebol na Inglaterra, Rudkin e Sharma (2019) apontam que os benefícios econômicos do futebol se espalham para a comunidade do entorno em geral, especialmente por meio da compra de ingressos para visitantes às custas dos torcedores locais. Há um benefício significativo para criação da demanda turística e economia em um período de baixa temporada. Identificou-se oportunidades promocionais que podem auxiliar o potencial

futebolístico para gerar crescimento econômico e aumentar os fluxos turísticos e dos gastos.

Com objetivo de sistematizar, identificar e definir os conceitos de “*fan tourism*” e “*fan tourists*” o artigo desenvolvido por Joanna Krupa e Elżbieta Nawrocka (2020), baseado em critérios psicológicos, sociais e econômicos, o artigo desponta para caracterizar os diferentes tipos de visitantes em estádios de futebol e, conseqüentemente, os níveis de apropriação e pertencimento ao Turismo Esportivo. Nesse aspecto, pode-se discutir os diferentes níveis de interação, envolvimento emocional e o consumo desse visitante, aspectos que podem servir de subsídios para ações e atividades, bem como determinar o perfil do visitante em cada uma dessas ações.

Edensor *et al.* (2021) apresentam o turismo de estádios como uma área inexplorada na pesquisa em turismo, ainda que não haja uma definição, os estudos baseiam-se exclusivamente nas experiências de visitaçãõ em dias de partida (*day match*), sem que haja a exploraçãõ de forma abrangente sobre as múltiplas formas de experiências turísticas em estádios. Os autores realçam a metodologia de análise mediante comentários dos estádios ingleses na plataforma *TripAdvisor*, apresentando algumas categorias de análise que consolidam o turismo de estádios nas dimensões de experiência do visitante.

A explicaçãõ para que, até então o número incipiente de pesquisas científicas na área de turismo de estádios é justificado pelo investimento maciço, em especial, na Europa do mundo corporativo na compra de *naming rights*, e mediante outras capitalizações comerciais, associado ao futebol como esporte mais popular do mundo, os estádios começam a ter importãncia no papel estratégico do turismo e no planejamento de atividades locais por sua infraestrutura, atividades essa possível apenas no início do século XXI.

Existe uma lacuna de quantas cidades em todo o mundo desenvolveram o turismo de estádios esportivos, não apenas para atrair visitantes para os eventos esportivos, mas para sustentar economicamente a atividade durante o ano inteiro por meio da interação, convenções, eventos, shows, hotéis e economia noturna (GINESTA, 2017, tradução livre).

Predomina a compreensãõ dos estádios como locais tangíveis para memória individual/coletiva e para o saudosismo, abrangendo a possibilidade de (re)viver momentos, explorando a memória cultural e funcional que essas experiências em estádios permitem a seu visitante (RAMSHAW, 2019; EDENSOR *et al.*, 2021). Essa

modalidade é fruto da análise dos estádios como locais patrimoniais turísticos, entretanto, o foco de estudo é nas experiências do tour esportivo ou atividades no museu do clube.

Embora as tipologias existentes do Turismo Esportivo sejam extremamente úteis, as limitações residem em sua incapacidade de prestar contas aos turistas esportivos que cortam as classificações de tipologia. Para se sustentar no mundo social do Turismo Esportivo, pesquisas futuras precisam ser qualitativas em sua natureza e não conceituar o Turismo Esportivo em termos de variáveis e a relação entre elas. (SHIPWAY, JONES, 2007, p. 382, tradução nossa).

Aponta-se a importância da presente tese, justificada pela inexistência de publicações ou estudos científicos que abordem os estádios de futebol como ícones tangíveis e explorem as atividades de lazer e turismo no contexto da experiência para além do futebol em si, a presente tese tem a incumbência de mitigar essa lacuna e fomentar o uso turismo em estádios.

Considerações Finais

A mescla do futebol como fio condutor entre a manifestação cultural, o fenômeno social e a historicidade vivida por sua população, usufruindo dessas características para fomentar à visitação além do espaço de lazer, mas também como atrativo turístico para vivência dessa experiência social, cultural e simbólica.

Ao usufruir de um espaço originariamente construído para o futebol, mas que pode (e deve) ser utilizado como um equipamento turístico e de lazer, tem-se a notória possibilidade de estimular a atividade turística associada à preservação da cultura, das memórias, das emoções e das afetividades pertinentes à tal modalidade esportiva que foram construídas ao longo dos anos, tendo no futebol um elemento fortemente associado ao patrimônio cultural brasileiro.

Neste curto panorama da interface teórica de lazer, turismo, entretenimento, eventos e esportes. Intenta-se adoção do segmento de Turismo em Estádios, de maneira retroalimentar, híbrida, abrangente e pertencente aos demais segmentos (turismo esportivo, turismo futebolístico, turismo de eventos, lazer sério, lazer esportivo e outras segmentações). Salienta-se que a abordagem retroalimentar e híbrida, refere-se a compreensão do Turismo em Estádios como categorias dos conceitos existentes, bem como desponta como elo convergente da compreensão e resultado da análise dos divergentes segmentos.

Figura 7 - Abrangência do segmento de Turismo em Estádios



Fonte: Autor (2023).

Para tal, define-se o conceito de turismo em estádios como a participação e/ou visitação em atividades turísticas e de lazer dentro de estádios com objetivo de cunho cultural, recreacional e/ou educacional, ainda que, motivado pela atividade em si.

Dentre as justificativas para criação do segmento, num primeiro momento para facilitar o planejamento e desenvolvimento de políticas públicas e privadas no uso dos estádios como importantes atrativos turísticos e de lazer nas cidades. A possibilidade de fomentar, idealizar e executar planos, ações e atividades que agreguem o desenvolvimento sustentável e promova o patrimônio histórico-cultural brasileiro.

A importância do presente trabalho, justifica-se na incipiência de publicações ou estudos científicos que abordem os estádios como atrativos turísticos e de lazer, para além da sua utilização para a prática e contemplação da modalidade futebol. Contribuindo para o avanço técnico e científico da área de lazer e turismo, reduzir lacunas teóricas e estimular o desenvolvimento do segmento de turismo em estádios.

4.5. A experiência em Tours Temáticos em Estádios de Futebol: expansão do modelo de avaliação multidimensional

The experience in Football Stadium Tours: expanding the multidimensional evaluation model.

Resumo: A visitação a estádios de futebol como atrativos turísticos vem aumentando significativamente ao desenvolvimento do segmento de turismo futebolístico, entretanto, a literatura acerca de critérios de avaliação de *tours temáticos* e *match days* ainda é embrionária. O estudo pioneiro teórico-empírico de Bezerra et al. (2019) propôs um Modelo de Avaliação Multidimensional (MAM) ao realizar visitas a museus e estádios futebolístico, ancorado no MAM. O presente artigo de cunho empírico e qualitativo, aspira classificar a experiência turística e expandir o MAM com a criação de outras três categorias de análise, a saber: (6) Uso do estádio para outras modalidades e eventos; (7) Integração ao turismo local; (8) Relevância e difusão como patrimônio histórico-cultural. Ao avaliar 14 experiências turísticas, com escalas de pontuação (de 0 – inexistente a 5 – excelente) em cinco cidades da América Latina. Avaliação ao Maracanã (RJ) obteve a maior média, com a nota máxima em 5 categorias (=4.5), seguido do Morumbi (SP) e Monumental de Nuñez (BsAs) (=4.25), Mineirão (MG) e Neo Química Arena (SP) (=4.13), seguidos por São Januário (RJ), Vila Belmiro (SP), Allianz Park (SP), La Bombonera (BsAs) (=4) classificados acima da média geral das visitas (=3.76). Dois dos quatro equipamentos que não pertencem a um clube esportivo, despontam abaixo da média, Centenário (Montevideo/UY) (=3,75) e Pacaembu (SP) (=3,5), nas últimas colocações encontram-se Estádio Diego Maradona (BsAs) (=3,37), Estádio Parque São Jorge (SP) (=2,75) e Laranjeiras (RJ) (=1,87). Isoladamente a categoria Patrimônio Histórico-cultural obteve a maior pontuação (=4,50) e a categoria Estádio (acesso a instalações de jogo) obteve a menor pontuação (=3,00). Números significativos comparados ao somatório geral das médias de todos os tours. As categorias “Museus” (=4,43) e “Informações” (=4.36) ficaram acima da média. As categorias “Estádios” (=3,0) e “Interatividade” (=3,14) desempenharam mal desempenho devido a inexistência de visitação ao gramado no Parque São Jorge (SP) e no Pacaembu (SP), interatividade nas Laranjeiras (RJ), respectivamente. Os três estádios melhor ranqueados possuem em comum, a integração a roteiros de turismo de suas respectivas cidades, além da multifuncionalidade de seus equipamentos. Relativo ao MAM, destaca-se que o modelo deve ser aprimorado, visto a categorias submetidas a volatilidade da experiência, que apesar de dinâmica, pode não refletir, na média, a experiência do visitante. Assim, este estudo contribui na identificação das principais categorias (positivos e negativos) da experiência turística e cooperar com avanço científico.

Palavras-chave: turismo em estádios; turismo futebolístico; estádios de futebol; museu de futebol.

Abstract: The visitation of football stadiums as tourist attractions has significantly increased with the development of football tourism, however, the literature on evaluation criteria for themed tours and match days is still in its early stages. The pioneering theoretical-empirical study by Bezerra et al. (2019) proposed a Multidimensional Evaluation Model (MAM) by visiting football museums and stadiums, anchored in the MAM. This empirical and qualitative article aims to classify the tourist experience and expand the MAM by creating three additional categories of analysis, namely: (6) Use of the stadium for other sports and events; (7) Integration into local tourism; (8) Relevance and dissemination as historical-cultural heritage. This study evaluated 14 tourist experiences, with scoring scales (from 0 - non-existent to 5 - excellent) in five Latin American cities. The evaluation of Maracanã (RJ) obtained the highest average, with the maximum score in 5 categories (= 4.5), followed by Morumbi (SP) and Monumental de Nuñez (BsAs) (= 4.25), Mineirão (MG) and Neo Química Arena (SP) (= 4.13), followed by São Januário (RJ), Vila Belmiro (SP), Allianz Park (SP), La Bombonera (BsAs) (= 4) ranked above the overall average of visits (= 3.76). Two of the four facilities that do not belong to a sports club ranked below average, Centenario (Montevideo) (= 3.75) and Pacaembu (SP) (= 3.5), and at the bottom are Estadio Diego Maradona (BsAs) (= 3.37), Estadio Parque São Jorge (SP) (= 2.75), and Laranjeiras (RJ) (= 1.87). Isolatedly, the category Historical-Cultural Heritage obtained the highest score (= 4.50), and the Stadium category (access to game facilities) obtained the lowest score (= 3.00). These are significant numbers compared to the overall sum of the averages of all tours. The categories "Museums" (= 4.43) and "Information" (= 4.36) were above average. The categories "Stadiums" (= 3.0) and "Interactivity" (= 3.14) performed poorly due to the absence of visitation at Parque São Jorge (SP) and Pacaembu (SP), interactivity at Laranjeiras (RJ), respectively. The three highest-ranked stadiums have in common the integration into tourism routes of their respective cities, as well as the multifunctionality of their

equipment. Regarding the MAM, it should be improved since the categories are subject to the volatility of the experience, which, although dynamic, may not reflect the visitor's experience on average. Thus, this study contributes to the identification of the main categories (positive and negative) of the tourist experience and cooperates with scientific advancement.

Keywords: stadium tourism; football tourism; football stadiums; Football Museum.

INTRODUÇÃO

As excursões em estádios são uma forma relativamente nova de atração turística que ainda não foi muito explorada na literatura de turismo esportivo (GAMMON; FEAR, 2005). Essas excursões têm se mostrado populares e atraentes para os visitantes, com a promessa de mostrar aos visitantes os bastidores, o que as tornam autênticas e atrativas. (ROMANO et al., 2016; OLIVEIRA et al., 2021) Esses tipos de excursão também são um exemplo do reconhecimento crescente do valor dos estádios esportivos como símbolos importantes do patrimônio local, nacional e internacional (ROMANO et al., 2016; DRULA; RECHIA, RODRIGUES, 2018; FERREIRA; SILVA, 2019; FROIS; COUTO, 2020; ROMANO, UVINHA, 2020; BROCHADO et al., 2021).

A área do turismo futebolístico caracteriza-se por ser um segmento turístico caracterizado pelo deslocamento de turistas a destinos turísticos onde estes, seja como motivação principal ou não, realizam visitas a estádios, museus ou outros espaços destinados ao futebol, bem como assistem a partidas da modalidade in loco (PAZ; 2006; FERREIRA; SILVA, 2019; OLIVEIRA et al., 2021).

Utilizou-se no presente trabalho, a definição proposta pela Organização Mundial do Turismo que conceitua o segmento de turismo esportivo como “a experiência de viagem do turista que: ou observa como um espectador, ou participa ativamente de um evento esportivo, geralmente envolvendo atividades comerciais e não comerciais de natureza competitiva.” (UNWTO, 2019, p.54).

Para Bezerra et al (2019) a utilização dos estádios de futebol para as atividades de tours e museus têm ofertado não somente receitas aos clubes, mas também o desenvolvimento turístico de suas cidades, que buscam a vivência histórica dos clubes, suas conquistas e conhecer suas instalações para além das partidas oficiais, recebendo não somente o seu sócio torcedor, mas amantes do futebol, dos esportes e também turistas que pretendem conhecer um pouco da cultura brasileira, ou nomeadamente, o país do futebol.

O tour pelo estádio oferece ao visitante uma experiência de bastidores *multitexturizada*. Primeiro, ele oferece uma visão de como o estádio se

parece quando fechado, onde o que normalmente constitui o *frontstage* se tornou nos bastidores à medida que as pessoas do terreno e a manutenção realizam suas tarefas diárias. Em segundo lugar, e mais ou menos, também oferece uma oportunidade para entrar ou vislumbrar áreas que geralmente estão escondidas e / ou restritas. Essas áreas, como os vestiários, por exemplo, são limpas e preparadas para pessoas de fora; incluindo, em alguns casos, camisas de jogadores famosos estrategicamente colocadas em estacas como se sugerissem que uma partida será em breve ocorrerem. As fronteiras entre as regiões da frente e de trás são constantemente borradas à medida que os guias turísticos "se apresentam" em ambientes que normalmente seriam considerados como tradicionalmente nos bastidores (GAMON; FEAR, 2005, p.246, tradução nossa).

Estudos abordam o desenvolvimento temático sob diferentes óticas, entretanto, predomina a incipiência e falta de consenso no que tange a avaliação dos atrativos turísticos de futebol, despontando o estudo pioneiro teórico-empírico de Bezerra et al. (2019) no qual se propõe um Modelo de Avaliação Multidimensional (MAM) ao realizar visitas a museus e estádios futebolísticos. Sobreleva a importância das receitas econômicas advindas dessas atividades, especialmente, para o Brasil, país sede de megaeventos nas quais construiu/remodelou 12 estádios/arenas esportivas, sendo alguns deles, problemáticos no referente a autossustentabilidade local.

[...] o valor econômico gerado pelo Camp Nou Experience agregado aos lucros com as operações do matchday totalizam aproximadamente um quinto da receita geral do Futbol Club Barcelona (um bilhão de euros). Ou seja, a demanda turística (presente nos dois produtos) tem um alto impacto econômico no orçamento anual do clube, cujo faturamento geral é o maior do mundo entre os clubes de futebol. Vale salientar que não há dados específicos sobre a proporção de turistas nos jogos, o que dificulta investigar com precisão o impacto específico do turista no matchday. (OLIVEIRA, 2021, p.87).

Dessa forma, com suporte teórico da teoria do MAM de Bezerra et al. (2019), o objetivo deste artigo empírico foi analisar, categorizar, avaliar e classificar a experiência turística de visitação em estádios de futebol. Na oportunidade, foram avaliados 14 estádios de futebol em três países da América do Sul, presentes em seis cidades cosmopolitas, a saber: Belo Horizonte, Buenos Aires, Montevideo, Rio de Janeiro, Santos e São Paulo. O presente artigo, dotou da pesquisa bibliográfica para dar suporte teórico e exequibilidade aos diferentes procedimentos metodológicos adotados.

REFERENCIAL TEÓRICO

A meta-análise realizada por Mike Weed (2006) identificou cerca de 80 artigos que evidenciam o TE como tema de investigação, entretanto, a dificuldade de os autores oferecerem subsídios na contribuição de conhecimento para área como um todo, por vezes, sem equivalência metodológica e diversidade epistemológica, deixando a dúvida se há base de conhecimento a ser consolidada ou apenas artigos pontuais e não conectados de um segmento. De acordo com o autor, [...] como introduções à pesquisa de Turismo Esportivo, elas são muito úteis, mas como avaliações de pesquisas na área, muitas vezes elas podem estar muitas vezes carentes (WEED, 2006, p. 06, tradução nossa).

Getz e Page (2016) ampliaram o estudo de revisão desenvolvido em Getz (2008), aprofundando as discussões sobre a evolução e o desenvolvimento do Turismo Esportivo. Avulta-se que até aquele momento, foram encontrados mais de 15 mil artigos que dão suporte a base teórica, extrapolando para áreas interdisciplinares com foco nas ciências sociais: como turismo, lazer e hospitalidade e novos assuntos como medicina de viagem, riscos à saúde pela prática de atividade, e estudos culturais.

Em revisão de literatura, os pesquisadores Maummer Mesci, Yeliz Pekersen e Zeynep Mesci (2020) salientam que as publicações na Web of Science entre 2014 e 2018 sobre Turismo Esportivo, observou-se o impacto econômico, o impacto social, e os legados/oportunidades como principais áreas de pesquisa. Enfatizando as estratégias e o marketing de destinos, investigando sobretudo a experiência, o comportamento do consumidor, os impactos ambientais e os fatores motivantes para realização da viagem.

No tocante as pesquisas sobre a relação de lazer e turismo esportivo, Shipway & Jones (2008), Auger (2017), Alsawafi (2017), Wright (2018a), Bauer (2019), discorrem a importância do uso dessas atividades no tempo livre, diretamente relacionadas a cultura, entretenimento e a difusão dessas atividades de acordo com interesse, motivação e experiências, para contribuir nos âmbitos sociais, econômicos, culturais, ambientais e turísticos, se planejado e executado em conjunto a sociedade, os órgãos responsáveis locais. Em sua pesquisa, Trauer (2006) aborda a dificuldade de conceituação do termo, pelo não oferecimento de um determinado produto específico, combinando motivações intrínsecas (livre escolha) e/ou extrínsecas

(decisões em grupo, motivação profissional, motivações primárias que não o evento em si).

Uvinha et al. (2018) ao realizar comparativo entre residentes de São Paulo e Hong Kong revelaram distintos padrões de viagens, habilidades e características, destaque a descontinuidade do interesse após realização do megaevento, apontando para que a gestão pública promova estratégias na promoção da prática, priorizando a segurança e a excitação.

No Brasil, mesmo pós uma década de realização dos megaeventos esportivos, discute-se acerca dos legados (positivos e negativos) que ficaram as cidades, alguns estudos na área do turismo, como exemplo Frois e Couto (2020), apontam que no pós-Copa: a) a rede hoteleira viveu momentos de crise; b) a política de captação de eventos da cidade é deficitária; e c) a Copa de 2014 não refletiu em aumento significativo de turistas estrangeiros.

O setor hoteleiro da cidade atravessou uma forte crise após a Copa de 2014 em função da superoferta de leitos e amargou prejuízos financeiros que foram agravados pela crise política e financeira do país. Embora a cidade tenha se organizado para captar um megaevento Global, o trade turístico questiona a fragilidade das políticas para captação de eventos internacionais para a cidade. (FROIS, COUTO, 2020, p.45).

O estudo acima, sobressai a variável de planejamento estratégico a médio e longo prazo, a captação de eventos desponta uma necessidade real de uso desses espaços construídos, para tal, os estádios de futebol possuem fator determinante no processo de uso, pertencimento dessas arenas.

Em revisão sistemática abrangente acerca da demanda de público em estádios de futebol, Schreyer e Ansari (2022) mapearam os possíveis determinantes da demanda em estádios, compreendendo sua característica, natureza e volume. Apontam também a necessidade de estudo que explorem os dados de esportes em geral, as novas demandas do futebol menino e a maioria dos mercados emergentes, como o Brasil.

Algumas cidades do Reino Unido usufruíram dos estádios como espaços de regeneração econômica e física, sendo os eventos esportivos a ferramenta mais utilizada na contribuição social. O estudo de Jones (2001) identifica prováveis vencedores e perdedores. O papel do capital móvel, elites políticas e coalizões de crescimento na condução de mudanças na estrutura e uso do espaço comum no núcleo urbano.

Os estádios de futebol se tornaram locais intensamente regulados e gerenciados como modos de consumo na sociedade contemporânea. No campo do turismo esportivo, os turistas esportivos participam somaticamente de espetáculos e atrações relacionados ao patrimônio do futebol. Em artigo de Weng (2022) registrou-se vinte elementos na visita que mais influenciaram os visitantes chineses a estádios europeus de futebol, identificando a visita aos fãs que residem longe é semelhante a uma peregrinação.

Para Drula, Rechia e Rodrigues (2018) apontam o “preço pago” pelos torcedores para as transformações, que fornecem em grande escala, a segregação e barreira de acesso a momentos de lazer. Nesse sentido, Ferreira e Silva (2019) identificaram os estádios como exemplos de reestruturação das cidades, por meio de uma relação temporal, espacial e econômico-financeira. Eles avultam o duplo papel desempenhado pelos estádios, não apenas como espaços físicos para atividades esportivas, mas também como atrações turísticas com potencial para promover o local no mundo globalizado.

No caso do futebol, museus e, principalmente, estádios, dão a possibilidade aos amantes do esporte de terem a experiência de entrar em locais inacessíveis em dias de jogos, onde seus ídolos passaram e deixaram sua marca, conquistando suas vitórias e moldando toda a história. Poder estar em contato dessa maneira, faz com que o visitante possa explorar o máximo de sua imaginação e reviver momentos marcantes em sua memória. (BEZERRA; CURVELLO; ZOUAIN, 2019, p.6).

Corroborado a Paramio et al. (2008) e Azevedo, Alfonsi (2010) os museus e os tours temáticos têm a potencialidade de desenvolver o museu como espaço de pesquisa, investigação e memórias, com propósito de preservar, engajar e divulgar o futebol vivenciado dentro e fora do museu, apresentando-o como legado de patrimônio cultural para a humanidade. Nesse sentido, discute-se a criação de tours e atividades dentro dos estádios de futebol como atrativo turístico local e patrimônio cultural.

Gosling et al. (2016) buscou compreender as diferenças de percepções entre os gestores e as experiências dos visitantes em museus em Minas Gerais, destacando as incongruências nos relatos, para o visitante destacou-se a falta de interesse bem como a influência social e a curiosidade, já aos gestores, destacou-se a interatividade, independência, os eventos realizados e a programação complementar. “...A pesquisa revelou que, de modo geral, as experiências buscadas pelos participantes na visitação de museus são ligadas ao entretenimento, à educação (obtenção de conhecimento) e ao aspecto estético”. (GOSLING et al., 2016, p. 114).

Estudo desenvolvido por Ramos et al. (2022) explora as relações entre as experiências, a satisfação, a imagem da marca da equipe e a imagem de destino dos visitantes de 17 estádios esportivos. Os resultados indicam que a satisfação mediou a influência da experiência do visitante na imagem da marca da equipe, mas não na imagem de destino, as visitas aos estádios impactam o marketing tanto das equipes anfitriãs quanto das cidades. Recomendando, os gerentes de cidade, lazer e estádios devem coordenar seus esforços para evidenciar as equipes como parte da marca cultural da cidade para gerar benefícios baseados em imagem para ambos.

No estudo de Romano, Silva e Rodrigues (2016) sobrelevam um determinado padrão existente na visitação de estádios na Europa, sendo a visitação a diversos setores do estádio, culminando no ápice da entrada dos vestiários até o gramado oficial da parte (parte dele), sinalizações para auto guiamento e/ou utilização de monitores socioculturais, possibilidade de idioma local e inglês essencialmente, museu interativo em algumas possibilidades e finalização do tour na loja temática do clube.

A atração do tour do estádio é que ele oferece mais do que uma oportunidade para experimentar as características superficiais da estrutura, pois estas podem ser experimentadas durante um evento. O passeio oferece uma familiaridade mais profunda com o estádio. Em muitos casos, a rota de um passeio vai parar e entrar em espaços bastante comuns, como os vestiários ou os abrigos, mas a importância desses espaços é elevada pelo lugar extraordinário em que estão situados e pelo fato de que eles são, ou foram, usados e experimentados por heróis e lendas. (GAMMOM; FEAR, 2005, p.249, tradução nossa).

Ao analisar o Camp Nou, estádio do Barcelona FC na Espanha, as pesquisadoras Drula, Rechia e Rodrigues (2018) compreendem o estádio como espaço vivo de relações afetivas intensas, a partir das vivências históricas que promovem a identidade cultural, e do posicionamento que o clube adotou na identificação da população catalã. Corroborado a Bezerra et al. (2019) que ressaltam a importância da gestão desses atrativos turísticos em conjunto aos órgãos responsáveis, pois cada vez mais, tem se tornado fator decisivo na escolha do destino dos viajantes.

Para Chiu (2016) os estádios de futebol tornaram-se intensamente gerenciados e regulamentados como modos de consumo na sociedade contemporânea. No campo do turismo esportivo, turistas esportivos participam somaticamente da observação e veneração de atrações relacionadas ao patrimônio do futebol, salientando como esporte e turismo sinergizam a experiência esportiva

para os espectadores. Nesse sentido, o presente artigo visa contribuir para desenvolvimento da temática.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho de cunho qualitativo e descritiva, apoiado nos procedimentos de pesquisa de campo, usufruindo da técnica de coleta de dados *in loco* nos estádios visitados. Os objetos de pesquisa foram estádios de futebol e museus esportivos de clubes pertencentes ao complexo do estádio, pertencentes a clubes de futebol com renome internacional e/ou que fosse parte integrante a legados de megaeventos esportivos no Brasil e/ou pertencentes a roteiros turísticos das cidades visitadas.

Para atingir o objetivo proposto, foram realizadas visitas a quatorze estádios de futebol, entre os anos de 2021 e 2023, com objetivo de analisar as categorias de análise apresentadas pelo Modelo de Avaliação Multidimensional (MAM) ofertado por Bezerra et al. (2019) e a possibilidade incorporar de novas categorias de análise ao MAM, conforme sugerido por Oliveira et al. (2021). As cinco categorias de análise, pioneiramente apresentadas por Bezerra et al. (2019), a saber:

- a) Visitação – verificar nas visitas aos estádios e museus se esses possuem visita guiada, áudio guia, um roteiro definido, além de informações em outros idiomas que não o local;
- b) Museu – analisar a exposição de troféus, camisas históricas, interatividade com títulos, vídeos, áudios de gols e/ou torcida, estátuas de ídolos e experiências sensoriais;
- c) Estádio – verificar se possuíam acesso ao vestiário, arquibancadas, gramado e sala de imprensa;
- d) Interatividade – verificar a disponibilidade de tecnologia para postagem direta em mídias sociais, fotos virtuais com os jogadores, realidade virtual aumentada. Além de oferta de ações com jogadores e ex-jogadores para participação e interação na visita;
- e) Informações e compra – verificar se possuíam site oficial, citação em locais físicos de turismo da cidade, compra online, site com disponibilidade em outros idiomas, citação em sites oficiais de turismo (BEZERRA; CURVELLO; ZOUAIN, 2019, p. 7).

Adotou-se as cinco categorias do MAM revisadas e incluiu-se três novas categorias, sendo elas: (6) Multifuncionalidade do espaço para além de atividades que envolvam o futebol masculino; (7) Integração ao turismo local, seja decorrente das questões de mobilidade urbana, bem como integração a setores do *trade turístico*,

promoção e realização de tours por guias de turismo credenciados; (8) Correlação acerca do estádio ao Patrimônio Histórico-Cultural do país.

Corroborando ao estudo de Oliveira, Romano e Tobar (2022), que ofertaram a possibilidade de classificação de cada categoria e uma escala de pontuação entre 0 e 5, para cada uma das oito categorias analíticas, no qual 5 representa “Excelente”, 4 “Bom”, 3 “Razoável”, 2 “Ruim”, 1 “Péssimo” e 0 “Não possui”. Resultando em um ranking baseado na média aritmética de todas as categorias analisadas. Essa possibilidade intentou aprofundar maiores discussões e discrepâncias existentes entre os tours, visto que seu planejamento prévio segue um padrão internacional de visitação em estádios de futebol.

Dessa forma, contabilizou-se 14 experiências em estádios de futebol, em três países sul americanos (Brasil, Argentina e Uruguai) em cinco cidades diferentes, a saber: Buenos Aires/Argentina (Diego Armando Maradona; La Bombonera; Monumental de Nuñez); Montevideo/Uruguai (Centenário); Belo Horizonte/Brasil (Mineirão); Rio de Janeiro/Brasil: (Laranjeiras, Maracanã, São Januário); São Paulo/Brasil (Allianz Park, Morumbi, Neo Química Arena, Pacaembu, Parque São Jorge); Santos/Brasil (Vila Belmiro).

Sobressai que essa pesquisa empírica, busca cooperar com o avanço científico nesta temática, ainda que partindo de análise subjetiva, ou seja, se por um lado estão voláteis ao olhar de um único indivíduo e/ou com apenas uma oportunidade de cativar seu visitante, por outro lado, todos os tours são avaliados sob uma mesma perspectiva de experiência e retrata fielmente a possibilidade que o atrativo tem de persuadir e conquistar definitivamente um novo cliente e/ou espectador/torcedor.

RESULTADOS & DISCUSSÃO

O quadro 17 apresenta os resultados encontrados na aplicação do modelo MAM (re)estruturado com as oito categorias de análise ofertados no presente artigo, desenvolvido em cada um dos 14 estádios de futebol. A seguir, o detalhamento dessas análises.

Quadro 17 – Análise da Qualidade dos Atrativos Turísticos analisados

Atrativo	Visita- ção	Museu	Estádio	Intera- tividade	Informa- ção	Multi- função	Turismo	Patrimônio Histórico	Média
Maracanã (Rio de Janeiro/BR)	5	5	4	3	5	5	5	4	4,5
Morumbi (São Paulo FC - São Paulo/BR)	5	5	4	4	4	5	2	5	4,25
Monumental de Nuñez (River Plate - Buenos Aires/ARG)	4	5	1	4	5	5	5	5	4,25
Mineirão (Belo Horizonte/BR)	4	5	4	2	5	5	5	3	4,125
Neo Química Arena (Corinthians -São Paulo/BR)	4	4	5	5	5	4	3	3	4,125
São Januário (Vasco da Gama - Rio de Janeiro/BR)	4	5	5	4	3	3	3	5	4
Vila Belmiro (Santos - Santos/BR)	4	5	4	3	5	2	4	5	4
Allianz Park (Palmeiras - São Paulo/BR)	4	4	4	4	5	5	2	4	4
La Bombonera (Boca Juniors - Buenos Aires/ARG)	4	5	1	4	5	3	5	5	4
Centenário (Montevideo/UY)	3	4	1	2	5	5	5	5	3,75
Pacaembu (São Paulo/BR)	4	5	0	3	5	1	5	5	3,5
Diego Armando Maradona (Argentinos Jrs. - Buenos Aires/ARG)	3	2	5	2	5	2	3	5	3,375
Estádio Parque São Jorge (Corinthians - São Paulo/BR)	3	5	0	4	2	2	1	5	2,75
Laranjeiras (Fluminense - Rio de Janeiro/BR)	1	3	3	0	2	1	1	4	1,875
Média	3,71	4,43	2,93	3,14	4,36	3,43	3,50	4,50	3,75

Legenda: (1) Visitação guiada; (2) Museu com exposição de acervo; (3) Estádio com acesso as instalações de jogo; (4) Interatividade tecnológica; (5) Informações e compra online e em locais físicos. (6) Uso do estádio para outras modalidades e eventos; (7) Integração ao turismo (entrada grátis guia de turismo, divulgação pelo trade, transporte turístico, (8) Relevância e difusão como patrimônio histórico-cultural.

Classificações: 0 (inexistente); 1 (Péssimo); (2) Ruim; (3) Regular; (4) Bom; (5) Excelente

Fonte: Autor (2023)

Anteriormente, o detalhamento das classificações ofertadas, expõe-se a necessidade de apresentar alguns fatos ocorridos em dia de visitaçao a alguns estádios. As classificações aplicadas aos estádios de La Bombonera e Monumental

de Nuñez foram prejudicadas, devido a obras no gramado e nas arquibancadas, respectivamente. A visitação no estádio Diego Maradona foi suspensa de última hora, devido a problemas internos, o aviso ocorreu somente quando já estávamos na porta do estádio, ao conversar com os responsáveis, fizeram a gentileza de ofertar um mini tour, depois de apresentar quais eram as intenções e necessidades.

A visitação ao Estádio Parque São Jorge, ocorreu anteriormente as reformulações aplicadas recentemente, dessa forma, as classificações provavelmente serão divergentes, caso ocorra em outro momento. O tour realizado no Allianz Park teve algumas alterações devido às partidas oficiais que aconteceriam nas próximas datas, bem como as manutenções constantes para recebimento de shows, congressos, jogos de futebol e outras modalidades existentes no estádio.

O tour das Laranjeiras está com previsão de alterações, entretanto, não se sabe ao certo quando entrará em vigor, muito menos disponibilidade financeira da entidade para tal. A visitação ao Estádio das Laranjeiras foi extremamente prejudicada, por um erro da equipe, na qual a monitora não poderia sair da recepção, e o estádio não tem infraestrutura para ofertar o auto guiamento, então perdeu-se a oportunidade de melhor apresentação e conseqüentemente, melhor avaliação.

A primeira categoria de análise denominada como a) “Visitação”, verificar nas visitas aos estádios e museus se esses possuem visita guiada, áudio guia, um roteiro definido, além de informações em outros idiomas que não o local (BEZERRA, CURVELLO, ZOUAIN, 2019, p.7). Em adaptação, buscou-se classificar com 5 pontos, os estádios que ofertavam possibilidade de áudio guias, de visita guiada com monitores especializados, informações escritas em outros idiomas, tour dialogado em outros idiomas para além do local e roteiro com sinalização adequada, nessa categoria, se pondera a média (= 3,71) pontos, classificado como regular.

No quesito a) Visitação apenas os estádios do Maracanã e Morumbi receberam classificação excelente; estádios com classificação “bom” aponta-se o Monumental de Nuñez, Mineirão, Neo Química Arena, São Januário, La Bombonera e Allianz park (sem visitação dialogada em outro idioma), “regular” ao estádio Diego Armando Maradona (sem auto visitação, sem informações além do espanhol), Estádio Centenário (sem visitação guiada, sem roteiro definido e sinalizado), Estádio Parque São Jorge (sem sinalização adequada, sem possibilidade de áudio guias e algumas seções sem outro idioma); e classificado como “péssimo” o tour das Laranjeiras (oferta apenas algumas seções em outro idioma).

Já referente a segunda categoria denominada b) Museu – analisar a exposição de troféus, camisas históricas, interatividade com títulos, vídeos, áudios de gols e/ou torcida, estátuas de ídolos e experiências sensoriais. (BEZERRA, CURVELLO, ZOUAIN, 2019, p.7). Buscou-se classificar de acordo com a presença dos materiais em suas dependências, camisas de times, troféus históricos, narrações, estátuas e bustos de jogadores/ídolos. Essa categoria apresentou a segunda maior média (= 4,43), classificada em “bom”.

Figura 8 – Camisas em Homenagem Póstuma a Pelé no estádio La Bombonera e camisa do Goleiro Barbosa exposta no Museu do Futebol no estádio do Pacaembu



Fonte: Autor (2023) – Acervo Pessoal Fillipe Romano

Os estádios do Maracanã, Morumbi, Monumental de Nuñez, Mineirão, São Januário, Vila Belmiro, La Bombonera, Pacaembu e Parque São Jorge foram classificados com nota máxima, alguns desses estádios com incrível acervo histórico e preservado da história, como por exemplo as camisas de Pelé (Santos) e Barbosa (São Januário), peças datadas da década de 50 (figura 8).

Os estádios Neo Química Arena, Allianz Park e Centenário receberam classificação 4 “bom”, no caso da Neo Química Arena devido a divisão de seu acervo presente ao estádio Parque São Jorge e a tímida correlação ao museu aberto, durante apresentação na arena, o mesmo ocorre no Allianz Park, por não aproveitar o acervo existente para contextualizar historicamente, já no caso do Centenário, a falta de apresentação de bustos e estátuas de jogadores que fizeram parte da história

uruguaia. O estádio das Laranjeiras recebeu classificação 3 “razoável” devido a falta de manutenção de seus materiais históricos, falta de limpeza e até mesmo não exposição detalhadas de algumas ações. O estádio Armando Maradona classificado por 2 “ruim” devido a dificuldade de acessar o acervo, bem como atividades que ocorrem na área externa aos estádios.

Tangente a categoria c) Estádio – verificar se possuíam acesso ao vestiário, arquibancadas, gramado e sala de imprensa. (BEZERRA, CURVELLO, ZOUAIN, 2019, p.7). A média dessa categoria foi (= 2,93) “ruim”, isso deve-se as reformas e manutenções existentes em grande parte dos estádios visitados, alguns em época de férias de final de ano, outros durante a realização de outras ações, fizeram desta categoria a com pior avaliação deste estudo. Apenas os estádios Neo Química Arena, São Januário e Diego Maradona receberam classificação 5 “excelente”.

Os estádios do Maracanã, Morumbi, Mineirão, Vila Belmiro e Allianz Park receberam a classificação 4 “Bom”. Justificado devido a obras no gramado e a impossibilidade de adentrar nas áreas dos bancos de reservas nos estádios do Morumbi, Maracanã e Allianz Park. Já nos estádios do Mineirão e na Vila Belmiro, alguns setores estavam indisponíveis para visita, como camarotes e arquibancadas, respectivamente.

O estádio das Laranjeiras havia possibilidade de entrar no gramado, entretanto, reformas nas arquibancadas e diversos setores impossibilitaram a visita completa, por isso a classificação 3 “regular”. Já no Monumental de Nuñez, La Bombonera e Centenário, não existiu a possibilidade de visita as áreas internas devido a obras, dificultando a realização do tour focado apenas nos museus e algumas partes específicas do tour, classificando-os assim com 1 “ruim”. Já os estádios do Parque São Jorge e Pacaembu, a visita ao gramado não acontece de maneira integrada ao tour.

Em referência a categoria d) Interatividade – verificar a disponibilidade de tecnologia para postagem direta em mídias sociais, fotos virtuais com os jogadores, realidade virtual aumentada. Além de oferta de ações com jogadores e ex-jogadores para participação e interação na visita. (BEZERRA, CURVELLO, ZOUAIN, 2019, p.7). Despontou como a segunda menor média de classificação (= 3,14) “regular”. Vale o destaque, que poucos estádios visitados ofertam ações relacionadas a tecnologia, aqueles que oferecem os serviços não estão inclusos na tarifa de entrada.

A Anfield Experience exemplifica um produto criativo do turismo esportivo em um ambiente de passeio guiado concomitante com a performance dos participantes, guias e estádio. Ex-jogadores do Liverpool Football Club trabalham como guias turísticos, desempenhando papéis mais profundos para se encaixarem nas configurações institucionais e incorporar autenticidade na experiência. (CHIU, 2016, p.131, tradução nossa)

Acrescentando a categoria inicial, os descritivos de atividades que promoveram a interação entre os visitantes, bem como atividades lúdicas, física-esportivas e recreativas entre os visitantes, aumentando conseqüentemente, as classificações de cada atrativo. Nesse quesito, apenas o estádio Neo Química Arena foi classificado como 5 “excelente”.

Englobados na classificação 4 “bom” no quesito interatividade, estão os estádios do Morumbi, Monumental de Nuñez, São Januário, Allianz Park, La Bombonera e Parque São Jorge, justificado pela falta de interações tecnológicas com o público. Classificados como 3 “regular” aponta-se o Maracanã, Vila Belmiro e Pacaembu, além da dificuldade de interações tecnológicas, algumas poucas ações, nesse aspecto, estavam quebradas ou fora de funcionamento, em pesquisas prévias, não há citações de tours com antigos ídolos disponibilizados. O estádio do Mineirão, Centenário e Diego Maradona foram classificados por 2 “ruim” por não promover nenhum tipo de interação entre seus visitantes, mas ações táteis e físicas no entorno. O estádio das Laranjeiras foi classificado como 0 “inexistente”, por não ofertar nenhuma atividade, nesse aspecto.

Na categoria e) Informações e compra – verificar se possuíam site oficial, citação em locais físicos de turismo da cidade, compra online, site com disponibilidade em outros idiomas, citação em sites oficiais de turismo. (BEZERRA, CURVELLO, ZOUAIN, 2019, p.7), apresentou a média de classificação em (= 4,36) “bom”. Sobrepuja-se, a preocupação de alcançar o público, a presença nas redes sociais de forma independente ao clube de origem, ainda que o site oficial do tour esteja desatualizado em alguns casos, demonstrou-se um bom desempenho nesse quesito, alcançando classificação 5 “excelente” os estádios: Maracanã, Monumental de Nuñez, Mineirão, Neo Química Arena, Vila Belmiro, Allianz Park, La Bombonera, Centenário, Pacaembu e Diego Armando Maradona.

O estádio do Morumbi classificado como 4 “bom”, por estar com datas e horários desatualizados no perfil oficial, bem como problemas de reserva e pagamento no website. A classificação 3 “regular” a São Januário deve-se a normas e regras de utilização não evidentes no site, como por exemplo, a entrada autorizada de camisas

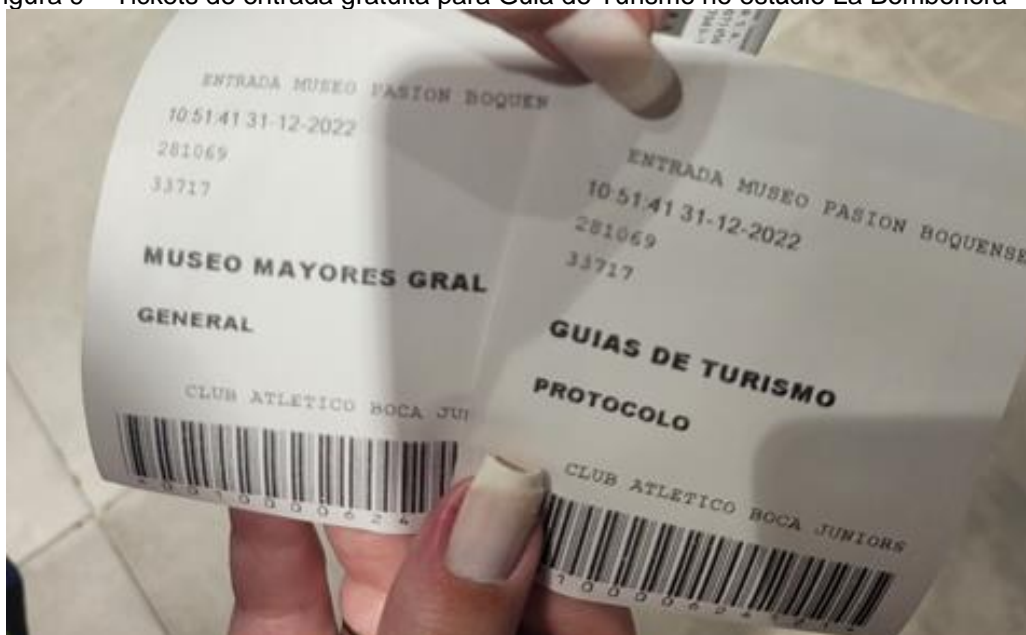
de time apenas do Vasco da Gama, seleção de Portugal e seleção Brasileira, o que causou transtornos com alguns visitantes, além do horário desatualizado de funcionamento. O estádio do Parque São Jorge e das Laranjeiras receberam classificação 2 “ruim” devido a problemas de informações atualizadas em seus sites oficiais e redes sociais, dificuldade de comunicação via e-mail, formas de pagamento e outras informações relevantes como estacionamento, por exemplo.

Foram sugeridas outras três categorias de análises dentro dos tours, f) Multifuncionalidade do estádio – verificar se possuía informações acerca de outros eventos, ações e modalidades que usufruem do espaço, bem como se há o incentivo ao uso das dependências do estádio em parceria com as instituições que estão alocadas no estádio. Essa categoria teve média de classificação em (= 3,43) “regular”. Os estádios: Maracanã, Morumbi, Monumental de Nuñez, Mineirão, Allianz Park e Centenário receberam a classificação 5 “excelente”.

Evidencia-se que alguns dos estádios, desenvolvem inúmeras atividades em suas dependências, entretanto, essas informações não são divulgadas ou de fácil acesso, além das redes sociais ou busca específica, o que demonstra uma desvantagem nesse quesito, como os estádios Neo Química Arena (=4 “bom”), La Bombonera e São Januário (= 3 “regular”), os dois estádios receberam classificação menores, pela dificuldade de divulgação dessas atividades existentes em suas redes sociais. A classificação 2 “ruim” engloba a Vila Belmiro, Diego Maradona e Parque São Jorge, visto que são utilizados essencialmente em partidas de futebol masculino e/ou feminino em conjunto ao tour. Já os estádios Pacaembu e Laranjeiras recebeu classificação 1 “péssimo” devido à dificuldade de diálogo com a equipe responsável pelo tour, bem como a desatualização das redes sociais e site oficial informativo.

Na categoria g) Integração ao turismo – participação de órgãos responsáveis pelo turismo local, iniciativa com guias de turismo autônomos e entradas gratuitas a esse público, divulgação junto ao trade turístico, integração ao transporte turístico local, integrar rotas e/ou roteiros locais que promovam a visita ao estádio. Essa categoria obteve classificação média de (= 3,5 “regular”). A promoção turística de estádios administrados pelo governo local ou não pertencentes a clubes específicos, demonstram vantagens, especialmente por não ter a questão de rivalidade futebolística. Os estádios: Maracanã, Monumental de Nuñez, Mineirão, La Bombonera, Centenário e Pacaembu, obtiveram classificação 5 “excelente”.

Figura 9 – Tickets de entrada gratuita para Guia de Turismo no estádio La Bombonera



Fonte: Autor (2023) – Acervo Pessoal Fillipe Romano

O estádio Vila Belmiro foi classificado com 4 “bom”, ainda que haja integração com o trade turístico local, algumas dificuldades de locomoção e informações quanto a visitação diminuiu a classificação, especialmente, informações desatualizadas nesses roteiros. A classificação 3 “regular” acometeu a Neo Química Arena, justificado por informações restritas aos torcedores do clube e não usufruir da vantagem de ser sede de megaeventos esportivos no Brasil, já os estádios São Januário e Diego Maradona não figuram em rotas e roteiros turísticos pela cidade, bem como não integram a mobilidade turística e dificuldade de realização de eventos para além do jogo de futebol.

Os estádios do Morumbi e Allianz Park, apesar de extremamente utilizados pelo turismo local com shows e entretenimento, pecam na divulgação própria de atividades, não oferta relação ao trade turístico local, especialmente aos guias que não possuem nenhuma vantagem de divulgação, por exemplo. Classificados como 1 “péssimo” despontam o estádio das Laranjeiras e Parque São Jorge, visto a dificuldade de encontrar informações confiáveis e problemas de divulgação dessas ações, inclusive, pelos próprios clubes e nenhuma interação ao trade turístico local ou fazer parte de rotas/roteiros temáticos dos órgãos responsáveis de turismo.

Na categoria g) Relevância e difusão como patrimônio histórico-cultural – verificar se há divulgação do histórico do clube, bem como a relação com o futebol nacional e seleções, usufruir de ídolos e figuras públicas, relevância e contextualização histórica, apropriação cultural do futebol, proximidade com a

população local, bem como, o histórico para além de seus torcedores. Essa categoria despontou como melhor média entre as categorias (= 4,5) “bom”. Os estádios: Morumbi, Monumental de Nuñez, São Januário, Vila Belmiro, La Bombonera, Centenário, Pacaembu, Armando Maradona, Parque São Jorge foram classificados com 5 “excelente”.

Os estádios Allianz Park, Laranjeiras e Maracanã foram classificados como 4 “bom”, esta classificação deu-se pela falta de correlacionar os ídolos locais, bem como a importância histórica do clube para o estado/país, sendo os três pioneiros e principais estádios de futebol entre as décadas de 20 a 50, bem como não relatar a importância para comunidade local. Nesse sentido, os estádios do Mineirão e Neo Química Arena foram classificados 3 “regular”, no qual o primeiro ignora suas ações sociais desenvolvidas nas dependências, a dificuldade atual de relação aos clubes locais mandarem atividades em suas infraestruturas, já a Neo Química Arena ignorar a participação como cidade sede abertura da Copa do Mundo 2014 e sede da modalidade futebol durante os Jogos Olímpicos 2016.

CONCLUSÕES

Resta pouca dúvida quanto a relevância dos estádios de futebol sendo reconhecidos como atrativos turísticos (STEVENS, 2005; ROMANO, UVINHA, 2020; MELO et al., 2020; OLIVEIRA, CAPRARO, 2021), especialmente, por meio dos tours temáticos que tornam-se importantes fatores benéficos em termos de marketing, relações públicas e fonte de renda extra. Essa capacidade de atrair não somente o sócio torcedor e o fã do clube local, mas também o visitante esporádico que busca o hedonismo através da visitação do patrimônio histórico-cultural local.

A avaliação dos tours temáticos dos estádios de futebol, ainda que incipientes, começam a ter relevância na literatura (inter)nacional, o trabalho pioneiro de Johner e Cunha (2016), Bezerra, Curvello e Zouain (2019) iniciaram as discussões nessa temática,

Se propôs a averiguar o grau de satisfação dos serviços turísticos oferecido pelo Arena do Grêmio Tour, atribuindo notas nas categorias: bilheteria, o tour em si, os guias de turismo, e a loja de produtos de Grêmio, sendo todas as abordagens realizadas em três idiomas [...] a loja teve nota média de 4,06, a bilheteria teve nota média de 4,42, e as notas mais altas foram atribuídas ao tour como um todo, que teve nota média de 4,63, e o serviço de guia de turismo, que obteve nota média de 4,72 [...] ressalva a relevância concedida aos visitantes aos aspectos históricos e de receptivo ofertado pelo Arena do Grêmio. (JOHNER; CUNHA, 2016, p.107).

O presente trabalho teve por objetivo de classificar e expandir o MAM por meio de outras categorias de análise, ao avaliar 14 tours temáticos em estádios e arenas esportivas no Brasil, Argentina e Uruguai. Acrescentando para além das cinco categorias apresentada por Bezerra et al. (2019), três novas categorias de análise sugeridas, visam minimizar os vieses da literatura, ao abordar os aspectos multifuncionais dos estádios/arenas; a relação (in)direta com o turístico em sua superestrutura; relevância e difusão desses espaços correlacionados ao patrimônio histórico-cultural do país.

Evidencia-se o estudo de Oliveira, Romano e Tobar (2022) no qual propõe novas categorias de análise, referente ao cadastramento e monitoramento do perfil dos visitantes; integração ao turismo local; capacitação dos profissionais que realizam os tours nos estádios. Nesse sentido, aponta-se ainda, lacuna referente a interação, subdividindo esta categoria em duas, uma na vertente de tecnologia – uso de ferramentas tecnológicas de interação e outra na vertente da interação entre visitantes com atividades e ações durante a realização do tour.

Outra possibilidade, seria a oferta de tours virtuais – que ocorreu em alguns estádios durante a pandemia – bem como o acompanhamento da satisfação desses visitantes em detrimento as visitas in loco. Os desdobramentos dos efeitos da pandemia de COVID-19, devem ser analisados e compreendidos a curto e médio prazo, compreendendo a volatilidade que este mercado sucede de fatores externos, como apontado por Oliveira e Capraro (2020),

Foi possível identificar, ainda, que quando uma atratividade esportiva relevante para o destino turístico em que ela está situada, sofre impactos negativos, o seu destino turístico acaba sendo prejudicado concomitantemente, como no caso do Japão com os Jogos Olímpicos. Assim sendo, estima-se que o destino turístico da cidade de Barcelona possa ser ainda mais prejudicado com a falta de perspectiva para a retomada plena das atividades esportivas e turísticas do FCB. (OLIVEIRA, CAPRARO, 2020, p.178).

Por fim, sugere-se uma categoria de análise referente a outras ações e atividades não relatadas, que diferenciam os tours, como exemplo, exposições temporárias, tours específicos com ídolos, novas ações de marketing, atividades com empresas parceiras e, principalmente, ações que envolvam a comunidade local e a sensação de pertencimento (ROMANO, 2018).

Como resultados, podemos sintetizar o estádio do Maracanã (RJ), obtendo a maior média de avaliação, com a nota máxima em 5 categorias (=4.5), seguido do Morumbi (SP) e Monumental de Nuñez (BsAs) (=4.25), Mineirão (MG) e Neo Química

Arena (SP) (=4.13), seguidos por São Januário (RJ), Vila Belmiro (SP), Allianz Park (SP), La Bombonera (BsAs) (=4) classificados acima da média geral das visitas (=3.76). Dois dos quatro equipamentos que não pertencem a um clube esportivo, despontam abaixo da média, Centenário (MON) (=3,75) e Pacaembu (SP) (=3,5), nas últimas colocações encontram-se Estádio Diego Maradona (BsAs) (=3,37), Estádio Parque São Jorge (SP) (=2,75) e Laranjeiras (RJ) (=1,87).

Isoladamente a categoria Patrimônio Histórico-cultural obteve a maior pontuação (=4,50) e a categoria Estádio (acesso a instalações de jogo) obteve a menor pontuação (=3,00). Números significativos comparados ao somatório geral das médias de todos os tours. As categorias “Museus” (=4,43) e “Informações” (=4.36) ficaram acima da média. As categorias “Estádios” (=3,0) e “Interatividade” (=3,14) desempenharam mal desempenho devido a inexistência de visitação ao gramado no Parque São Jorge (SP) e no Pacaembu (SP), interatividade nas Laranjeiras (RJ), respectivamente.

Os três estádios melhor ranqueados possuem em comum, a integração a roteiros de turismo de suas respectivas cidades, além da multifuncionalidade de seus equipamentos. Relativo ao MAM, salienta-se que o modelo deve ser aprimorado, visto a categorias submetidas a volatilidade da experiência, que apesar de dinâmica, pode não refletir, na média, a experiência do visitante. Assim, este estudo contribui na identificação das principais categorias (positivos e negativos) da experiência turística e cooperar com avanço científico.

4.6. Apontamentos Prévios acerca dos Perfis e Motivações dos viajantes brasileiros de turismo em estádios de futebol

Preliminary Notes on the Profiles and Motivations of Brazilian Travelers in Football Stadium Tourism

Resumo: Este resumo prévio tem como objetivo principal investigar os praticantes do turismo em estádios de futebol, especificamente no que se refere ao turismo emissivo brasileiro. Como objetivos específicos, foram analisados o perfil socioeconômico dos turistas, suas motivações de viagem, seus gastos financeiros e a visitação de atrativos turísticos por torcedores brasileiros durante a final da Sul-americana 2022 na cidade de Córdoba, na Argentina. Este estudo é de natureza exploratória e descritiva e utilizou questionários como instrumento de coleta de dados, além de visitas in loco, baseando-se nos conceitos de lazer sério, turismo futebolístico e turismo em estádios. Os critérios para participação na pesquisa foram a idade acima de 18 anos e a residência em outras cidades em relação à realização da partida. Foram calculados 164 questionários por meio do SurveyMonkey (2023), os resultados **prévios** revelaram um perfil majoritariamente masculino, com idade entre 25 e 29 anos, residentes em São Paulo, com ensino superior completo e renda entre 2 e 3 salários-mínimos. Em relação à viagem, a maioria dos turistas se hospedou em apartamentos alugados pelo Airbnb, viajou de avião e ônibus, permanecendo em média 6 dias, com um stopover em Buenos Aires por cerca de 3 dias. A principal motivação dos turistas foi a vivência da partida e a possibilidade de conhecer uma nova cidade, tendo um gasto médio de R\$5400 durante toda a viagem. No que se refere à motivação da viagem, 94% dos turistas viajaram com o objetivo principal de assistir à partida, além de usufruir de bares, restaurantes, vida noturna e parques urbanos. 92% relataram ter participado de atividades nos estádios além da partida oficial, predominando os tours (72%), além disso, 77% dos turistas têm o hábito de visitar estádios durante suas viagens. Dentre os principais resultados, pode-se destacar a partida de futebol como o principal fator motivador para o deslocamento a essas cidades, bem como a compreensão do estádio de futebol como um atrativo turístico, usufruindo do espaço como patrimônio histórico-cultural não apenas dos brasileiros, mas também dos povos latinos em geral. Por fim, sugere-se a relevância de novas pesquisas sobre esse possível segmento turístico.

Palavras-chave: turismo em estádios; lazer sério; turismo futebolístico; estádios de futebol; perfil; motivação.

Abstract: This preliminary summary aims to investigate the participants of football stadium tourism, specifically focusing on Brazilian outbound tourism. The specific objectives were to analyze the socioeconomic profile of tourists, their travel motivations, financial expenditures, and visits to tourist attractions by Brazilian fans during the 2022 South American Cup final in the city of Córdoba, Argentina. This study is exploratory and descriptive in nature and utilized questionnaires as a data collection instrument, along with on-site visits, based on the concepts of serious leisure, football tourism, and stadium tourism. The criteria for participation in the research were age above 18 and residence in cities other than the match venue. A total of 164 questionnaires were calculated using SurveyMonkey (2023), the preliminary results revealed a predominantly male profile, aged between 25 and 29, residing in São Paulo, with a completed higher education degree, and an income between 2 and 3 minimum wages. In terms of travel, the majority of tourists stayed in apartments rented through Airbnb, traveled by plane and bus, with an average stay of 6 days, including a stopover in Buenos Aires for approximately 3 days. The main motivation for tourists was the experience of the match and the opportunity to explore a new city, with an average expenditure of R\$5400 throughout the trip. Regarding travel motivation, 94% of tourists traveled with the primary objective of attending the match, in addition to enjoying bars, restaurants, nightlife, and urban parks. 92% reported participating in activities at the stadiums beyond the official match, with tours (72%) being the most common, and 77% of tourists have the habit of visiting stadiums during their trips. Among the main findings, it can be highlighted that the football match was the main motivating factor for traveling to these cities, as well as the understanding of the football stadium as a tourist attraction, enjoying the space as a historical and cultural heritage not only for Brazilians but also for Latin peoples in general. Finally, the relevance of further research on this potential tourism segment is suggested.

Keywords: stadium tourism; serious leisure; football tourism; football stadiums; motivation; profile.

4.7. O uso dos estádios para além do futebol: Possibilidades ao lazer e ao turismo

The use of stadiums beyond football: Possibilities for leisure and tourism

Resumo: Depois de sediar grandes megaeventos esportivos, o Brasil se deparou com estádios e arenas construídos como um dos principais legados tangíveis positivos, embora os custos de manutenção e construção sejam motivo de debate na sociedade. Este artigo tem como objetivo apresentar e discutir outras possibilidades de uso para lazer e turismo além das partidas oficiais de futebol masculino. Para isso, esse trabalho empírico se baseia em um método qualitativo, exploratório e descritivo, por meio de visitação participante, registro fotográfico e documental das atividades e ações existentes, apoiado nos conceitos de turismo em estádios. Justifica-se a necessidade de apresentar possibilidades além do uso esportivo, promovendo a autossustentabilidade desses espaços, disseminando o papel social, possibilitar a geração de políticas públicas e promover a sensação de pertencimento da população a esses legados.

Palavras-chave: turismo em estádios; lazer esportivo; turismo esportivo; atrativo turístico; estádios de futebol; arenas esportivas.

Abstract: After hosting major sports mega-events, Brazil was left with stadiums and arenas built as one of the main tangible positive legacies, despite the ongoing debate about the costs of maintenance and construction. This article aims to present and discuss other possibilities for leisure and tourism use beyond official male football matches. The work is based on a qualitative, exploratory, and descriptive method, through participant visits, as well as photographic and documentary recording of existing activities and actions, supported by the concepts of stadium tourism. There is a need to present possibilities beyond sports use, promoting self-sustainability of these spaces, disseminating their social role, creating public policies, and fostering a sense of ownership among the population towards these legacies.

Keywords: Stadium tourism; sports leisure; sports tourism; tourist attraction; football stadiums; sports arenas

INTRODUÇÃO

O futebol não foi dado aos brasileiros, mas conquistado ao longo tempo pela representatividade do país na prática de tal modalidade no cenário internacional (KAZ, 2019). Tal conquista foi consolidada com o destaque do Brasil como país sede dos principais megaeventos esportivos do mundo durante uma década – Jogos Panamericanos e Parapanamericanos Rio 2007; Jogos Mundiais Militares 2011; Copa das Confederações 2013; Copa do Mundo 2014; Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 (UVINHA, 2016).

Após a realização desses megaeventos, deparou-se com a construção de diversos estádios e arenas esportivas como requisitos para exequibilidade dos megaeventos esportivos, entretanto, grande parte desses espaços não foram realizados planejamentos a longo prazo para uso desses espaços, muito menos, a sensação de pertencimento a população do entorno, vide os inúmeros problemas e restrições decorrentes desses megaeventos (RODRIGUES, RECHIA, 2016; VICO,

GUSTAVO, UVINHA; 2018; ROMANO, UVINHA, 2020; REIS, DACOSTA, TELLES, 2021).

Müller, Gogishvili, Wolfe (2022) ao analisar os custos dos megaeventos esportivos para os países anfitriões entre 1964 e 2018, apontou que na maioria dos casos, os custos (US\$120 bilhões) excederam as receitas (US\$ 70 bilhões) registrando déficit, com retorno médio negativo em -38%, nos eventos analisados, apenas os Jogos Olímpicos de Los Angeles 1984, Vancouver 2010 e a Copa do Mundo da Rússia 2018 tiveram saldo positivos, ressaltando assim, a necessidade (obrigatoriedade) de subsídios externos, carecendo de sustentabilidade financeira e projetos nesse sentido.

As estimativas do Japão e da Coreia antes da Copa do Mundo de 2002 são típicas do otimismo exagerado que é comum em megaeventos. Esperanças e visões nem sempre se transformam em sucesso sustentável. Em alguns casos, os proprietários dos eventos tiveram expectativas irrealistas sobre a demanda pós-evento. Além disso, também é uma questão de custos: quanto maiores os estádios, mais caros serão para alugar. Isso explica por que alguns clubes continuaram a usar seus estádios existentes em vez de se mudarem para os novos. (ALM et al., 2016, p.579, tradução nossa).

Corroborado ao estudo de Frois (2018), Maharaj (2015) discute as questões do legado na perspectiva do Global South, apontando que embora haja alguns benefícios especialmente no desenvolvimento de infraestrutura, entretanto, as desigualdades socioeconômicas foram exacerbadas, perdas, corrupções por falta de fiscalizações e tendências a não utilização dos espaços construídos. Nesse aspecto, Bama e Tichaawa (2020) apresentam que a construção dos estádios para a Copa da África do Sul em 2010, demonstraram uma “quase total” falta de planejamento estratégico para sustentabilidade pós-evento, criando altos custos de manutenção embora representantes de um sentimento de apego ao estádio, repudiando quaisquer considerações de demolição dos estádios.

Os megaeventos foram em grande parte organizados e financiados pelos governos em consulta com o setor privado, com pouca ou nenhuma responsabilidade com os cidadãos, embora tais decisões tivessem grandes implicações em termos de desvio das prioridades de gastos públicos de necessidades sociais mais urgentes, como moradia, saúde e educação. (MAHARAJ, 2015, p. 996).

No estudo de Edensor et al. (2021) salienta a necessidade de estudos que abordem a multivariabilidade de experiências turísticas possíveis nos estádios de futebol, apoiando-se na visitação de seus visitantes, bem como, do mercado de turistas que consomem eventos e atividades nesses espaços. Já Brochado et al. (2021) apontaram os estádios como motivadores de visitação, aumento de receitas anuais e

fator chave na autossustentabilidade desses equipamentos por meio do fomento e engajamento dos torcedores/visitantes (inter)nacionais.

Dessa forma, este artigo tem como objetivo apresentar e discutir outras possibilidades de uso para o lazer e turismo, para além das partidas oficiais de futebol masculino, alicerçado no método exploratório, descritivo e empírico, usufruindo da observação participante e do referencial bibliográfico/documental em atividades realizadas nos estádios e arenas esportivas do Brasil.

O trabalho subdivide-se em duas seções, nas quais descrevem o referencial bibliográfico que permeia a atividade, seguida do relato das atividades classificadas na teoria dos conteúdos culturais de Joffre Dumazedier que será apresentada a posterior, junto aos resultados e considerações finais do artigo.

REFERENCIAL BIBLIOGRÁFICO

O pesquisador Jonathan Oliveira (2021) avulta a produção acadêmica relacionadas ao turismo esportivo e ao turismo futebolístico, bases teóricas do presente trabalho, é relativamente nova – primeira vez no ano de 2003 –. Apesar de estar em franco crescimento nos últimos anos, demonstra-se pouca exploração em ações e atividades do turismo futebolístico para além dos megaeventos esportivos.

Nesse sentido, predomina a importância do turismo esportivo e do turismo futebolístico no alcance sociocultural, histórico e econômico desse nicho, na perspectiva do turismo em estádio, aponta-se crescimento na demanda turística de serviços ofertados por clubes, seja para o *match day* quanto aos *tours temáticos* que contemplam a infraestrutura do estádio e/ou museus do clube (PINHEIRO, ALBERTON, 2012; ROMANO; SILVA; RODRIGUES, 2016; FERREIRA; SILVA, 2017; MAGALHÃES et al., 2017; BEZERRA; CURVELLO; ZOUAIN, 2019; OLIVEIRA; CAPRARO, 2020b; OLIVEIRA, 2021; BROCHADO et al., 2021).

A discussão acerca da construção e/ou remodelamento de estádios de futebol na literatura internacional, desponta com maior avanço, o estudo de Ginesta (2014) conclui que as novas arenas consolidam as marcas de futebol (os clubes), permitindo assim, que haja uma nova funcionalidade desses espaços e conseqüentemente, criando novas formas de renda por meio de eventos de lazer, desenvolvimento turístico e da hospitalidade. Corroborado ao estudo de Cho e Clemens (2020) ao ressaltar a necessidade de criação de estratégias que atraiam o maior número de participantes de eventos esportivos nos estádios.

o estádio moderno submete-se aos princípios do futebol-negócio, gerenciado cada vez mais sob o intuito de gerar lucro, refuncionalizando este equipamento futebolístico. Antes a renda alcançada com a bilheteria representava a principal obtenção destes espaços, no entanto, atualmente os clubes se beneficiam de variadas possibilidades, como lojas, restaurantes, eventos, e diversas atividades oferecidas aos torcedores. (AZEVEDO, MARQUES, 2021, p.56)

O artigo de Wergeland e Hognestad (2021) discutem a necessidade de construção ou remodelamento de novas arenas como necessidade de atração de patrocínios e investidores, o estudo investiga o potencial de reutilização dessas arenas e tentam explicar o motivo de estádios antigos tornarem-se obsoletos, no qual ressaltam a falta de iniciativas verdes que possam ofertar vida mais longínquas aos estádios de futebol. Outra possibilidade, apontada por Rodrigues et al. (2017) na qual discute a falta de planejamento conjunto a população local que não desenvolve a sensação de pertencimento,

O ideal seria que os espaços (re)construídos respeitassem aspectos da memória coletiva dos sujeitos frequentadores dos estádios, no intuito de manter a identidade com a cultura local dos cidadãos. Nesse sentido, a conexão entre o local e o global deve ser estabelecida de forma mais equilibrada, para que não haja segregação, mas sim maior apropriação dos cidadãos em espaços e equipamentos de esporte e lazer nas cidades. (RODRIGUES, DRULA, RECHIA, 2017, p.1294)

No artigo de Sroka (2021) ao avaliar o estádio e o centro de convenções como legados das Olimpíadas de inverno de 2010 em Vancouver, aponta lições futuras para anfitriões de eventos, defende o uso desses equipamentos por meio do portfólio de eventos para o desenvolvimento do turismo e da cidade anfitriã, moldando oportunidades para investidores em uma estrutura sustentável. Essas iniciativas suportam ao trabalho desenvolvido por Alm et al. (2016) que discute sobre a construção dessas arenas esportivas sem o devido planejamento,

[...] mais de 20% dos locais tiveram índices inferiores a dois, o que indica uma utilização muito baixa. Em alguns casos, equipes locais rejeitaram a mudança para os novos estádios e preferiram continuar usando seus locais antigos. Uma razão para isso foi que a capacidade dos novos locais excedia suas necessidades, mas motivos econômicos também foram identificados. Esses padrões foram observados no Japão e na África do Sul, dois dos anfitriões da final da Copa do Mundo da FIFA neste século, e em Portugal, o anfitrião da UEFA Euro 2004. (ALM et al., 2016, p.579, tradução nossa).

Em estudo realizado por Barry, Mason e Trzonkowski (2022) apontam a necessidade de planejamento por meio de abordagens estratégicas para o crescimento da economia por meio de visitantes ancorados na visitação de arenas esportivas e estádios de futebol, priorizando ações e atividades que combinem atividades locais para autossustentabilidade econômica desses espaços. Um dos

aspectos necessários para tal, é a compreensão da influência, concentração de espaços e atrativos hospitalares e de fácil acesso, para além do estádio na cidade sede (COLANTUONO, 2019). No Brasil, pode-se citar o caso da Neo Química Arena como um dos principais estádios com atividades para além do futebol,

[...] Os serviços ofertados na Neo Química Arena estão a Academia Redfit, com atividades de luta, dança, ginástica, entre outros; o Acesso Saúde, a chamada Clínica Média do Povo, que oferta consultas médicas, odontológicas e exames; a Arena Ronaldo, quadra de futebol e basquete aberta ao público diariamente; o Camarote Arena Kids, disponível para festas infantis e escolares; a megaloja Poderoso Timão; o Museu do Povo; o Studio Ensõ, espaço de beleza, estética e bem-estar; a Tirolesa Seloko [...]. (AZEVEDO, MARQUES, 2021, p.60).

Dentre as iniciativas, a literatura acadêmica tem se debruçado sobre a importância dos museus que possuem a interface com esportes, especialmente na promoção turística, histórica e cultural da localidade. Como exemplo o Museu do Futebol no Brasil (ROMANO, UVINHA, 2021) e do Museu do Beisebol em Nova York nos Estados Unidos (RAMSHAW, GAMMON, TOBAR, 2019) que se avultam como modelos de interface da cultura popular e do museu esportivo, que entendem as funções históricas e culturais, promovendo a reflexão de seus visitantes.

Em Portugal, especificamente no estádio do Dragão no Porto, Magalhães et al. (2017) destacam as inúmeras atividades desenvolvidas nas dependências do estádio, que vão desde comemorações a datas específicas, ações de teatro, desenvolvimento de multimídias, exposições temporárias, ações promocionais, oficinas pedagógicas, além de ações culturais, institucionais, musicais e além do museu.

O estudo de Heller e Stephenson (2021) sobreleva a importância do planejamento e acompanhamento na realização de megaeventos para as cidades anfitriãs, ao analisar oito anos de dados em cidades-sede do Superbowl acerca das receitas geradas com hospedagem, apontam-se (1) o ganho líquido em aluguéis é consideravelmente menor do que o número bruto de quartos alugados, (2) os benefícios são heterogêneos entre as cidades, (3) as áreas beneficiadas nem sempre são aquelas localizadas próximas aos estádios e (4) quase 90% da receita obtida com quartos de hotel se deve ao aumento das tarifas, o que significa que as preocupações com vazamentos nas economias regionais das cidades-sede são evidentes.

Novos paradigmas e compreensões acerca dos legados, são apresentados na pesquisa de Kucukvar et al. (2021) ao apresentar o (re)modulável, realocável e reutilizável estádio Ras Abu Aboud, construído para Copa do Mundo de 2022 no

Qatar, como possibilidade de inovação, eficiência de recursos e prevenção de resíduos e acidentes. O estudo aborda pioneiramente os aspectos de sustentabilidade social e legado de economia circular.

Nota-se incipiência de estudos que retratam outras ações que não necessariamente correlacionam uma partida oficial de futebol, notadamente, no gênero masculino. Os resultados a seguir discorrem de uma série de visitas *in loco* nos estádios e arenas esportivas ao redor do país, bem como parte do levantamento bibliográfico de ações e atividades que aconteceram em momentos de utilização para além da modalidade esportiva futebol.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O presente trabalho empírico é baseado no método exploratório e descritivo, usufruindo das técnicas da observação participante em diversas visitas técnicas programadas e cadernos de campo para descrição das atividades realizadas, bem como levantamento bibliográfico e documental para construção do referencial teórico e prático das ações de lazer e turismo existentes nos estádios do Brasil.

A pesquisa empírica é compreendida, de acordo com Veal (2011) como processos técnicos mais explícitos, que podem ser descritos, envolvendo a coleta e/ou análise de dados e alimentada por observações ou informações do “mundo real”. Dessa forma, pretende-se correlacionar as atividades existentes com o levantamento bibliográfico teórico. Em consonância ao pesquisador ser participante do ambiente de estudo, envolvido com a forma de observação, tornando-se parte do processo social que está sendo estudado.

Ainda que não haja um modelo teórico sustentável para classificar essas atividades em estádios de futebol, o presente artigo sugere a utilização da teórica sociológica do lazer, aportado no sociólogo Joffre Dumazedier (1979, 1980), posteriormente atualizada, por Luiz Octávio Camargo (1986) e Gisele Schwartz (2003) no qual distingue sete áreas fundamentais de interesse no lazer (físico, manuais, artísticos, intelectuais, sociais, turísticos e virtuais).

Ressalta-se que essa escolha por essa teoria, devido a sua aceitação entre os estudiosos do tema e a possibilidade de nortear o desenvolvimento técnico de atividades dentro das arenas, entretanto, ela possui um caráter subjetivo e preponderante para classificação de seus conteúdos, justificado pela interligação entre os conteúdos dentro de uma mesma atividade, nesse sentido Marcellino (2007)

apresenta que “a distinção entre os vários interesses no lazer só pode ser estabelecida em termos de predominância e representando escolhas subjetivas, pois constituem um todo interligado, e não esferas estanques” (p.27).

Os resultados a seguir serão apresentados na predominância do conteúdo cultural do lazer presente na atividade, com objetivo de apresentar outras possibilidades de uso dos estádios para lazer e turismo, além das partidas oficiais de futebol masculino, apoiado nos conceitos de turismo em estádios, apresentado por Romano e Uvinha (2023) na qual definem o turismo em estádios como a participação e/ou visitação em atividades turísticas e de lazer dentro de estádios ou arenas esportivas, com cunho cultural, recreacional e/ou educacional, ainda que motivado pela atividade em si.

RESULTADOS

Os resultados discorrem de uma série de visitas *in loco* nos estádios e arenas esportivas ao redor do país, bem como parte do levantamento bibliográfico de ações e atividades que aconteceram em momentos de utilização para além da modalidade esportiva futebol. Os resultados a seguir serão apresentados ancorados na teoria sociológica do lazer de Joffre Dumazedier (1979, 1980) acerca dos conteúdos culturais e na inclusão do conteúdo cultural turístico, realizado por Camargo (1986).

Aponta-se ainda, que algumas atividades não foram classificadas, devido a sua natureza de cunho social, educacional e histórica, não podendo ser classificada em nenhuma das categorias de análise dos conteúdos culturais, ainda que exista uma possibilidade de utilização dos conteúdos, acredita-se forçar a classificação de uma atividade na qual não há necessidade, como por exemplo, as transformações dos estádios em hospitais temporários para tratamento de covid ou utilização em campanhas públicas de saúde para vacinação, ainda que possa pertencer ao conteúdo cultural social, não pretende-se usufruir desta classificação.

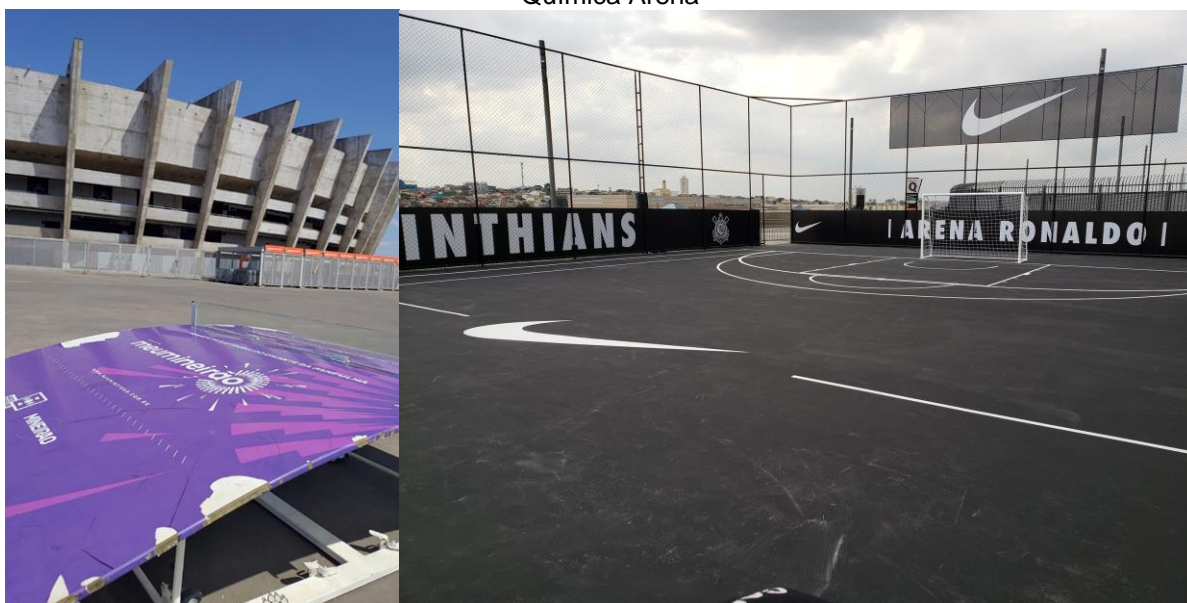
Conteúdos Físicos/Esportivos

Os conteúdos físicos/esportivos podem ser denominados como as práticas esportivas e demais atividade que predominam o movimento e o exercício físico. Compreendendo novas relações com a natureza, bem como melhorias nas condições de convivência e trabalho. Pela justificativa de proximidade a evento esportivo de

futebol, as atividades predominantemente físicas são frequentemente realizadas nos estádios e arenas esportivas.

Foram relatadas inúmeras atividades com predomínio dos conteúdos culturais físico/esportivos, em especial, ações pertencentes aos tours temáticos como por exemplo, atividades de chute ao gol (Morumbi, Allianz, Neo Química Arena, Maracanã, Mineirão, entre outros). Estádios como Mineirão, Maracanã e Neo Química dispõe de uma infraestrutura externa que privilegia o desenvolvimento dessas ações físico/esportivas além do contato social, são quadras ou equipamentos simples para prática esportiva como futemesa, futebol, futsal, basquete e vôlei em suas áreas externas, com parcerias a empresas privadas ou de cunho educativo, conforme figura 10.

Figura 10 - Estrutura de Futmesa para Visitantes do Mineirão e Espaço Arena Ronaldo na Neo Química Arena



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2023)

Nesse aspecto, algumas ações de cunho prático podem ser observadas em diversos estádios de futebol e arenas esportivas, o desenvolvimento de corridas de rua temáticas de clubes vêm se tornando febre nos últimos anos, especialmente, as corridas que usufruem da infraestrutura interna dos estádios. Pode-se citar o caso da *Timão Run* que ocorre tradicionalmente no feriado de consciência negra em novembro, nos arredores e dependências da Neo Química Arena, bem como a *Tricolor Run*, corrida temática do São Paulo FC, dentro e no entorno do estádio do Morumbi, que ocorre em datas comemorativas do clube, figura 11. Os estádios também ofertam seus espaços para retirada dos kits de corridas temáticos, como ocorre na figura 11, no estádio Mané Garrincha em Brasília.

Figura 11 - Largada da Corrida *Tricolor Run* dentro do estádio do Morumbi e Retirada de Kit de Corrida no Estádio Mané Garrincha



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2023)

Os esportes e atividades de aventura também são encontradas nos estádios de futebol Brasileiros, relatadas pela literatura acadêmica no estádio sul-africano Moses Mabhida em Durban, uma das sedes da copa do mundo FIFA de futebol 2010, com duas atividades específicas, o pêndulo (uma espécie de *bungee jump*) e tirolesa, graças a sua infraestrutura em formato de arco que transcende o estádio no meio. No Brasil essa atividade iniciou-se no Allianz Park, sendo incorporada posteriormente na Neo Química Arena e também no estádio do Mineirão.

Entretanto, a atividade no estádio do Mineirão foi encerrada, devido a problemas técnicos de falha humana, onde uma visitante caiu nas arquibancadas do Mineirão, com escoriações e machucados nos membros superiores e inferiores, a cadeira não estava presa, nem os equipamentos de segurança foram verificados, dessa forma, após repercussão pública – acidente ocorreu com a filha de um apresentador de programas esportivos, foi fechado sem nenhuma previsão de retorno.

Figura 12 - Atividade de Tirolesa na Neo Química Arena e Acidente com a Tirolesa no estádio do Mineirão



Fonte: Acervo Pessoal – Fillipe Romano (2022); Instagram de Ale Oliveira (2022)

Grandes redes de academias estão se instalando nas dependências de estádios de futebol, essa prática vem ocorrendo em certa frequência em estádios a redor do mundo. No Brasil, podemos citar o estádio do Morumbi como pioneiro no desenvolvimento dessa atividade, especialmente, ao patrocinador do clube ser deste ramo. Atualmente, podemos encontrar academias de musculação nas dependências do Allianz Park, Neo Química Arena, Estádio do Morumbi.

Estádios de futebol pertencentes a complexos esportivos, como por exemplo, os estádios das Laranjeiras, São Januário, Parque São Jorge e estádio do Pacaembu (figura 13), apresentam a possibilidade de prática de outras modalidades esportivas caso torne-se associado ao clube, usufruindo de sua infraestrutura construída, dentre elas, quadras poliesportivas, quadras de tênis, piscinas olímpicas e outras modalidades como futsal e basquete, conforme figura 13 abaixo.

Figura 13- Espaços para práticas de outras modalidades esportivas nos complexos esportivos de São Januário, Estádio do Pacaembu e Estádio das Laranjeiras



Fonte: Acervo Pessoal – Fillipe Romano (2023)

Conteúdos Intelectuais

Os conteúdos intelectuais são atividades que buscam o contato com o real, informações objetivas, com explicações racionais, baseada em leituras, participação, experimentação ou até mesmo a satisfação de uma curiosidade, desejo sincero de saber.

As atividades que estimulem o desenvolvimento dos conteúdos intelectuais são raras em estádios de futebol, ainda que existe a possibilidade de desenvolver atividades que correlacionem esse conteúdo, não se encontra ações nos estádios de futebol. As novas arenas multiuso, negligenciam sua infraestrutura para ações dessa natureza, mas podemos apontar três atividades classificadas como conteúdos culturais intelectuais.

A primeira diz respeito a organização do 4º Simpósio Internacional de estudos sobre futebol, realizado no ano de 2022, nas dependências do estádio do Pacaembu (figura 14), evento organizado em parceria com a USP, a organização social do

estádio e demais parceiros institucionais. As atividades de congressos e atividades correlatas ao ensino, ocorreram também em duas ocasiões na Arena Manaus e também no estádio Mané Garrincha em Brasília.

Figura 14 – Simpósio Internacional sobre estudos do futebol realizado no estádio do Pacaembu (SP)



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2022)

Outras ações envolvendo os conteúdos intelectuais, diz respeito a locação de espaços internos para universidades particulares e centros de idiomas que ocorrem dentro dos estádios de futebol, como por exemplo, a Universidade dentro das dependências da Neo Química Arena. Outras atividades nesse aspecto, ocorre dentro do estádio do Pacaembu, onde localiza-se o Centro de Referência do Futebol Brasileiro, setor responsável por pesquisar e documentar expressões do futebol no Brasil

O Centro de Referência do Futebol Brasileiro – CRFB (figura 15) é setor responsável por pesquisar e documentar diferentes expressões do futebol no Brasil, com vistas à constituição do acervo do Museu do Futebol. O CRFB possui equipe dedicada à pesquisa, à documentação e à gestão de uma biblioteca e midiateca. Esta

possui um dos maiores acervos de livros e periódicos, além de coleção de filmes, documentários, catálogos e obras de referência sobre o tema.

Inaugurado em outubro de 2013, o CRFB começou a ser idealizado desde a concepção do Museu do Futebol. Sua implantação foi iniciada em 2011 e contou com recursos da FINEP – Agência Brasileira de Inovação e parceria com o Núcleo de Antropologia Urbana da Universidade de São Paulo (LabNAU/USP). O CRFB desenvolve pesquisas, estabelece parcerias com museus, memoriais, centros e grupos de pesquisas em universidades, promove palestras, seminários e encontros com o objetivo de contribuir com a troca, ampliação e divulgação de conhecimentos sobre futebol. Realiza a digitalização de fotos e documentos e contribui para a preservação de coleções sobre futebol. (CRFB, 2023, s/p.).

Figura 15 - Centro de Referência do Futebol Brasileiro dentro do estádio do Pacaembu (SP)



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2022)

Algumas outras atividades classificadas predominantemente como intelectuais são as feiras de livros, bibliotecas e demais atividades que envolvem a leitura, promovidas no estádio do Pacaembu, Maracanã, Mineirão (figura 16). Além de documentos disponibilizados para consultas nos estádios de São Januário, Parque São Jorge e Laranjeiras.

Evidencia-se que essas atividades relatadas estão para além das abordagens realizadas nos tours temáticos e museus disponíveis. O estádio do Pacaembu tem fundamental destaque nesse conteúdo cultural, talvez, justificado pela influência do CRFB e do pertencimento a rede de museus paulistas, sob responsabilidade da prefeitura de São Paulo. Pode-se ainda citar, as atividades desenvolvidas de troca de figurinhas da Copa do Mundo, tradição promulgada nesses espaços de socialização.

Figura 16 - Feira de Livros nas dependências do Estádio do Pacaembu & Troca de Figurinhas no Estádio Allianz Park



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2022) e Divulgação Allianz Park (2022)

Conteúdos Artísticos

Os conteúdos artísticos são descritos como conteúdos culturais que simbolizam imagens, emoções e sentimentos, que promove o encantamento por meio da beleza, abordando as manifestações artísticas de diferentes formas.

São diversas as manifestações artísticas nos estádios de futebol, maior ênfase aos *grafittes* e estátuas em diversos pontos nas dependências e no entorno dos estádios, especialmente de ídolos ou atividades que correlacionem conquistas dos clubes. Pode-se citar o estádio do Morumbi, recentemente, por meio do projeto *Morumbi Grafitti* no qual torcedores se reuniram para financiar arte em torno do estádio do Morumbi. Pode-se exemplificar os estádios de São Januário, Allianz Park, Morumbi, La Bombonera e estádio Diego Maradona, com claras referências ao maior ídolo argentino.

Figura 17 - Grafites e Homenagens aos ídolos da história do esporte dentro e no entorno dos estádios de futebol (La Bombonera, São Januário, Estádio do Morumbi e Diego Armando Maradona)





Fonte: Acervo pessoal – Fillipe Romano (2022, 2023)

Alguns estádios pertencentes ao clube de futebol, como o Parque São Jorge, Allianz Park, Estádio do Morumbi, possuem em sua infraestrutura espaços para conferências, teatro, espaços para formaturas e demais atividades que correlacionam o conteúdo cultural artístico. Além disso, no Parque São Jorge, especificamente, algumas de suas torcidas organizadas usufruem dos espaços para ensaios de escolas de samba em algumas oportunidades, além de apresentações culturais em parceria com o clube.

Conteúdos Manuais

Os conteúdos manuais descrevem as atividades com capacidade de manipulação para transformar objetos ou materiais. Os conteúdos manuais foram pouco verificados em atividades dentro das arenas, pode-se citar algumas atividades desenvolvidas nos tours temáticos, com a confecção de materiais que possam ser adquiridos por seus visitantes a posterior, envolvendo também o conteúdo cultural artístico em algumas dessas atividades.

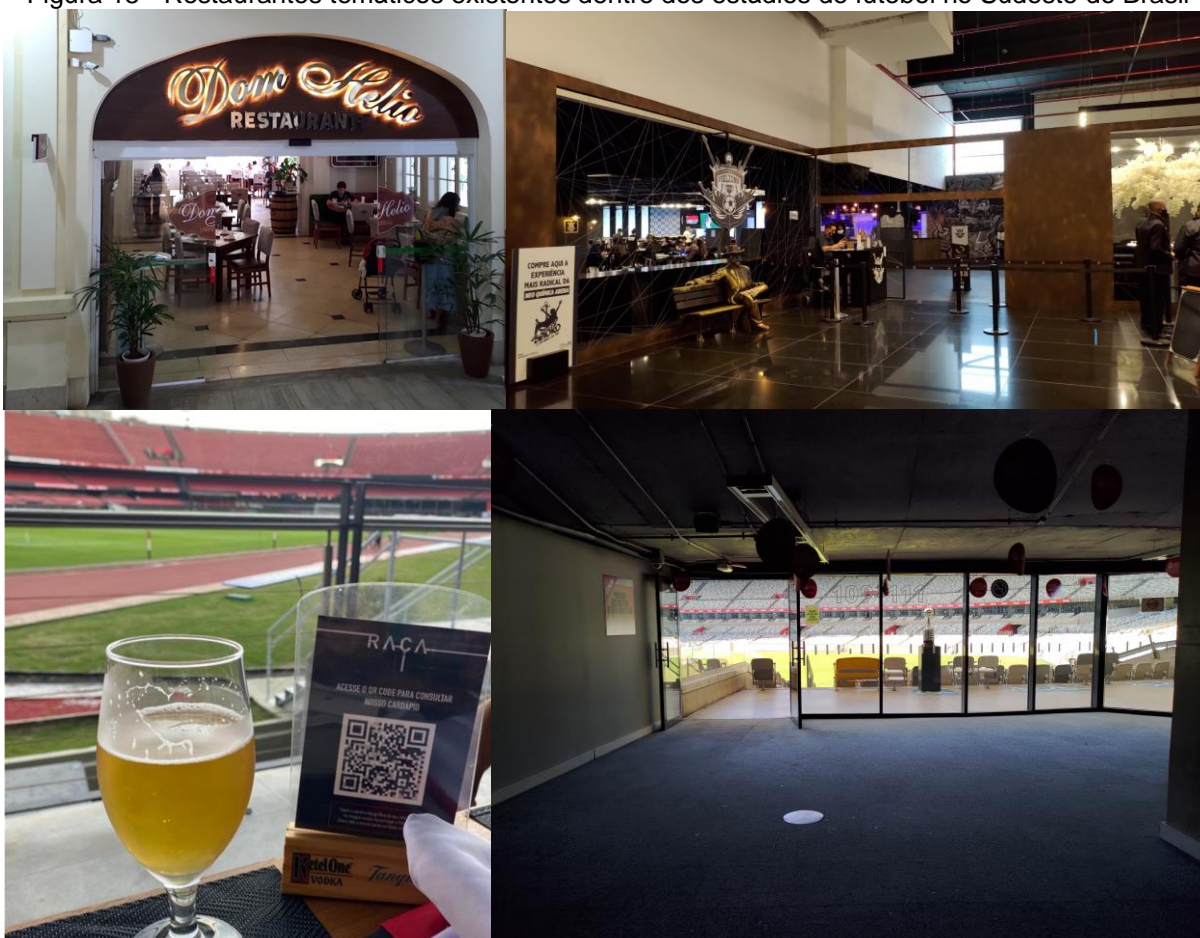
Conteúdos Sociais

Os conteúdos sociais predominam-se pela procura do contato direto com outras pessoas, por meio de locais ou atividades socializantes, evidencia-se a busca no divertimento, de busca de informações e do repouso. As atividades sociais predominada pela finalidade de desenvolvimento da sociedade, atividades de interações entre grupos que possuem algo em comum, ou até mesmo usufruindo dos momentos de necessidade, como alimentação, para desenvolvimento desse aspecto cultural.

Dentre os conteúdos sociais podemos correlacionar diversas atividades, especialmente no que tange aos aspectos comerciais, em sua infraestrutura, diversas lojas e restaurantes temáticos são ofertados aos visitantes, inclusive durante as partidas oficiais de futebol masculino.

Indica-se que quase todos os estádios e arenas esportivas usufruem dos restaurantes como forma de uso dos espaços em dias não oficiais de jogos, ressalta-se que os valores são diferentes, em algum caso quase o dobro dos valores, caso queira usufruir durante a partida. Os estádios com restaurantes em suas dependências são: Allianz Park, Morumbi, Arena Corinthians, Parque São Jorge, Maracanã, Arena Independência, La Bombonera, Estádio Centenário, Rua Javari, Estádio do Canindé, Estádio das Laranjeiras, além de outros estádios e arenas ao redor do país.

Figura 18 - Restaurantes temáticos existentes dentro dos estádios de futebol no Sudeste do Brasil



Fonte: Acervo Pessoal – Fillipe Romano (2021, 2022, 2023)

Algumas atividades desenvolvidas nos estádios desenvolvem o aspecto social, ao desenvolver ações na promoção de saúde pública, como por exemplo, ações de vacinação durante a pandemia de COVID-19, ações foram desenvolvidas em estádios como Maracanã, Morumbi, Allianz Park, Arena da Baixada, Estádio do Mineirão, entre outros estádios.

Entretanto, três estádios despontaram como principais centros de combate ao COVID-19. A Neo Química Arena, ao pertencer a zona leste de São Paulo e consequentemente o maior contingente populacional da cidade, destacou-se pelo alto número de vacinados em suas dependências. Os estádios do Pacaembu e o estádio prefeito José Daniel em Santo André, região metropolitana de São Paulo, foram transformados em hospitais de campanha durante a pandemia, ou seja, modificaram suas infraestruturas para receber leitos específicos para cuidar de pacientes infectados com corona vírus.

Figura 19 - Hospitais de Campanha no estádio do Pacaembu e Estádio Bruno José Daniel. Vacinação na Neo Química Arena



Fonte: Instagram Allegra Pacaembu (2020), AdibFraxe (2021), Neo Química Arena (2022), Bruno José Daniel (2021), CovidPhotoBrazil (2021)

O estádio Neo Química Arena se sobressai no aspecto social, anteriormente a pandemia de COVID-19. O projeto do departamento social denominado Sangue Corinthiano, que ocorre nas dependências do estádio desde 2022, com finalidade de arrecadação para diversos bancos de sangue espalhados pela cidade de São Paulo.

Essa atividade mobiliza diferentes voluntários e torcedores que não tiveram oportunidade de conhecer o estádio, infelizmente, uma ação que fica restrita aos torcedores do próprio clube, justificada pela não divulgação para além das redes sociais do clube.

Ainda nas dependências da Neo Química Arena, foi desenvolvido a Ação “Prometo ser fiel”, o *Wedding Project* oficial do clube, no qual tem por objetivo a realização de casamentos dentro do estádio, como forma de celebração, amor e paixão entre os torcedores (com o clube e seus parceiros). Em suas redes sociais, o projeto atendeu mais de 100 casais e apresentados nos intervalos de partidas oficiais.

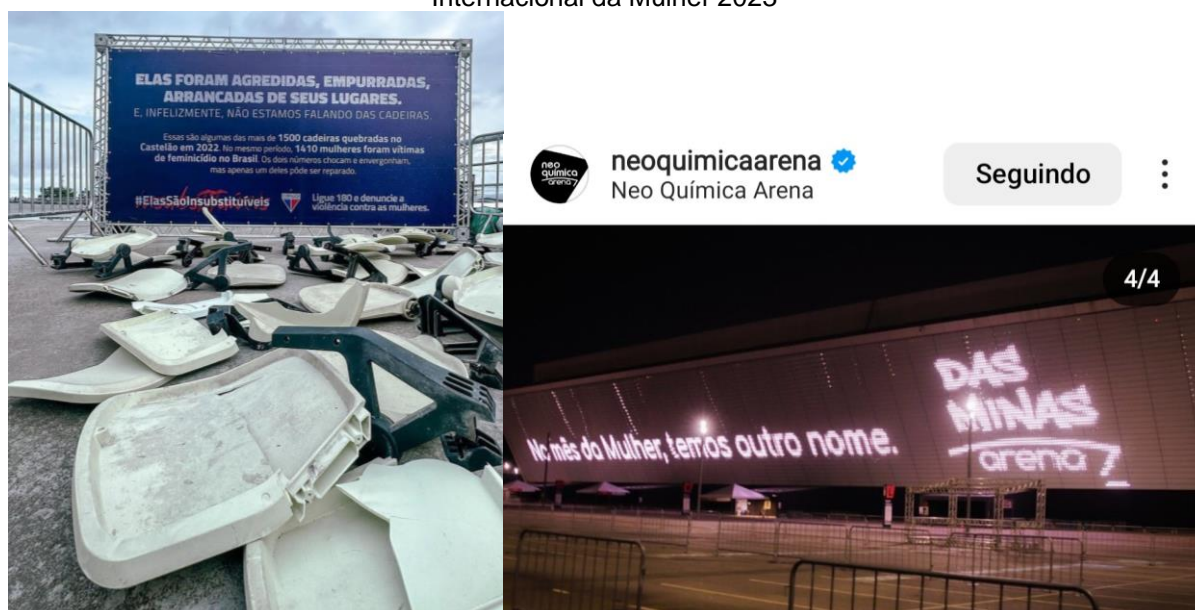
Figura 20 - Projetos da Neo Química Arena - Projeto Sangue Corinthiano & Prometo Ser Fiel



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2021) e Divulgação Neo Química Arena (2019)

As atividades sociais desenvolvidas em estádios de futebol são ações recentes e pontuais, dependentes das ações organizadas pelo departamento social dos clubes ou decorrentes de casos populares de repercussão nacional. Pode-se citar duas ações nos estádios do Castelão (CE) e Neo Química Arena (SP) decorrente das comemorações do Dia Internacional da Mulher, no ano de 2023 (figura 21).

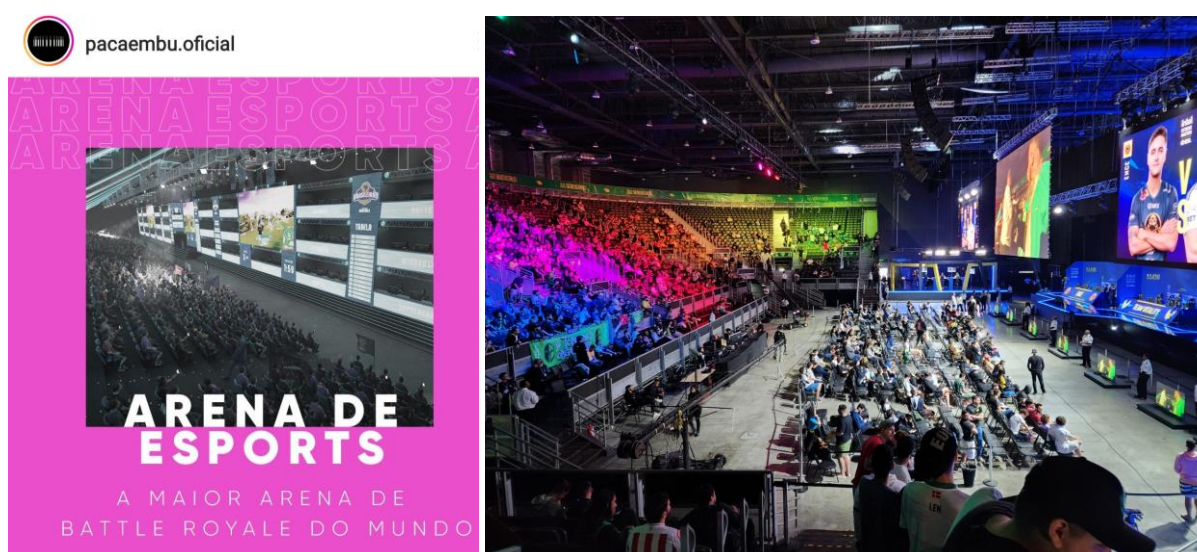
Figura 21 - Ações Sociais nas dependências da Arena Castelão e Arena Corinthians no Dia Internacional da Mulher 2023



Fonte: Divulgação Instagram Fortaleza EC (2023) e Instagram Neo Química Arena (2023).

Salienta-se que o estádio do Pacaembú com a nova reforma e concessão do espaço, pretende-se criar o maior espaço da América Latina para prática dos e-sports (figura 22), modalidade esportiva que tem se despontado como nicho de mercado específico, as arenas criadas no Brasil de forma temporária, foram sucesso absoluto na venda de ingressos, entretanto, nem todos os locais possuem infraestrutura para receber tal evento.

Figura 22 - Anúncio da Construção de uma Arena de E-Sports no Pacaembu (SP) e no Rio Centro (RJ) na final de Counter Strike (2022)



Fonte: Divulgação Instagram Allegra Pacaembu (2023) & Acervo Pessoal – Fillipe Romano (2022)

Conteúdos Turísticos

Os conteúdos turísticos apresentados por Camargo (1986) evidenciam a busca na quebra da rotina temporal ou espacial, a mudança de rotina e estilo de vida, por um curto período de tempo, na busca de viver em novas situações, culturas, paisagens, utilizando o turismo como ferramenta fundamental.

Dentre as ações existentes dentro ou no entorno dos estádios de futebol, podemos citar a presença do Centro de Informações Turísticas (CIT) itinerante da SpTuris durante algumas atividades realizados na Neo Química Arena, Allianz Park e Estádio do Morumbi. Essas CIT's demonstram a iniciativa de aproximação do *trade turístico* aos espaços e equipamentos da cidade de São Paulo. A base móvel da CIT também foi encontrada durante a realização dos jogos da Copa América 2019, conforme figura 23, realizados na cidade de São Paulo, além dos Jogos Olímpicos na modalidade futebol.

Figura 23 - Presença do Centro de Informação Turística Móvel na Neo Química Arena



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2023).

Outra atividade turística desenvolvida dentro das dependências de um estádio de futebol, ocorreu na Neo Química Arena com a utilização do espaço do

estacionamento Leste em parceria com uma agência de locação de carros para desenvolvimento do turismo local, conforme figura 24. O estádio Monumental de Nuñez em Buenos Aires (Argentina), dedica uma área da entrada de seu museu para exibir as taças mais recentes adquiridas pelo clube de futebol, na qual encontra-se acessível a todos e com descritivo nos idiomas de português e inglês.

No que se refere a ações direcionadas ao público visitante estrangeiro, pode-se citar o estádio Centenário em Montevideo (Uruguai) e o estádio do Maracanã no Rio de Janeiro (Brasil) ofertando centros de informações aos turistas dentro da recepção principal do estádio. Justifica-se essas ações por dois motivos, o primeiro acerca do número de turistas existentes nesses locais, bem como a inclusão dos espaços dentro de um roteiro turístico desenvolvido em conjunto aos órgãos de turismo local e, um segundo motivo, pelo não pertencimento a um clube de futebol específico, a promoção turística se desenvolve sem questões de rivalidade, apenas sob o conteúdo histórico-cultural que o futebol pode proporcionar a seus visitantes.

Figura 24 - Locadora de Automóveis na Neo Química Arena e o Centro de Recepção a turistas do Estádio Centenário em Montevideo



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2023).

Por fim, a existência de bustos e objetos em alusão, como forma de homenagem a determinados jogadores históricos do clube e do país, foram frequentemente encontrados nos tours temáticos e em diferentes estádios de futebol. Comumente, estátuas refletem a importância de um determinado jogador a seu clube como pode-se encontrar na Neo Química Arena, Estádio do Morumbi, Estádio de São Januário, Vila Belmiro, Allianz Park e outras localidades.

Algumas estátuas são pertencentes aos estádios, mas auxiliam na ambientação ao redor do estádio, como a estátua de Zito (figura 25), jogador do

Santos e da Seleção Brasileira em décadas passadas que pode ser encontrada na Vila Belmiro ou do atacante Romário, dentro das dependências do estádio São Januário. E algumas estátuas transcendem a rivalidade entre clubes e avultam a importância de um determinado jogador para uma nação, como por exemplo, a homenagem no estádio Rua Javari pertencente ao Juventus da Mooca, parabenizando pelo gol mais bonito da carreira de Pelé (Figura 25).

Figura 25 - Estátuas do Rei Pelé na Rua Javari (SP) e de Zito no entorno da Vila Belmiro (Santos/SP)



Fonte: Acervo Pessoal Fillipe Romano (2023)

CONCLUSÕES

Aponta-se dentre as conclusões do trabalho, as inúmeras atividades que podem ser desenvolvidas para além da partida de futebol masculino. As reformas realizadas em estádios já existentes, bem como a construções de novas arenas esportivas para sediar megaeventos esportivos, não foram cumpridas as etapas de planejamento e uso desses espaços em médio/longo prazo, ainda que haja compreensão desses espaços como legados tangíveis dos megaeventos.

No referente ao potencial turístico e de lazer dos estádios, percebe-se uma forte negligencia de diversos setores, o público (por não ofertar nenhum tipo de

planejamento em contrapartida aos investimentos financeiros que não retornaram para a população), do poder privado (por não considerar atividades que promovam a sensação de pertencimento do morador do entorno e do visitante esporádico que não seja torcedor do clube), da literatura acadêmica (na qual foca especificamente em experiências desenvolvidas no *day match*, quando isso ocorre), e do *trade turístico* (por não se apropriar da oportunidade de mercado existente).

Nas últimas duas décadas, os principais clubes da English Premier League (EPL) têm direcionado para mercados turísticos mais amplos, especialmente turistas que desejam vivenciar tours nos bastidores dos estádios, museus dos clubes sediados nos estádios e experiências de jogo nas arquibancadas e camarotes corporativos. Embora o apelo turístico crescente dos estádios da EPL tenha resultados financeiros positivos tanto para os clubes quanto para a comunidade, vários inconvenientes foram identificados, especialmente pelos torcedores locais, incluindo o fato de que os turistas podem ser prejudiciais para a atmosfera do jogo, exibir comportamento irritante e que a demanda turística aumenta o preço dos ingressos. (TOBAR, RAMSHAW, 2022, p.432, tradução nossa)

O principal objetivo do presente artigo é desmitificar o uso desses espaços monofuncionais que abrigam as partidas de futebol. O uso do turismo em estádios pode propiciar uma ampla gama de experiências turísticas, atraindo não somente o torcedor local, mas também, visitantes de outros clubes, turistas casuais, frequentadores de eventos de outros segmentos, ofertar a sensação de pertencimento e incluir a população local nas tomadas de decisões que possam impactar suas vidas.

Destaca-se ainda, a necessidade de composição de equipe multidisciplinar na receptividade desse público, em especial, a contratação de profissionais da área de lazer e turismo que possuem em sua formação técnicas e práticas de recepção e atendimento a necessidade desses visitantes. A parceria com o *trade turístico*, especialmente aos guias de turismo, desponta como uma das principais sugestões de desenvolvimento desses espaços no segmento turístico regional.

Nota-se ainda que, não foram encontradas atividades classificadas como manuais pelos conteúdos culturais, essas ações poderiam ser realizadas em conjunto a profissionais das artes, dentre as atividades, poderíamos citar, oficinas de grafite, de maquetes temáticas, de esculturas e até mesmo a criação de souvenirs pelos visitantes, que poderiam contribuir com às questões financeiras e de memória afetiva aos visitantes, como por exemplo, ações em conjunto com ídolos do passado.

Identifica-se a principal contribuição dos estádios de futebol que transcenda a experiência em dias de jogos oficiais, hoje subutilizada e não exploradas quanto a seu potencial. O uso dos estádios como locais de eventos, gastronomia, ações sociais,

passeios, congressos, entretenimento e demais atividades, considerando os aspectos educacionais, histórico-culturais, de desenvolvimento social e do lazer.

A memória e a identificação, aspectos comuns em museus, permanecem como importantes componentes para gerar emoções nos turistas de futebol e tornar as suas experiências mais positivas. O uso de aparatos tecnológicos no roteiro das visitas auxilia a potencializar a emoção e comunicação da história do clube com os frequentadores. A capacitação de profissionais para as visitas guiadas e a terceirização de serviços foram significativamente positivas neste estudo (OLIVEIRA, 2021, p.71)

Conclui-se que o papel do turismo correlacionado a gestão sustentável dos estádios, gerem cada vez mais possibilidades de uso desses espaços. Com uso do conceito de turismo em estádios, incorporando esses espaços a estratégias de desenvolvimento do turismo local, promovendo uso de **todos** de maneira integrada. Para isso, salienta-se a necessidade de organização dos setores público, privado, moradores e trade turístico para desenvolvimento estratégico desse segmento, usufruindo o uso eficiente da infraestrutura construída para e pelo lazer e turismo.

4.8. Patrimônio cultural e Turismo Esportivo: O Museu do futebol no Brasil como atrativo temático

Cultural Heritage and Sports Tourism: The Football Museum in Brazil as a thematic attraction

Resumo: O futebol é parte integrante da cultura e da história do Brasil. Levando em conta a característica internacional de ser o “país do futebol”, o turismo usufruiu desse elemento simbólico para propor espaços e equipamentos construídos em torno desta temática. O Turismo Esportivo, segmento onde se inserem as discussões que envolvem a aproximação entre turismo e futebol, pode ser caracterizado por três diferentes tipologias: Turismo de Prática Esportiva; Turismo de Eventos Esportivos; e o Turismo de Nostalgia. Este último, o de Nostalgia, engloba turistas de estádios, arenas ou museus esportivos motivados pelo conhecimento de novas culturas, realidades, significados e estruturas. O objetivo do presente estudo é o de analisar os relatórios divulgados pela OS ID Brasil que administra o Museu do Futebol na cidade de São Paulo e correlacioná-lo ao referencial teórico sobre o Turismo Esportivo, oferecendo subsídios para a discussão desses espaços. Intenta-se abordá-los não somente como patrimônios culturais, mas também como atrativos turísticos em seu potencial para a criação de políticas públicas e o fomento ao turismo esportivo. A pesquisa é de caráter descritivo, tendo como procedimentos metodológicos as análises bibliográfica e documental correlacionados às atividades turísticas de esporte e lazer (produtos, demandas, serviços, atrativos, rotas e itinerários).

Palavras-chave: turismo esportivo; patrimônio cultural; estádios de futebol; Museu do Futebol; cidade de São Paulo.

Abstract: Football is an integral part of the culture and history of Brazil. Considering the international characteristic of being the “country of football”, tourism took advantage of this symbolic element to propose spaces and equipment built around this theme. Sports Tourism, a segment where discussions involving the approximation between tourism and football are inserted, can be characterized by three different types: Sports Practice Tourism; Sports Event Tourism; and Nostalgia Tourism. The latter, Nostalgia, includes tourists from stadiums, arenas or sports museums motivated by the knowledge of new cultures, realities, meanings, and structures. The aim of this study is to analyze the reports released by OS ID Brasil that manages the Football Museum in the city of São Paulo and correlate it with the theoretical framework on Sports Tourism, offering subsidies for the discussion of these spaces. It is intended to address them not only as cultural heritage, but also as tourist attractions in their potential for the creation of public policies and the promotion of sports tourism. The research is of a descriptive character, having as methodological procedures the bibliographic and documentary analyzes related to the tourist activities of sport and leisure (products, demands, services, attractions, routes, and itineraries).

Keywords: sports tourism; cultural heritage; football stadiums; Football Museum; São Paulo city.

Introdução

Os estádios de futebol têm a finalidade principal de sediar eventos esportivos e acabam por se tornar espaços construídos constituindo-se como patrimônio histórico-cultural, em especial, para a sociedade brasileira já conhecida internacionalmente e associada ao “país do futebol”¹¹. Nessa perspectiva, os gestores passaram a compreender o estádio como um potencial gerador de receitas por meio de diferentes atividades de cunho econômico, social e/ou cultural, sendo o turismo

¹¹ Vale ressaltar aqui que as alusões internacionalmente conferidas ao Brasil como o “país do futebol” se referem à modalidade praticada pelo gênero masculino, considerando que o futebol profissional feminino brasileiro parece ainda não ter conquistado uma projeção global, à exemplo de outros países mais tradicionais nesta modalidade/gênero como Estados Unidos da América, Holanda, Suécia e Inglaterra.

uma das áreas que mais se apropriam desses espaços construídos explorando elementos como aqueles atrelados à memória e afetividade.

O Turismo Esportivo, segmento onde se inserem as discussões que envolvem a aproximação entre turismo e futebol, pode ser caracterizado por três diferentes tipologias: Turismo de Prática Esportiva; Turismo de Eventos Esportivos; e o Turismo de Nostalgia (GIBSON, 2005; WEED, 2006; CARVALHO; LORENÇO, 2009; PAZ, 2009; PINHEIRO; ALBERTON, 2012; ROMANO et al., 2015; FERREIRA; SILVA, 2017 e 2019; UVINHA et al., 2018;; OLIVEIRA; CAPRARO, 2020b; ROMANO; UVINHA, 2020; MELO; DUARTE; UGLIONE, 2020). Entre os diversos apontamentos, ressalta-se o de Weed (2006) no qual as pesquisas no campo do turismo esportivo tendem a enfatizar os estudos do turismo de eventos esportivos em detrimento de outros tipos.

Ainda que se apresentem as referidas definições e categorias do turismo esportivo, este artigo se concentra especificamente no grupo de espectadores de turistas de nostalgia, que engloba turistas de estádios, arenas ou museus esportivos motivados pelo conhecimento de novas culturas, realidades, significados e estruturas.

O respeito internacional conferido ao futebol brasileiro foi conquistado ao longo tempo pela representatividade do país na prática de tal modalidade no cenário internacional (KAZ, 2019). Tal conquista foi consolidada com o destaque do Brasil como país sede dos principais megaeventos esportivos do mundo durante uma década – Jogos Panamericanos e Parapanamericanos Rio 2007; Jogos Mundiais Militares 2011; Copa das Confederações 2013; Copa do Mundo 2014; Jogos Olímpicos e Paralímpicos Rio 2016 (UVINHA, 2016).

Nesta conjuntura, sugere-se um momento ideal para idealizar um planejamento estratégico para abertura de um museu brasileiro de futebol na cidade de São Paulo (KOCH, 2013). Dá-se início assim a uma série de ações e eventos com objetivo de aumentar paulatinamente a demanda turística no país com a motivação do esporte, em especial o futebol, dentre elas a inauguração do Museu do Futebol nas dependências do estádio do Pacaembu na cidade de São Paulo:

A regeneração desse espaço assume um significado intangível e memorial, utilizando sua presença icônica para continuar não apenas sua narrativa como espaço sagrado para o futebol, mas como espaço para capturar o significado de tal modalidade para a cultura e a sociedade brasileira (UVINHA; ROMANO; WISE, 2020, trad. nossa).

Tendo tal tema como cenário, o presente artigo tem por objetivo analisar os relatórios divulgados pela Organização Social ID Brasil (2020a), empresa gestora do

Museu do Futebol, correlacionando-os e aproximando-os aos referenciais teóricos de turismo esportivo e patrimônio cultural. Como objetivos específicos, traçar um perfil desse público visitante e debater sobre suas principais motivações e seus níveis de satisfação, subsidiando ações que fomentam o uso desses equipamentos na promoção do lazer, cultura, turismo e entretenimento para os diferentes atores sociais.

Intenta-se ainda, no presente artigo, o fornecimento de dados e subsídios para a abordagem acadêmica do turismo esportivo no Brasil, tendo no futebol um elemento fortemente associado ao patrimônio cultural brasileiro. Ao usufruir de um espaço construído para jogos de futebol e ser utilizado como forma de equipamento turístico e de lazer, a visitação e frequência aos estádios fomentam ações que segmentem o mercado e atuam em conjunto no trade turístico, estimulando a preservação da cultura, memórias, emoções e afetividades construídas ao longo dos anos.

Para tal, consideramos três pressupostos:

(I) Dentre as características do perfil, estariam: morador da cidade de São Paulo, visitando o museu pela primeira vez, acompanhados de familiares ou cônjuge e alto índice de satisfação/aprovação na visita, motivados pelas memórias afetivas com o estádio e/ou com o esporte;

(II) A análise comparativa dos relatórios, demonstraria que no ano de 2014 teve-se maior índice de visitação impulsionada pela realização da Copa do Mundo FIFA no Brasil e, em especial, na cidade de São Paulo;

(III) Com a pandemia de COVID-19 em 2020, o número de visitantes virtuais e o número de seguidores nas redes sociais aumentariam em números absolutos, comparado aos anos anteriores, devido à restrição de visitação presencial.

É importante separar que o objeto de estudo abordado está situado na cidade de São Paulo, ainda que não seja propriamente um destino indutor de sol e praia como é a característica marcante do turismo no Brasil. A cidade de São Paulo é reconhecida como a mais cosmopolita do hemisfério sul e um dos maiores destinos de turismo de negócios da América Latina (LIMA et al, 2016; LEONARDE; UVINHA, 2016). Como destacam Ferreira e Silva (2019, p.62): “É importante frisar que o sujeito que esteja viajando a negócio, ele ainda poderá preencher seu tempo livre com alguma atividade esportiva”.

Com um alto número de passageiros do modal receptivo e emissivo aéreo da América do Sul, a cidade de São Paulo despontou-se como candidata a receber um

expressivo patrimônio cultural esportivo brasileiro: o Museu do Futebol, inaugurado nas dependências do icônico estádio do Pacaembu, cenário de histórias e memórias afetivas do futebol nacional.

Procedimentos metodológicos

A pesquisa é de caráter descritivo e exploratória (FLICK, 2011), tendo como procedimentos metodológicos as análises bibliográfica e documental, correlacionando o referencial teórico de patrimônio cultural e, mais especificamente, o turismo de nostalgia como uma das possíveis categorias do turismo esportivo. Para Lamont (2014), grande parte das pesquisas sobre turismo esportivo é baseada no procedimento descritivo, visto que se trata de um segmento relativamente novo que precisa de estudos que suportem uma teoria consolidada.

A pesquisa descritiva é muito comum na área de lazer e turismo por três motivos: o caráter incipiente do ramo, a natureza mutante dos fenômenos estudados e a frequente separação entre pesquisa e ação. [...] por ser um campo novo, há necessidade de mapear o território, por essa razão, grande parte da pesquisa descritiva da área pode ser considerada exploratória: procura descobrir, descrever ou mapear padrões de comportamento em áreas. (VEAL, 2011, p.29).

Nesse sentido, os procedimentos adotados para execução do estudo abordaram: 1) Consulta em sites oficiais, teses, dissertações e livros acerca da história do estádio Paulo Machado de Carvalho (Pacaembu) e do Museu do Futebol; 2) Aporte teórico, essencialmente em artigos científicos nas áreas de ciências sociais e humanas correlacionando turismo, lazer e esportes, utilizando os descritores: lazer; esportes; turismo; turismo esportivo; patrimônio cultural; turismo de esportes; lazer esportivo; megaeventos esportivos, além de combinações de um ou mais termos na língua portuguesa e inglesa; 3) Documentos e relatórios disponíveis acerca da gestão do Museu do Futebol. A busca por material teórico e documental de embasamento foi inspirada em Weed, quando apontado:

A busca se limitou aos periódicos de esporte, lazer e turismo, pois são essas publicações que são mais lidas regularmente por aqueles que realizam pesquisas de turismo esportivo. Consequentemente, artigos publicados em tais periódicos moldam a percepção da extensão da área de turismo esportivo e a direção de futuras pesquisas (WEED, 2006, trad. nossa).

É importante frisar que a ID Brasil (2020a), organização social que faz a gestão do Museu do Futebol, disponibiliza os relatórios de prestação de contas do

Museu de maneira simplificada em seu portal de transparência¹², categorizados em relatórios anuais – de 2012 a 2019; relatórios trimestrais – de 2016 a 2020; os contratos e aditamentos firmados com a esfera pública, além de documentos institucionais, como estatuto, regimento, planos de carreira, balanço patrimonial e demonstrações financeiras.

Ainda que os dados ID Brasil (2016a) tenham sofrido rupturas na análise anual, devido a renovação contratual e necessidade de fechamento do relatório no final do primeiro semestre, os dados disponibilizados forneciam alguns dados de maneira global e com citações ao relatório anterior.

Verificou-se na literatura a necessidade de identificar o perfil, a motivação e a satisfação dos visitantes desses espaços (AZEVEDO; ALFONSI, 2010; SILVA; SANTOS, 2011; PINHEIRO; ALBERTON; CANCELLIER, 2012), coadunando com um dos objetivos da presente pesquisa ao analisar os dados obtidos dos relatórios anuais da OS ID Brasil. Entretanto, limitou-se a descrever o perfil do visitante espontâneo, como por exemplo os grupos escolares agendados.

Deve-se ressaltar também que, ao longo dos relatórios, percebeu-se uma consolidação metodológica, constatada a partir do relatório de 2016 em que os resultados são passíveis de análise comparativa. Tal relatório inclui dados e informações obtidas no ano anterior e comparativos entre museus, sendo corroborado pela esfera federal com o desenvolvimento do Formulário de Visitação Anual (FVA) do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM).

Com a obtenção dos relatórios entre os anos 2012 a 2020, todos foram lidos integralmente, de onde se extraíram os dados pertinentes ao propósito da presente pesquisa no que se refere à caracterização do perfil do visitante e o alinhamento ao referencial teórico acerca do turismo esportivo e do futebol como patrimônio cultural do Brasil.

Patrimônio cultural e o turismo esportivo

Acerca do conceito de turismo esportivo, foi necessário num primeiro momento recorrer a literatura internacional que reconhece, estuda e caracteriza o segmento que relaciona esportes, lazer e turismo. Autores como Heather Gibson, Mike Weed, Nicholas Wise, Chris Gaffney, Colin Hall, Joseph Kurtzman, Joy

¹² Mais informações em: <https://www.idbr.org.br/museu-do-futebol-2/>

Standevert, Paul de Knop, Jay Coakley, entre outros autores, despontam como os principais na temática de turismo esportivo e áreas correlatas (ROMANO; UVINHA, 2020).

Para o desenvolvimento do presente trabalho, utilizamos a definição proposta pela Organização Mundial do Turismo que conceitua o segmento de turismo esportivo como “[...] a experiência de viagem do turista que: ou observa como um espectador, ou participa ativamente de um evento esportivo, geralmente envolvendo atividades comerciais e não comerciais de natureza competitiva.” (UNWTO, 2019, p.54).

O estudo de Weed (2006), numa revisão sistemática e meta-análise, sobrepuja as principais contribuições acadêmicas internacionais sobre o turismo esportivo até o ano de 2004. Trata-se de uma área relativamente nova na produção acadêmica, em que se nota uma expressiva evolução no número de pesquisas acerca da temática. Na tentativa de categorizar as diferentes tipologias de turismo esportivo, Weed e Bull (2004) identificaram essencialmente cinco tipos, sendo eles: treinamento esportivo; eventos esportivos; turismo esportivo de luxo; turismo de participação esportiva; e, turismo com conteúdo esportivo (cruzeiros temáticos, visita a museus, encontro com ídolos, entre outros).

Em que pese que algumas localidades não disponibilizem infraestrutura básica de turismo ao seu visitante, destaca-se o trabalho de Pinheiro, Alberton e Cancellier (2012) que sintetiza três estudos publicados por reconhecidos autores no Turismo Esportivo: Heather Gibson, Charles Pigeassou, Pedro Carvalho e Rui Lourenço. Apesar de tais estudos utilizarem termos distintos para o segmento, é possível depreender que as atividades do turismo esportivo se referem a uma mesma tipologia praticada.

Descritivamente, as definições abordam: turistas que praticam atividades esportivas em viagens (Turismo de Prática Esportiva); turistas que viajam para assistir eventos esportivos (Turismo de Eventos Esportivos) e; turistas que visitam estádios, museus e atividades esportivas (Turismo de Nostalgia). Para execução do presente trabalho, focado nas atividades do Museu do Futebol, utiliza-se a categoria do turismo esportivo de nostalgia que, conforme Carvalho e Lourenço (2009, p.127) descrevem, “[...] refere-se a um carácter mais cognitivo da cultura desportiva que pode estar associado a um sentido de história desportiva, de curiosidade intelectual ou de veneração”.

Os estádios vêm sendo considerados como espaços de afirmação do nacionalismo brasileiro, por meio de construções megalomaniacas que intentam reforçar a imagem do maior e melhor país do futebol (CERETO, 2004). Entretanto, na década de 1940, delineia-se uma preocupação em criar um elo topofílico entre o equipamento e a população, ultrapassando a questão esportiva e propiciando opções de entretenimento e de lazer aos indivíduos (TAVARES; VOTRE, 2015).

Nesse sentido, Ferreira e Silva (2019) identificam os estádios como exemplos da reestruturação das cidades, a partir de uma relação de tempo, espaço e econômico-financeira, destacando o duplo papel de desempenho, não somente o físico-esportivo, mas também como atrativo turístico com possibilidades de promoção dos mesmos num mundo cada vez mais globalizado.

No âmbito acadêmico nacional, merece destaque o trabalho do pesquisador Sérgio Paz (2006) que foi um dos primeiros a correlacionar o futebol como patrimônio cultural e o turismo, sugerindo o tombamento da modalidade associado a uma série de ações que preservassem o futebol brasileiro. Entre estas, sobressaem: melhorias na divulgação/comunicação; criação de roteiros; agências de turismo especializadas; e, também, a inauguração e manutenção de museus do futebol.

Já em artigo desenvolvido por Pinheiro, Alberton e Cancellier (2012) foram analisados 23 estádios de oito países diferentes na Europa, no Brasil e na Argentina, verificando-se que 18 dos museus dos clubes de futebol são considerados atrativos turísticos e possibilitam a visita. Entretanto, segundo os autores, o acesso aos mesmos somente é possível mediante realização do *tour* temático, o que conseqüentemente aumenta o preço do bilhete em comparação àqueles que oferecem a entrada do museu em separado.

Ao analisar o turismo esportivo com referência ao Museu do Clube do Porto, em Portugal, a pesquisadora Lucia Alegrias (2017) distingue que tal equipamento desponta como agente promotor da educação, além de se consubstanciar como um fenômeno sociocultural relevante, promovendo uma identidade social por meio de seu patrimônio material, imaterial e sua programação que possibilita interação com a comunidade, criando um espaço vivo de construção contínua e dialética.

Como forma de gerir novas receitas do mercado cultural, turístico e museológico, Bezerra, Curvello e Zouain concluíram, em seu estudo, que os museus e os estádios são compreendidos como espaços de memória e de experiências por

meio das emoções e sentimentos pré-existentes, possibilitando atrair um maior número de turistas para as respectivas cidades:

No caso do futebol, museus e, principalmente, estádios, dão a possibilidade aos amantes do esporte de terem a experiência de entrar em locais inacessíveis em dias de jogos, onde seus ídolos passaram e deixaram sua marca, conquistando suas vitórias e moldando toda a história. Poder estar em contato dessa maneira, faz com que o visitante possa explorar o máximo de sua imaginação e reviver momentos marcantes em sua memória. (BEZERRA; CURVELLO; ZOUAIN, 2019, p.6).

Outra importante associação do turismo esportivo ao patrimônio cultural diz respeito ao conceito de identidade social (OLIVEIRA; CAPRARO, 2020a) e clube-global (GIULIANOTTI; ROBERTSON, 2004), no qual se trata a relação da seleção brasileira de futebol como transcendente e de difusão mundial, criando uma identidade de futebol “raiz, dribladora e inigualável”, e consolidando mundialmente o Brasil como “o país do futebol¹³”.

A mescla do futebol como fio condutor entre a manifestação cultural, o fenômeno social e a historicidade vivida por sua população, usufruindo dessas características para fomentar à visitação além do espaço de lazer, mas também como atrativo turístico para vivência dessa experiência social, cultural e simbólica, consolida a nosso ver o Museu do Futebol no estádio do Pacaembu, objeto central de análise do presente estudo.

Estádio do Pacaembu e o Museu do Futebol

O estádio Paulo Machado de Carvalho, conhecido como Estádio do Pacaembu, teve o início de sua construção no ano de 1936, sendo inaugurado em 27 de abril de 1940 com capacidade para 80 mil pessoas (NEGREIROS, 2017). Tal construção foi justificada à época pela importância que o futebol expressava na cidade e pela necessidade de aportar o crescente número de torcedores adeptos graças a popularização do esporte com transmissões via rádio.

Os estádios eram – e ainda são – considerados espaços de afirmação do nacionalismo brasileiro, por meio de construções muitas vezes “megalomaníacas” que reforçavam a imagem do maior e melhor país do futebol do país (CERETO, 2004). No

¹³ Recentemente, o governo federal brasileiro, por meio da Secretaria Nacional de Futebol e Defesa dos Direitos do Torcedor (SNFDT) vinculada à Secretaria Especial do Esporte do Ministério da Cidadania, lançou o prêmio Brasil de Teses e Dissertações do Futebol. Tal prêmio possibilitou o encontro e a disseminação de estudos abordando o futebol e o lazer, tendo como uma das referências as ações do turismo esportivo nos estádios de futebol brasileiros, em especial na Arena Corinthians/Neo Química Arena (ROMANO; UVINHA, 2020), Mineirão (QUEIROZ, 2020) e Maracanã (MELO; DUARTE; UGLIONE, 2020).

entanto, na década de 1940 tem início uma clara intenção de criar um elo topofílico entre o equipamento e a população, ultrapassando a questão esportiva e propiciando opções de entretenimento, lazer e turismo aos indivíduos (TAVARES; VOTRE, 2015), além da utilização do estádio como ato político e demonstração de poderio econômico-financeiro da maior megalópole da América do Sul.

O Estádio do Pacaembu se apresentou como uma estrutura regeneradora da cidade de São Paulo em diferentes âmbitos, como o econômico, o ideológico, o cultural, o esportivo e, principalmente, o político. No que tange à política, o estádio deu base a novas formas de apropriação e uso por meio do lazer, constituindo-se como um dos principais locais de entretenimento local e convívio social (ATIQUE; SOUSA; GESSI, 2015). Já nos âmbitos financeiro e esportivo, com públicos e rendas que ultrapassavam os 70 mil espectadores e expressiva mobilização popular, fez-se com que as equipes paulistas retomassem o protagonismo no país (STREAPCO, 2010; BOCCHI, 2016). Como destaca Assumpção:

As primeiras atividades esportivas do estádio do Pacaembu ocorreram no dia seguinte à cerimônia de inauguração, com uma programação que incluía competições de natação, esgrima, pugilismo e futebol [...] a imprensa paulista considerou que as partidas de futebol a serem realizadas naquele dia eram de inferiores relevâncias. (ASSUMPÇÃO, 2019, p.69).

O grande ápice do Estádio do Pacaembu foi receber partidas da Copa do Mundo de 1950, além de inúmeras finais estaduais e nacionais, da Copa Libertadores, dos jogos da seleção masculina e feminina de futebol, entre outros relevantes eventos (UVINHA; ROMANO; WISE, 2020). Entretanto, com o anúncio do Brasil como sede da Copa do Mundo de 2014, preocupou-se com a possibilidade de abandono do Estádio na cidade sede de São Paulo após a confirmação da reforma do Allianz Parque e a construção da Arena Corinthians, atualmente Neo Química Arena (LUPO, 2017). Sobre tal fato, recorre-se novamente ao pensamento de Assumpção:

[...] o discurso de sua obsolescência também é resultado de uma conjunção de interesses de grupos políticos e sociais que atuam como emissores dessa ideia [...] demonstrando como a desqualificação dos espaços públicos por parte da elite paulistana a partir das décadas de 50 e 60 refletiu-se no Estádio Municipal, que passou a ser visto como ultrapassado e ineficaz. Ao mesmo tempo, a ideia da iniciativa privada como uma gestão mais eficiente, defendida por essa mesma elite. (ASSUMPÇÃO, 2019, p.101).

Nesse contexto, se inicia a construção e uma possível regeneração do Pacaembu com a construção do Museu do Futebol. Com objetivo de preservar as memórias do futebol, enquanto uma manifestação cultural, é inaugurado em 29 de

setembro de 2008 o Museu do Futebol nas dependências do Estádio do Pacaembu (UVINHA; ROMANO; WISE, 2020).

Gerido pelo Governo Federal e aportado em ferramentas tecnológicas, historicidade, memórias, experiências emocionais e sensoriais em suas mais de 15 salas temáticas e itinerantes, o Museu do Futebol desponta como uma das primeiras iniciativas do patrimônio esportivo cultural do país. Kaz (2019) aponta que o museu foi concebido para ser um ambiente de troca de experiências e inclusão, inclusive daqueles que não entendem de futebol. Como bem apontam Azevedo e Alfonsi:

O Museu do Futebol integra e é fruto de um processo de mudanças nas concepções a respeito do que seria patrimônio e do papel de um museu, ocorrido nas últimas décadas, principalmente a partir dos anos 1970. A ênfase quase exclusiva nas ações de conservação e documentação e em procedimentos museológicos voltados, sobretudo, para coleções desloca-se, abrindo espaço para discussões a respeito das funções sociais de um museu, bem como para maneiras mais dilatadas de se pensar, preservar e comunicar determinado patrimônio. (AZEVEDO; ALFONSI, 2010, p. 279).

Com a criação do Museu do Futebol, outras ações paralelas e importantes estavam se desenvolvendo, por meio de uma interação entre núcleos de pesquisas em universidades e o poder público em suas agências de fomentos. Nesse sentido, Magnani (2013) discorre sobre a formação e organização do Centro de Referência do Futebol Brasileiro (CRFB) em 2012, com elaboração de instrumentos de pesquisas, registro, análise, catalogação e exposição, além do oferecimento de cursos, preservação, fomento e sociabilidade de coleções, memórias e acervos ligados ao futebol.

Para tal, a Organização Social (OS) ID Brasil Cultura, Educação e Esporte, que é a mantenedora do Museu do Futebol desde sua inauguração e que tem por objetivo facilitar o acesso e disseminar a informação do futebol para a sociedade, disponibiliza ampla base de dados de maneira online e gratuita a todo público, bem como o acesso presencial à biblioteca, centro de informações, midiateca e o próprio Centro de Referência. Magnani salienta que:

[...] iniciado em 2012, seu objetivo é [do Centro de Referência do Futebol Brasileiro], a partir de um conselho e de uma equipe de pesquisadores, fazer um amplo levantamento de práticas ligadas ao futebol, do profissional ao amador, em São Paulo, destinado a alimentar o banco de dados do Museu e vinculá-lo de forma inovadora a seu público, principalmente aos próprios atores sociais envolvidos, em suas redes, *circuitos* e trajetos. (MAGNANI, 2013, p.10, grifo do autor).

O museu do futebol é constituído de três andares. Ao entrar, depara-se com a seção “Grande Área”, com atividades recreativas e inclusivas, seguida da seção “Pé

na Bola”; “Anjos Barrocos”, “Gols”, “Rádio”, “Dança do Futebol” e finaliza com o primeiro momento de uma experiência tátil, onde o visitante literalmente toca a arquibancada do estádio. De acordo com Kaz,

O Museu criou um novo panorama para a grande praça que se descortina em frente, por meio de uma passarela que não existia e que une as duas metades do frontão do prédio, com 150 metros de extensão. Lá dentro, também em meio à visita, o Museu se abre para a visão do gramado (KAZ, 2019, p.37).

No próximo espaço, denominado “Exaltação”, apresentam-se imagens num ambiente simulado de arquibancada com projeções das maiores torcidas do Brasil. A sala “Origens” inicia o futebol no país; já a “Heróis” discorre sobre os principais personagens de diferentes contextos; a “Copa do Mundo” exalta cada uma das participações brasileiras; em seguida, tem-se as salas “Ritos de Passagem”, “Pelé e Garrincha” e “Números e Curiosidades”; e encerra-se com o espaço “Jogo de Corpo”, com informativos e ações práticas e eletrônicas (AZEVEDO; ALFONSI, 2010; SILVA; SANTOS, 2011; DAMIÃO, 2018; KAZ, 2019; ROSA; CHRISTOFOLETTI, 2019; BEZERRA; CURVELLO; ZOUAIN, 2019; MUSEU DO FUTEBOL, 2020). Damião discorre que

Com a implantação do Museu do Futebol, as áreas do estádio que estavam invisíveis e em desuso se tornaram públicas, passaram de intermediárias para mediadoras. A possibilidade de seu acesso cumpre a dupla intenção de patrimonialização e homenagem ao Estádio do Pacaembu e ao próprio futebol com tudo aquilo que o envolve – estádios, times, jogadores, campeonatos, copas e torcidas (DAMIÃO, 2018, p.68).

Clara Azevedo e Daniela Alfonsi (2010), pesquisadoras e componentes do grupo gestor do Museu do Futebol, salientam a necessidade de representação identitária baseado na sociologia para compreender o futebol como patrimônio cultural, que deve ser preservado e transmitido como um legado. Alegrias complementa que:

Manifesta-se a partir da constatação de que todo sujeito compartilha com o grupo ao qual pertence acontecimentos e práticas que se configuram como experiências fundamentais para a constituição do quadro de referências onde os contornos da sua memória se configuram. Este entendimento conduz-nos à evocação das memórias na ação museal no qual o visitante se depara com os objetos, as imagens e as metáforas do discurso expositivo. É neste contexto que o museu de futebol opera com a memória (ALEGRIAS, 2017, p.142).

Destaca-se que o Estádio do Pacaembu foi concedido à iniciativa privada em 2020, ainda que não seja o objeto direto de estudo do presente artigo (ver mais em LUPO, 2017). No entanto, entende-se importante ressaltar que essa possível

regeneração não deve afetar diretamente o Museu do Futebol ainda que possa desencadear reações topofóbicas ou perda da identidade e memória afetiva do estádio em si (UVINHA; ROMANO; WISE, 2020). Como reflete Lupo:

As intenções de concessão do estádio assumem como pressuposto a crença de que é um espaço subutilizado, que pode ser usado para outras atividades, como shows e eventos, diminuindo os custos públicos e gerando lucro para o setor privado. Contudo, a intenção de modernizar e conceder o estádio ameaça sua função de equipamento público, bem como pode acarretar obliterações indesejáveis no edifício, encarado como patrimônio histórico e cultural. (LUPO, 2017, p.111).

Nesse sentido, ao visar contribuir com o material bibliográfico acerca do turismo esportivo e do patrimônio cultural, e tendo o futebol como fio condutor nos museus em seu rico potencial de atuar como “ferramenta” educacional e de preservação da memória, entende-se o Museu do Futebol como relevante representação tangível dessa correlação. Alinhado à importância do Museu do Futebol, o IBRAM divulga anualmente o FVA que é um instrumento importante para coleta de dados e informações referentes à visitação nos museus brasileiros, onde se verifica que o Museu do Futebol se faz presente no ranking dos dez museus mais visitados no Brasil (FVA, 2018; FVA, 2014).

Aborda-se a seguir os principais resultados obtidos da análise dos relatórios divulgados pela ID Brasil (2020a), disponibilizados em sua plataforma online de transparência de dados. Os relatórios analisados foram: os anuais de 2012 à 2019; os três trimestrais de 2016; e os do primeiro e terceiro trimestres de 2020, últimos divulgados até a data de redação deste artigo.

Resultados e Discussão

Para responder ao objetivo específico de traçar um perfil do público visitante do Museu do Futebol, bem como em compreender suas motivações e nível de satisfação, foram analisados os relatórios oferecidos pela ID Brasil (2020a) de 2012 à 2020, correlacionando-os posteriormente aos referenciais de turismo esportivo e patrimonialização do futebol elencados para a fundamentação deste artigo.

A respeito dos relatórios disponibilizados pela ID Brasil (2020a), observa-se que nos últimos três relatórios finais houve uma padronização metodológica de análise, bem como o texto apresentado possui coesão e fornece subsídios para análise comparativa entre o ano anterior e o ano atual, facilitando assim a análise de dados ofertados pelo museu.

Relativo ao conteúdo desses relatórios, na sessão “Apresentação” são demonstrados os dados obtidos de maneira resumida, tanto para o último trimestre do ano quanto ao relatório anual, bem como se detalha o número de visitantes, as exposições realizadas pelo museu itinerante, o número de visitantes em cada um dos setores do museu (programação cultural, programa de acervo, programa de gestão, comunicação e integração de museus), bem como se descreve quais são as ações desenvolvidas durante o ano.

Algumas categorias presentes no relatório, denominadas “balanço financeiro”, “cota de patrocinadores”, “ações do CRFB”, “metas e objetivos delimitados anualmente” e “acerca do acervo bibliográfico” foram descartadas da análise, visto que apesar de relevantes para discussão da manutenção do museu não ofertavam subsídios para discussão e alcance dos objetivos traçados neste texto.

Salienta-se a importância da parceria com a iniciativa pública para gestão desses museus e equipamentos esportivos, ficando evidenciado (nos relatórios de 2016a, 2018 e 2019) o número de ingressos gratuitos ofertados no Museu do Futebol, sendo de 66%, 55,1% e 52,6%, respectivamente. Ainda que os relatórios de 2012 a 2015 oferecessem um perfil de visitante, com objetivo de padronização metodológica, preferiu-se enfatizar os dados obtidos a partir de 2016 pela atualidade das informações.

Passa-se, a seguir, a analisar os pressupostos adotados:

(I) Categoria referente às características do perfil: morador da cidade de São Paulo, visitando o museu pela primeira vez, acompanhados de familiares ou cônjuge e alto índice de satisfação/aprovação na visita, motivados pelas memórias afetivas com o estádio e/ou com o esporte:

Com base nas características de perfil do visitante esporádico do Museu do Futebol, pode-se observar que não houve mudanças no perfil médio do visitante nos últimos cinco anos, que é geralmente do sexo masculino, com faixa etária até os 18 anos, residente no estado de São Paulo, nível superior completo ou cursando, e que utiliza do próprio automóvel para se deslocar até o museu (Quadro 18).

Quadro 18 - Perfil dos Visitantes Esporádicos no Museu do Futebol.

Perfil /Ano	2016	2017	2018	2019	2020
Gênero	Masculino - 57,2%	Masculino - 50,7%	Masculino - 52,8%	Masculino - 54,2%	Masculino - 56,7%
Faixa Etária	até 18 anos - 62,4%	até 18 anos - 29,3%	até 18 anos - 34,4%	até 18 anos - 18,7%	até 18 anos - 27,9%
Turistas	38,6%	44%	42%	44%	45,9%
Escolaridade	Superior - 34,5%	Superior - 35,9%	Superior - 34%	Superior - 32,1%	Superior - 36,4%
Mobilidade	Veículo Próprio - 62,5%	Veículo Próprio - 63,8%	Veículo Próprio - 59%	Veículo Próprio - 56,8%	Veículo Próprio - 67,4%
Recomendaria o MF?	79,6%	81,0%	83,1%	82,8%	82,5%
Primeira vez no MF?	84,3%	86,5%	84,5%	87,1%	86,3%

Fonte: Adaptado de ID Brasil (2020a)

Algumas ponderações a tais dados precisam ser realizadas, ainda que o público respondente seja majoritariamente masculino. Entre elas, percebe-se que o visitante do Museu do Futebol geralmente está acompanhado de familiares, cônjuge e filhos. O mesmo ocorre ao se analisarem os dados referentes à faixa etária, com representação em todas as idades de maneira equilibrada. No quadro 1, foi verificado que a cidade de residência dos visitantes é São Paulo ou integrante do Estado de São Paulo. No entanto, para efeitos de análise neste texto, pretendeu-se dar ênfase aos turistas – compreendidos nesse momento como visitantes de fora do Estado de São Paulo ou como visitantes estrangeiros-, com o pressuposto de que esse público possivelmente pernoita na cidade e se enquadre assim no perfil de turista esportivo.

Articulando a discussão com a literatura consultada, em pesquisa realizada por Johner e Cunha (2016, p.106) com visitantes na Arena do Grêmio na cidade de Porto Alegre (RS), conclui-se o seguinte perfil de visitante: “a predominância de “gremistas” (81,7%, homens (66,7%), jovens e adultos, com faixa etária entre 26 e 45 anos (50%), renda familiar entre R\$2.900,00 a R\$7.249,00 (26,1%), e 83,9% oriundos da própria região”.

O perfil dos visitantes do Museu do Futebol, na pesquisa realizada por Silva e Santos (2011), é o de 79% de visitantes residindo no estado de São Paulo (71% da

capital paulista), com média de 36 anos de idade, com faixa etária entre 18 e 26 anos. O público respondente pertence majoritariamente ao sexo masculino, com grau de escolaridade de 83% para aqueles com nível superior completo ou pós-graduação.

Já o perfil de visitantes abordado por Ferreira e Silva (2019), com foco no torcedor viajante do estádio Mineirão na cidade de Belo Horizonte - MG, ressaltou: gênero masculino (79,3%), faixa etária entre 20 e 54 anos, com nível de escolaridade com graduação e pós-graduação (48%), residentes do Estado de Minas Gerais (65,8%) e em visita acompanhada de familiares – cônjuges, filhos e outros.

O perfil encontrado por Romano e Uvinha (2020) na Arena Corinthians – hoje Neo Química Arena – na cidade de São Paulo (SP), revela um público que possuía em média 31 anos de idade, 67% do gênero masculino, residentes no Estado de São Paulo (88%), sendo desses 66% residentes na capital, geralmente visitando o equipamento com a família.

No que tange ao aspecto “Motivação”, o quadro 19 apresenta como principal motivação para visitar o Museu do Futebol “o próprio Museu em si” (+70%), seguido “de levar ou acompanhar algum parente ou amigo” (+13%). Ainda que a opção de “entrada gratuita” seja a terceira mais citada, considera-se tal fato como um positivo aspecto, visto que se demonstra que com a gratuidade o visitante ainda escolheu visitar o Museu do Futebol mesmo com outros diversos museus na cidade.

Quadro 19 - Motivações dos visitantes esporádicos no Museu do Futebol.

Perfil /Ano	2016	2017	2018	2019	2020
Número de respondentes	1.850	2.192	2.185	1.580	1.507
Conhecer o museu	75,0%	75,5%	71,5%	73,7%	75,8%
Conhecer a exposição temporária	7,3%	7,1%	8,7%	8,0%	4,6%
Rever ou complementar a visita anterior	7,3%	7,7%	8,3%	5,1%	6,8%
Pesquisa/Trabalho/Estudo	6,3%	6,2%	5,7%	5,9%	2,3%
Participar de Atividades Específicas	3,7%	4,7%	4,2%	4,3%	1,8%
Trazer ou acompanhar parentes/amigos	17,5%	13,5%	18,6%	16,1%	19,4%
Entrada gratuita	9,7%	10,2%	8,6%	5,3%	7,7%
Proximidade	3,4%	2,8%	2,8%	4,4%	3,3%
Aficionado por futebol	16,3%	17,0%	17,6%	10,1%	11,1%

Fonte: Adaptado de ID Brasil (2020a)

Numa aproximação com a literatura abordada, no aspecto da motivação, o estudo sobre o Mineirão realizado por Ferreira e Silva (2019) evidenciam que a reforma do estádio foi preponderante como fator motivacional para a sua visita. Nos dados coletados, 71% consideraram o estádio como principal atrativo turístico da região da Pampulha e do Estado de Minas Gerais. Já na Arena Corinthians, no estudo desenvolvido por Romano e Uvinha (2020) considerando o estádio como um atrativo turístico e um legado do megaevento esportivo Copa do Mundo FIFA 2014, as principais motivações para visitar o equipamento foram; os próprios eventos realizados; o acompanhamento de algum familiar na visita; ou ainda, a primeira oportunidade de visita ao estádio.

Referente ao aspecto sobre os “níveis de satisfação” dos visitantes do Museu do Futebol, os resultados apresentam um alto grau de eficiência, com níveis que variam entre bom e muito bom na escala Likert. Ainda que a meta prevista seja de 80%, são raros os relatórios classificados entre ruim e péssimo, vide quadro 20:

Quadro 20 - Índices de satisfação dos visitantes do Museu do Futebol (em%).

Ano	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	Total Ano
2017	96,0%	94,0%	96,0%	93,0%	95,0%
2018	96,3%	90,4%	92,6%	94,3%	93,4%
2019	94,4%	92,3%	92,6%	94%	93,4%
2020	94,6%	-	-	-	94,6%

Fonte: Adaptado de ID Brasil (2020a)

Ainda que Silva e Santos (2011) abordem a satisfação do visitante por meio de outro perfil metodológico, ou seja, a análise de satisfação em cada uma das sessões do museu e não sobre a visita como um todo, ressalta que 77%, consideraram, os métodos interativos entre “muito bom” e 22% como “bom”. O estudo apresentou que 89% dos visitantes recomendariam à visita ao Museu do Futebol, sendo que esse alto índice de recomendação é justificado pelas interações entre o futebol e a história do país.

Acerca dessa interação entre a história do país por meio do futebol, Rosa e Christofletti (2019, p.136) alertam para o cuidado com essa ferramenta metodológica, visto que do ponto educativo apresentam-se vantagens; no entanto, quando se torna uma “verdade absoluta/oficial”, alguns detalhes e personagens acabam sendo esquecidos.

No estudo sobre a Arena do Grêmio, realizado por Johner e Cunha (2016), foram aplicados questionários com escala de 1 a 5, variando de péssimo a excelente, respectivamente. O *Tour* da Arena Grêmio obteve a média de 4.63 referente ao roteiro por completo, constatando o elevado grau de satisfação desses visitantes. Já para o pesquisador e ex-diretor do Museu do Futebol em São Paulo, professor Leonel Kaz (2019), o museu foi percebido por 98% de seus visitantes como um “museu de história”, justificado por sua interatividade e por ser um marco moderno, ainda que o perfil médio do visitante é igualitário entre os mais jovens e os mais velhos. Nesse sentido, alguns nem o classificam como museu, visto que:

Cada espaço foi concebido para ser plenamente vivido pelo espectador, em jogo lúdico e interativo. Tudo rompendo com o olhar vetusto e esperado de um museu, o medo da aproximação ao museu. O espaço pensado para deixar solto o desejo libertário em cada visitante. Aliás, para deixar solto, mais que tudo, o desejo. (KAZ, 2019, p.36).

Em estudo desenvolvido por Cacciatori et al. (2019), com o objetivo de avaliação da satisfação e percepção dos visitantes nas variáveis “temperatura”, “iluminação”, “acústica”, “segurança” e “acessibilidade entre visitantes e funcionários”, foi evidenciado o menor nível de satisfação dos funcionários em relação ao visitante. Isto se justificou pelo tempo de interação e permanência no ambiente sendo, no mínimo, 90 minutos por funcionários e 5 minutos por visitantes. Ainda que o presente estudo nos dê subsídios para o início de uma discussão importante e pouco abordada na literatura nacional, que é a satisfação dos funcionários que trabalham em museus, tal tema não será desenvolvido aqui por não se associar propriamente ao objetivo do artigo.

Entre os estudos pontuais sobre visitação em estádios de futebol, Silva e Santos (2011) constataram que 56% dos visitantes do Museu do Futebol nunca frequentaram outros equipamentos relacionados ao esporte – museus ou memoriais. Já Romano e Uvinha (2020) apontam que 55% dos visitantes da Arena Corinthians/ Neo Química Arena já haviam utilizado o estádio para outras atividades além do futebol (doação de sangue, shows, exposições de carros, práticas de atividade física, por exemplo), sendo constatado uma expressiva falta de comunicação e divulgação dessas atividades e relação ao *trade* turístico. Ferreira e Silva (2019), no que se refere ao consumo turístico agregado às vivências futebolísticas, identificaram que 55,2% dos visitantes do Mineirão se hospedaram em hotéis e pousadas comerciais.

Ressai duas pesquisas que consideraram as barreiras que impedem esses visitantes de frequentar os atrativos turísticos de futebol. Para Ferreira e Silva (2019), os principais problemas relatados no Mineirão foram: distância (geográfico); preço dos ingressos; despesas com viagem (econômico), falta de tempo ou interesse (psicológicos). Já o público da Arena Corinthians/Neo Química Arena (ROMANO, UVINHA, 2020), evidenciam: distância (geográfico); problemas de divulgação (comunicação); não inclusão dos atores sociais e não torcedores do clube (exclusão social); insegurança (segurança pública) e precificação das atividades (econômico).

(II) Categoria referente à análise comparativa dos relatórios, demonstrando que no ano de 2014 teve maior índice de visitação, impulsionado pela realização da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil e na cidade de São Paulo:

Referente aos números de visitantes presenciais no Museu do Futebol (quadro 4), foram analisados os dados obtidos de 2013 a 2020, sendo o relatório de 2012 excluído da análise por não apresentar os dados trimestrais e sim apenas o número final de visitantes. Vale ressaltar que o relatório de 2020 ponderou apenas o primeiro trimestre, já que com a pandemia de COVID-19 o Museu encerrou a visitação presencial ao final de fevereiro de 2020, como apontado a seguir:

Aliado ao fechamento dos equipamentos culturais, instalou-se no estádio do Pacaembu – também sede do Museu do Futebol, um hospital de campanha para atendimento a pacientes da COVID-19. O hospital foi inaugurado em 06 de abril, gerando inclusive acesso controlado à Praça Charles Miller, onde está localizado. (ID BRASIL, 2020c, p.3).

Quadro 21 - Número de visitantes Presenciais no Museu do Futebol (2014-2020*).

Ano	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	Total Ano	Meta do Ano
2013	65.465	82.357	92.669	85.013	325.504	350.000
2014	64.486	156.528	125.328	72.859	419.201	371.200
2015	57.883	70.677	74.799	67.543	270.902	326.852
2016	57.600	60.512	85.978	61.172	262.648	280.000
2017	54.889	64.449	80.246	65.294	264.878	300.000
2018	66.456	104.291	119.299	91.317	381.363	272.000
2019	70.029	81.070	112.766	70.005	333.870	250.000
2020*	60.027	**	**	**	60.027*	57.600*

* Dados parciais antes do fechamento do museu

** Museu fechado devido a pandemia de COVID-19.

Observa-se no quadro 21 que os anos de 2014, 2018, 2019 e 2020 superaram às expectativas da meta do número de visitantes anual. Ainda que não haja relatos de como esse número é ponderado pela gestão do Museu do Futebol, entende-se como relevante que as informações cedidas no relatório da ID Brasil correlacionem e comparem os dados do Museu do Futebol com outras instituições museológicas por meio do Formulário de Visitação Anual (FVA) do IBRAM.

Historicamente, o primeiro trimestre apresenta o menor número de visitantes totais, podendo ser justificado pelo período de férias escolares e início do ano letivo, o que diminui significativamente o número de agendamentos pelas redes de ensino. Entretanto, é nesse período que o número de visitantes esporádicos aumenta exponencialmente no Museu do Futebol.

Pela exposição do Brasil no cenário esportivo mundial por sediar a Copa do Mundo de Futebol FIFA 2014 e pela cidade de São Paulo ser uma das sedes do megaevento (inclusive acomodando a partida de abertura), constatou-se que o ano de 2014, em especial o 2º e 3º trimestres, foi o de maior visitação do Museu do Futebol desde sua inauguração (419.201 visitantes/ano). Essa evidência é corroborada pelo relatório de visitação no qual descreve o mês de junho como recorde de visitas (a abertura da Copa do Mundo ocorreu em São Paulo em 12 de junho de 2014).

Curiosamente, é importante salientar que a cidade de São Paulo também foi sede de outro importante megaevento esportivo, os Jogos Olímpicos de Verão em 2016 na modalidade futebol de campo. Ainda que todos os ingressos para tal evento na cidade tenha sido esgotados, tanto para as partidas do masculino quanto do feminino, a visitação ao Museu do Futebol não refletiu a mesma demanda de 2014, de acordo com o relatório analisado.

A queda de público no ano de 2016 ocorreu na maioria dos museus brasileiros. No conjunto dos museus da Secretaria de Estado da Cultura, a queda geral foi de 14%, grande parte desse percentual representado pelo fechamento do Museu da Língua Portuguesa em razão do incêndio ocorrido em dezembro de 2015. Além dessa fatalidade, contribuiu para o resultado a diminuição de cerca de 20% do público total recebido pelos programas educativos dos museus, especialmente o de escolas públicas, uma vez que [...] o programa da Fundação para o Desenvolvimento da Educação (FDE) – foi descontinuado. (ID BRASIL, 2016a, p.3).

O relatório da ID Brasil (2016a), referente ao ano de 2016, predomina que o Museu do Futebol não conseguiu alcançar as metas estipuladas. Entretanto, essa foi uma tendência encontrada em quase todos os museus brasileiros. Ao analisar os dados fornecidos pelo IBRAM (2020), constata-se que, comparativamente ao ano

anterior em 2015, há um aumento tanto no número de visitantes totais quanto no número de museus, conforme evidenciado no quadro 22:

Quadro 22 - Número de visitantes e número de Museus no Brasil.

Ano	Nº de visitantes	Nº de museus
2014	24.638.673	827
2015	25.528.788	716
2016	28.594.539	919
2017	32.239.871	1.001
2018	38.463.602	1.279
2019	25.528.284	820

Fonte: Adaptado de IBRAM - Relatórios Anuais (2020)

Ainda que não seja o foco principal do estudo, sugere-se uma análise mais cuidadosa acerca desse crescimento do número de visitantes e de museus no Brasil, e quais motivos que ocasionaram uma queda abrupta no ano de 2019. Uma suposição seria o cenário brasileiro em recessão econômica e dificuldades de financiamento e manutenção desses espaços, fatos que deveriam ser devidamente comprovados.

(III) Categoria referente aos visitantes em tempos de pandemia: Com a pandemia de COVID-19 em 2020, o número de visitantes virtuais e o número de seguidores nas redes sociais do Museu do Futebol em São Paulo aumentaram em números absolutos, comparado aos anos anteriores.

A pandemia do COVID-19 ao final de 2019, e durante todo o ano de 2020, causou uma série de impactos econômicos, financeiros, psicológicos e sociais. O setor do turismo e eventos foi um dos mais afetados, inclusive no Estado de São Paulo, pelo fechamento das fronteiras, proibição de circulação e uma série de restrições impostas para tentar minimizar a disseminação da doença (SÃO PAULO, 2020b).

Em março de 2020, o estado e a cidade de São Paulo decretaram oficialmente o fechamento de estabelecimentos considerados não essenciais, por meio de plano próprio de contingenciamento da COVID-19 realizado em fases, classificadas por cores vermelha, laranja, amarela e verde. Dessa forma, o Museu do Futebol e outros museus do estado foram fechados até que as cidades se enquadrassem em fases apropriadas para a reabertura. Nesse período de fechamento, o Museu do Futebol operacionalizou planos para a retomada das atividades de maneira virtual, com exposições e atividades interativas *online*. Paralelamente, o equipamento

reestruturava-se para recebimento do público conforme houvesse avanço nos planos estaduais.

A retomada das atividades presenciais ocorreu no dia 13 de outubro de 2020, com uma série de providências de prevenção à COVID-19. Dentre as ações para o funcionamento presencial, estavam: funcionamento em horário reduzido e com no máximo 60% da capacidade total; venda *online* de ingressos; visitas educativas somente em pequenos grupos; medição de temperatura obrigatória; uso de máscara e higienização das mãos; guarda volumes fechado; bebedouros desligados; distanciamento social de 1,5m; e o CRFB aberto apenas de maneira virtual durante a pandemia. (MUSEU DO FUTEBOL, 2020). Entretanto, no dia 23 de dezembro de 2020 (SÃO PAULO, 2020a), por meio do Decreto Estadual nº 65.415, instituiu-se a regressão do Estado de São Paulo para fase vermelha durante os feriados de final de ano, certamente afetando os planos de reabertura presencial de equipamentos, como o Museu do Futebol.

Para suprir as dificuldades de visitação presencial, identificou-se que o Museu do Futebol lançou algumas ações no ambiente virtual, como por exemplo a possibilidade de visitar exposições online como “Memórias da Copa de 1970”; “Rumo à Copa de 1970 e Pacaembu”, entre outros. Soma-se a isto as ações atreladas ao Centro de Referência do Futebol Brasileiro com a disponibilidade para consulta virtual da base de dados com diversas pesquisas. Diante dessa oferta, o ID Brasil realizou pesquisa com os visitantes virtuais do Museu do Futebol, com a hipótese de aumento na procura desse canal. Os resultados são apresentados no quadro a seguir:

Quadro 23 - Número de visitantes Virtuais no Museu do Futebol (2014-2020).

Ano	1º trimestre	2º trimestre	3º trimestre	4º trimestre	Total Ano
2013	69.626	79.653	78.441	64.040	291.760
2014	-	-	-	46.873	46.873
2015	-	-	-	47.499	47.499
2016	55.256	47.884	61.541	48.123	109.664
2017	56.196	112.946	125.380	95.671	390.193
2018	100.357	77.860	94.097	56.743	329.057
2019	61.159	193.407	114.339	55.513	424.418
2020	57.859	46.796	46.049	-	150.704

Fonte: Adaptado de ID Brasil (2020a)

Os dados obtidos no quadro 23 constataam que o ano de 2019 obteve o maior número de visitantes virtuais no Museu do Futebol, com destaque para o segundo trimestre do referido ano com 193.407 visitantes, dados superiores ao ano inteiro de 2016 e aos três primeiros trimestres de 2020 juntos.

Quando da repactuação das metas trimestrais no início da pandemia, imaginava-se que, no terceiro trimestre do ano, os museus e espaços culturais já teriam retornado às suas atividades – o que não aconteceu. A meta projetada para o terceiro trimestre do ano foi mantida em 60.000 visitantes únicos, é o dobro da repactuada para o segundo trimestre (que foi de 30.000). Como a reabertura não se concretizou nesse período, o site continuou com busca estável a páginas diversas, mas sem a grande procura que sempre se concentrou nas páginas que trazem informações de serviço – horário de funcionamento e valores de ingressos. Ainda assim, no cômputo geral do ano, o bom desempenho em meses anteriores garante que a meta seja proporcional ao período – 75% do ano decorrido, com 79,3% da meta cumprida (ID BRASIL, 2020b, p.77).

Ainda que os dados de 2019 fossem considerados *outliers*, os dados de 2017 e 2018 são o dobro do resultado obtido em 2020. Tal fato sugere que os resultados do ano de 2020 são bem abaixo do esperado, maior apenas que os dados de 2016, ano em que o Museu estava migrando o seu sistema virtual, o que refutou a hipótese inicial de que a procura pelo canal virtual teria aumentado durante a pandemia.

Ainda que o número total de visitantes virtuais seja um dos menores dos últimos anos, salienta-se que ao analisar o número anual de novos seguidores nas redes sociais se percebe um aumento gradual ao longo do período, ainda que os dados de 2020 sejam parciais e considerem apenas os três primeiros trimestres – conforme quadro 24, a seguir:

Quadro 24 - Número de novos seguidores nas redes sociais do Museu do Futebol (2014-2020).

2014	9.611
2015	12.300
2016	14.766
2017	12.971
2018	23.743
2019	20.448
2020	18.603

Fonte: Adaptado de ID Brasil (2020a)

Acerca das novas condições impostas pela pandemia de COVID-19, o turismo esportivo passivo e nostálgico, foram severamente afetados. Essa falta de previsão

da retomada do setor faz com que esses prejuízos sejam ainda maiores. Contudo, algumas ações podem ser realizadas para suprir tais dificuldades, como as propostas por Oliveira e Capraro (2020-b) que apresentam o fomento ao uso de tecnologias e ambiente virtual como alternativa para os turistas. A retomada presencial deve elencar um conjunto de ações que respeitem as particularidades e os protocolos locais de segurança, já reforçadas por ações de marketing para retomada dos tours e visitas nos museus, em especial o do Futebol.

A difusão do turismo esportivo traz, dentre outras possibilidades, o estímulo à relação com o trade turístico, fomentando ações e atividades que potencializem e deem visibilidade a esse novo segmento turístico. O turismo esportivo pode, a nosso ver, auxiliar no seguimento da chamada “década de ouro dos megaeventos esportivos no país” (UVINHA, 2013), usufruindo da expertise adquirida na realização dos eventos e na promoção de novos produtos e segmentos turísticos relacionados não somente ao futebol, mas também em outras modalidades e até mesmo aos esportes paralímpicos brasileiros.

Considerações finais

Os estádios de futebol foram construídos para a realização de partidas esportivas em sua essência, levando em consideração as diferentes formas de uso e a apropriação desses espaços como geradores de sentimentos, memórias e afeto. O Estádio Paulo Machado de Carvalho, popularmente conhecido como Pacaembu, é um desses locais da expressão cultural brasileira, um legado tangível para os clubes, para a seleção brasileira de futebol e para todos os apaixonados pela modalidade.

Em meio a já referida década de ouro do Brasil (2007-2016) por sediar os principais megaeventos esportivos, constatou-se o momento ideal para idealização de um museu brasileiro de futebol na cidade de São Paulo, dando início ao projeto do Museu do Futebol nas dependências do estádio do Pacaembu. O equipamento, inaugurado em 29 de setembro de 2008, tem o objetivo de investigar, preservar, entreter e educar por meio de seu espaço, fomentando o debate acerca da patrimonialização do futebol brasileiro (AZEVEDO; ALFONSI, 2010; KAZ, 2019).

O turismo surge como modalidade que se alinha ao uso desses espaços, incorporando novas finalidades de usos e pertencimento por meio do segmento intitulado turismo esportivo, em especial em sua subcategoria de turismo esportivo de nostalgia ou cultural. A literatura consultada converge para o fato de que o Museu do

Futebol se consubstancia como um espaço esportivo que motiva o visitante ao conhecimento de novas culturas, realidades, estruturas e significados. A pesquisa de caráter descritivo e exploratório, com o objetivo de analisar em especial os relatórios divulgados pela OS ID Brasil (2020a), gestora do Museu do Futebol, buscou assim correlacionar os referenciais teóricos de turismo esportivo e patrimônio cultural com este importante museu brasileiro.

Neste sentido, entende-se que o objetivo de fornecer dados e subsídios para a abordagem acadêmica do turismo esportivo no Brasil, tendo no futebol um elemento fortemente associado ao patrimônio cultural brasileiro, foi atingido no presente artigo. Reiteramos que, ao usufruir de um espaço originariamente construído para o futebol, mas que pode (e deve) ser utilizado como um equipamento turístico e de lazer, tem-se a notória possibilidade de estimular a atividade turística associada à preservação da cultura, das memórias, das emoções e das afetividades pertinentes à tal modalidade esportiva que foram construídas ao longo dos anos.

Quanto aos pressupostos considerados, reflete-se sua possível confirmação a seguir:

(I) Dentre as características do perfil, estão: morador da cidade de São Paulo, visitando o museu pela primeira vez, acompanhados de familiares ou cônjuge e alto índice de satisfação/aprovação na visita, motivados pelas memórias afetivas com o estádio e/ou com o esporte: tal hipótese foi confirmada, sendo o perfil médio do visitante caracterizado por pertencer ao gênero masculino, com faixa etária até os 18 anos, residentes na cidade e/ou estado de São Paulo, com nível superior completo ou cursando e utiliza do seu próprio automóvel para se deslocar até o estádio. No que se refere à motivação, conhecer o Museu do Futebol (+70%) é o principal motivo que os visitantes destacam, corroborado pelo alto número de visitantes em sua primeira vez no Museu (+80%).

Os visitantes possuem um alto grau de satisfação ao ir ao Museu do Futebol (+92%) classificando a visita entre “bom” e “excelente”. E o índice de pessoas que recomendariam a visita ao museu é de (80% em média). Apesar de não haver um questionamento se o visitante está acompanhado e quem são esses acompanhantes, na categoria motivação o segundo motivo mais citado é levar ou acompanhar algum parente/amigo (+13%) a tal museu.

Ainda que esse seja um perfil médio, há ressalvas em especial sobre o equilíbrio nos dados referente a gênero, faixa etária e nível de escolaridade, com

diferença percentual muito pequena entre as variáveis. Por fim, para corroborar com o perfil de turista esportivo, destacou-se os dados de visitantes residentes fora do estado de São Paulo e fora do país (38% a 46% nos últimos 5 anos), presumindo que esse indivíduo provavelmente pernoita na cidade e se enquadre no perfil de turista esportivo.

Com base nos dados analisados, conclui-se ainda no presente artigo um crescimento do número de visitantes e de museus no Brasil, ainda que tenha havido uma queda abrupta no ano de 2019 com a motivação possivelmente associada ao cenário brasileiro em recessão econômica e as dificuldades de financiamento e manutenção desses espaços naquele ano.

(II) Análise comparativa dos relatórios, demonstrando que no ano de 2014 teve maior índice de visitação, impulsionado pela realização da Copa do Mundo FIFA 2014 no Brasil e na cidade de São Paulo: A hipótese foi confirmada, com destaque para o informativo do relatório anual de 2014 pela ID Brasil onde o mês de junho bateu o recorde de visitação e de visitantes de fora do país. O relatório aponta que o ano da Copa do Mundo FIFA no Brasil foi um marco histórico no Museu do Futebol com um recorde de visitação: 419.201, dos quais 10,9% estrangeiros. O público no período do evento (12 de junho a 13 de julho) foi de 75.085, sendo 27.754 (36,9%) de estrangeiros.

(III) Com a pandemia de COVID-19 em 2020, o número de visitantes virtuais e o número de seguidores nas redes sociais aumentaram em números absolutos, comparado aos anos anteriores: Hipótese refutada, já que com relação à pandemia de COVID-19 que assolou o mundo no ano de 2020, constatou-se que as atividades virtuais foram menores, ainda que os dados referentes aos números de seguidores tenham aumentado no ano de 2020.

Além disso, entende-se que o objetivo de correlacionar os dados publicados sobre o Museu do Futebol com o referencial teórico de turismo esportivo pode ser considerado factível. Verificou-se que a utilização de um espaço como tal, construído de memória e emoções, é geralmente utilizado como um equipamento turístico, de entretenimento e de lazer, possibilitando o fomento de ações para a preservação do futebol como patrimônio cultural brasileiro.

Como limitações da pesquisa, aponta-se a impossibilidade de pesquisa observacional *in loco* acerca das percepções do público visitante no Museu do Futebol em época de pandemia. Recomenda-se assim que outras pesquisas sejam realizadas

acerca do impacto da pandemia de COVID-19 no Museu do Futebol, que poderia avaliar elementos importantes como o perfil do público visitante virtual e a satisfação dessa nova tipologia de visitação. Por fim, com a nova concessão do Estádio do Pacaembu à iniciativa privada, deve-se derivar uma miríade de novas possibilidades na apropriação e no uso do estádio pelos visitantes, pelos turistas, pelos gestores e, principalmente, para a população do entorno em suas atividades de lazer na promoção da saúde.

5. Considerações Finais

Após a consolidação dos estádios de futebol como atrativos turísticos e de lazer no Brasil, o objetivo geral da tese esmiuçar as correlações, os usos, os procedimentos e os planejamentos entre as atividades turísticas e a promoção do lazer em estádios de futebol. Acredita-se que o objetivo central do trabalho tenha sido alcançado, especialmente na configuração do estádio de futebol. Além disso, percebe-se, ainda que de forma embrionária, o seu uso como espaço de lazer e turismo.

Para isso, utilizou-se o formato de apresentação de tese *multipaper*, também conhecido como outras denominações. Esse formato proporcionou o uso de diferentes ferramentas metodológicas em oito artigos distintos, criados e correlacionados com o objetivo central da tese, por meio dos objetivos específicos. A confecção dos artigos posterior ao desenvolvimento desses objetivos, caminhou como estratégia exequível ao longo do trabalho.

Observa-se que a bibliografia levantada sobre *multipaper* tem utilizado das considerações finais como espaços para correlacionar os diferentes artigos escritos aos objetivos específicos. Entretanto, a presente tese seguirá o caminho contrário, delimitando quais os objetivos específicos foram alcançados em cada um dos artigos confeccionados, dada a importância da cronologia de confecção dos objetivos antes dos artigos científicos.

Correlacionando os objetivos específicos a cada um dos artigos científicos abordados, temos:

- I. Contextualizar o “*legacy momentum*”, reconhecer os estádios de futebol e arenas esportivas construídas e/ou remodeladas como legados tangíveis para população, pós sede de megaeventos esportivos.

Para alcançar o primeiro objetivo específico foram desenvolvidos os dois primeiros artigos científicos desse trabalho, bem como a necessidade de apresentar um referencial teórico sobre os métodos de avaliação dos legados de megaeventos esportivos e do turismo esportivo de futebol. Ambas as teorias correlacionam o uso do lazer, do turismo e dos estádios de futebol.

O artigo I teve como objetivo constatar como se deu a relação prática entre turismo e os legados prometidos dos megaeventos esportivos. Muito foi prometido à

população em relação à necessidade de apoio e aos possíveis retornos que a realização desses megaeventos traria. Entretanto, constatou-se dificuldades em tornar realidade essas promessas, bem como encontrar documentos escritos que comprovassem as promessas feitas pelos comitês gestores, além da literatura acadêmica nacional e internacional sobre o tema.

A oportunidade de verificar se as metas traçadas no Plano Nacional de Turismo foram cumpridas seria a prova concreta de que houve legados positivos usufruídos pela população, em alguma área além das possibilidades intangíveis, como melhoria na imagem do espaço. No entanto, os resultados obtidos indicam que nenhuma das metas foi cumprida e, mais grave ainda, as possibilidades de verificação dessas metas foram quase inexistentes. O processo de transparência prometido, quase uma década depois, não existe ou foi descontinuado pelos comitês gestores locais.

Outro ponto importante a ser destacado é a audácia de criar metas inalcançáveis, sem parâmetros ou formas de punição caso não fossem cumpridas. Seria absurdo afirmar que nenhum legado foi aproveitado ou que os números se mantiveram iguais antes da realização dos megaeventos. No entanto, a diferença foi pouco significativa quando se analisam os gastos para a execução das inúmeras obras e demandas impostas pelos comitês organizadores. Entre os pontos positivos, destacam-se os estádios de futebol como um dos principais legados tangíveis desses megaeventos, que devem ser utilizados de forma proporcional ao custo que esses espaços demandaram.

O artigo II encerra o ciclo de estudos sobre megaeventos esportivos realizado pelo pesquisador, com o objetivo de refletir criticamente sobre os principais legados e impactos desses eventos na maior cidade do hemisfério sul do planeta. Compreender os diferentes atores sociais afetados pela execução desses legados não foi tarefa fácil, especialmente quando se tratou de conversar com os gestores locais desses empreendimentos ou correlacionar documentos oficiais que foram esquecidos ou não disponibilizados em diversas ocasiões, seja por falta de transparência, seja devido aos inúmeros sigilos de investigação da justiça brasileira relacionados a denúncias de corrupção ou superfaturamento na construção desses equipamentos.

O artigo destaca-se como um dos principais trabalhos científicos que abrange diferentes atores sociais e diferentes equipamentos, buscando ouvir os gestores desses espaços, a população local diretamente afetada e os visitantes/turistas dos

eventos realizados na arena. Está diretamente ligado ao objetivo específico de "legacy momentum" e à oferta de uso dos espaços pela população local, mesmo que ocorra de forma aquém do necessário. Já desponta como um dos principais modelos de uso quando comparado aos outros onze estádios/arenas esportivas criados.

Justifica-se, nesse sentido, a imponência e o tamanho da cidade de São Paulo em relação à população e ao poderio econômico-financeiro, bem como a percepção da necessidade de utilização desses espaços, especialmente na zona leste de São Paulo, que é a microrregião com menor oferta de espaços de lazer e cultura na cidade, apesar de abrigar a maior população local.

No entanto, é importante fazer uma ressalva a respeito da irresponsabilidade do país em aderir aos megaeventos esportivos, com uma análise discursiva populista na construção e remodelação de 12 arenas esportivas, representando as cinco macrorregiões, sem um planejamento prévio ou uma consideração histórico-cultural sobre a necessidade de utilização desses espaços. Isso resultou em estádios elitizados, excludentes e com altos custos de manutenção para as despesas municipais/estaduais, gerando construções megalomaniacas que lutam para sobreviver sem o apoio necessário..

II. Mapear, Identificar e correlacionar os constructos teóricos que permeiam o desenvolvimento dos estádios de futebol como relevantes atrativos turísticos para o lazer e o turismo.

O capítulo de livro III e o artigo científico IV despontam como os principais auxiliares para alcançar esse objetivo específico do presente trabalho. O capítulo de livro III surge como uma necessidade de compreender quais são os constructos teóricos que correlacionam as áreas de esportes, lazer e turismo. Essa necessidade, além dos legados de megaeventos esportivos, indicou uma mudança de perspectiva na mente do pesquisador. Compreender essas diferenças e tentar entender como a teoria se desenvolve em torno desses conceitos foi de fundamental importância.

A versatilidade de compreender as possíveis intervenções profissionais nesse espaço também surge como fator preponderante. Além de apontar as diferentes áreas em que as interações com o turismo local se desenvolvem, é importante identificar os diferentes espaços que podem se tornar atrativos turísticos, refletindo a cultura local e a necessidade financeira que o turismo tem em nosso país.

O artigo IV também contribui para o desenvolvimento desse objetivo específico, uma vez que o levantamento do constructo teórico, embora iniciado no capítulo de livro III, só toma forma na elaboração do artigo IV, mapeando as diferentes áreas de conhecimento que tratam dessa correlação entre lazer, turismo, eventos, entretenimento, esportes e estádios de futebol.

III. Elaborar o conceito de Turismo em Estádios. Difundir o papel social e educativo do estádio de futebol, acrescentando a perspectiva de análise pelo espaço/atrativo turístico;

O alcance específico do objetivo III ocorre efetivamente no artigo IV, mas permeia os próximos artigos, que fornecem base e sustentação para a nova possibilidade conceitual. O artigo IV utiliza uma revisão integrativa como método de pesquisa, permitindo a análise de diferentes tipos de trabalhos científicos na área, desde trabalhos teóricos até trabalhos empíricos que dialogam com a temática em questão.

Destaca-se também a necessidade de compreender o estádio de futebol além de um mero espaço de prática esportiva. É importante ressaltar a dificuldade de escolher um único termo entre "estádios" e "arenas" esportivas, uma vez que a literatura aponta diferenças sutis em determinados aspectos arquitetônicos, mas na prática, especialmente no Brasil, não há uma diferença prática significativa, exceto em termos de marketing e do imaginário de que as arenas esportivas são espaços mais modernos e atualizados. No entanto, ainda é comum utilizar o termo "estádio" antes da palavra "arena", sendo compreendido como parte do nome do espaço.

É importante ressaltar a necessidade de uma introdução histórica que permeou a elaboração deste artigo, enfatizando a importância dos estudos sobre legados e o fato de o Brasil ter sido escolhido como sede desses megaeventos. Apesar dos questionamentos e desconfortos em relação à viabilidade de algumas obras e remodelações realizadas pelo Brasil, argumenta-se que provavelmente essas obras não teriam sido realizadas nessas cidades caso não fossem sedes de megaeventos. Na prática, apenas os estados de São Paulo, Paraná e Rio Grande do Sul usufruem dos modelos de arenas esportivas que não são legados de megaeventos esportivos.

Arena do Grêmio, que se autointitula a maior arena multiuso do Brasil em Porto Alegre (RS); o Allianz Park, na cidade de São Paulo, com administração em

parceria da empresa WTorre e do SE Palmeiras, em um modelo de concessão de 30 anos para o uso do espaço; ainda em São Paulo, a nova concessão ao estádio do Pacaembu pela empresa Allegra Pacaembu, que ainda está em fase de confecção, mas já está alterando a infraestrutura local; o modelo de parceria para a reforma da Vila Belmiro em Santos (SP) ainda é uma incógnita de construção, mas aparentemente as obras começaram no ano de 2023; e a cidade de Curitiba, com o estádio Arena da Baixada, pioneiro na transformação de estádio em Arena Esportiva e posteriormente passando por uma nova reforma para a Copa do Mundo.

Esses diferentes usos precisam ser compreendidos e estudados por uma área específica. Para isso, sugere-se a adoção de um novo conceito acerca do turismo em estádios. Observa-se que na literatura anterior, essas atividades podem ser compreendidas por meio dos termos turismo de eventos, lazer sério, lazer esportivo, turismo esportivo, turismo cultural, turismo futebolístico e até mesmo do conceito já estabelecido de turismo em estádios. No entanto, este trabalho tem como objetivo ampliar as possibilidades desse conceito, uma vez que atualmente o turismo em estádios é entendido apenas como uma atividade de visitação em dias de partidas oficiais, o que acaba limitando as oportunidades que esse conceito oferece.

Ressalta-se também que a escolha da palavra/conceito "estádios" em vez de "arenas esportivas" é uma questão constante, uma vez que cada vez mais as reformulações de estádios estão em decadência, enquanto a construção de arenas esportivas está em alta, mesmo que na prática não haja diferença significativa. Destaca-se o e-sports, uma modalidade de esportes eletrônicos que está crescendo exponencialmente, assim como a criação de novas arenas ao redor do mundo para a prática desse esporte. O novo estádio do Pacaembu desponta como um dos primeiros espaços fixos do Brasil para abrigar essa modalidade, o que provavelmente se tornará uma prática recorrente no país.

Por fim, é necessário destacar a dificuldade de classificar o "turista de estádios de futebol". Isso ocorre primeiramente pelo fato de não se enquadrar nas premissas apontadas pela Organização Mundial do Turismo (OMT). Além disso, tanto os gestores quanto os visitantes não se preocupam em classificar-se como turistas, turistas circunstanciais, turistas de lazer ou outras denominações. Portanto, no âmbito deste trabalho, essa classificação não é considerada relevante. No entanto, caso haja essa necessidade, sugere-se a criação de cartilhas e manuais que incentivem a

categorização dos visitantes (a nomenclatura utilizada neste trabalho) como turistas e suas respectivas variantes.

IV. Fomentar e difundir o Turismo em Estádios no Brasil, ofertando dados significativos (ainda que incipiente) para traçar um perfil do visitante esportivo, compreendendo suas principais motivações e necessidades;

Os artigos V, VI, VII e VIII estão diretamente relacionados ao objetivo específico IV, que promove e dissemina o turismo em estádios no Brasil, sob diferentes perspectivas.

No artigo V, é possível verificar o uso do termo "turismo em estádios", conforme é conhecido atualmente, ou seja, apenas com a inferência dos tours temáticos oferecidos nesses espaços. O uso do MAM (Modelo de Avaliação Multidimensional) é apresentado como a primeira possibilidade de avaliação desse novo conceito. No entanto, sugere-se a possibilidade de melhorias e a inclusão de outras categorias de análise, conforme abordado na tese.

Essas possibilidades de expansão dialogam com o trabalho de Oliveira (2021), que propõe novas categorias. O presente trabalho utiliza três novas possibilidades de categorização: (6) Uso do estádio para outras modalidades e eventos; (7) Integração ao turismo (entrada grátis, guia de turismo, divulgação pelo trade, transporte turístico); (8) Relevância e difusão como patrimônio histórico-cultural. Essas categorias são classificadas de 0 (inexistente) a 5 (excelente) em termos de avaliação.

Com a criação da categoria (6) Uso do estádio para outras modalidades, pretende-se distinguir como o equipamento está preparado para receber diferentes modalidades esportivas, quais seriam as adaptações necessárias para sediar determinados eventos e se essa é uma atividade que o estádio está disposto a receber. Por exemplo, em entrevistas, foi constatado que a Arena Corinthians tem como prioridade receber os jogos oficiais do SC Corinthians Paulista, e, portanto, adota uma postura de não receber atividades no gramado, mas sim nos espaços de circulação e no amplo estacionamento, como o tradicional show "Sons da Rua", exposições de carros antigos e até mesmo o uso dos bares, academias e universidade dentro de suas dependências.

A categoria (7) integração ao turismo destaca a necessidade de estabelecer uma correlação com o trade turístico, tanto na utilização desses espaços para outras

atividades, como também por meio de ações com guias de turismo que promovam o uso do estádio e as atividades que nele ocorrem. Isso envolve também a divulgação do atrativo nos sites e roteiros criados pelos órgãos responsáveis pelo turismo local, indo além da modalidade de futebol.

A categoria (8) relevância e difusão como espaço de patrimônio histórico destaca a necessidade desses espaços compreenderem o papel social e educacional que os estádios têm no Brasil, conhecido como o país do futebol (apesar das ressalvas quanto a essa denominação feitas pelo pesquisador). É importante incentivar a contextualização desses espaços em relação à cultura, assim como ocorreu com segmentos turísticos específicos, como o turismo em museus ou o turismo de praia e sol.

A criação dessas novas categorias e a possibilidade de classificações categóricas buscam minimizar os vieses subjetivos, embora ainda não de maneira satisfatória. No entanto, já se vislumbra como uma possibilidade futura. A experiência turística é dinâmica e volátil, podendo ser facilmente modificada em diferentes dias, horários e situações específicas. Essa volatilidade é evidenciada por essa abordagem, por exemplo, ao considerar que a experiência de pisar no gramado ou conhecer os espaços pode ser inexistente devido a reformas em vários estádios de futebol antes da temporada inicial, o que pode diminuir a avaliação desses atrativos. No entanto, essa iniciativa científica de avanço é considerada válida, embora ainda necessite de alterações que serão propostas em outros artigos.

No artigo VI, busca-se identificar previamente os perfis e motivações dos praticantes do turismo em estádios de futebol, em particular os visitantes que se deslocaram para uma cidade com o objetivo principal de assistir a uma partida de futebol específica. Nesse caso, foi analisada a partida final do Campeonato Copa Sul-Americana de Futebol 2022, entre São Paulo FC (Brasil) e CARE Independiente del Valle (Equador), realizada em outubro de 2022 na cidade de Córdoba, Argentina. Destaca-se a importância de considerar os estádios como possíveis atrativos turísticos e espaços de patrimônio histórico-cultural, fornecendo subsídios para uma melhor compreensão desse novo conceito e suas possibilidades futuras de segmentação.

Esse segmento se assemelha ao conceito de turismo futebolístico, que tem sido explorado por diversos autores. No entanto, busca-se segmentá-lo ainda mais, utilizando um conceito que relacione diferentes áreas do turismo local. A escolha

dessa partida específica foi feita por conveniência e também pelo fato de ser o maior deslocamento de torcedores do São Paulo FC para uma partida fora de sua cidade sede, São Paulo.

Os artigos VII e VIII corroboram as possibilidades de oferecer atividades já existentes dentro desses espaços e a compreensão do estádio como patrimônio histórico-cultural, que transmite educação não formal por meio de seus espaços. Além disso, fornecem dados confiáveis sobre o perfil e as motivações dos visitantes desses espaços, o que deve ser divulgado.

V. Oferecer alternativas para uso das arenas esportivas além da modalidade de futebol, visando contribuir ao setor de turismo e eventos. Para tal, serão apresentadas possibilidades de atividades nas áreas correlatas de lazer, eventos, entretenimento e atividades turísticas dessas arenas.

Os artigos VII e VIII estão diretamente relacionados ao alcance do objetivo específico V, oferecendo alternativas para o uso desses espaços além das partidas de futebol.

O artigo VII, de natureza empírica e exploratória, apresenta as diferentes experiências que podem ser vivenciadas nos estádios de futebol/arenas esportivas, indo além do futebol. Especial ênfase é dada ao uso desses espaços com propósitos sociais, educacionais e de autossustentabilidade, que devem ser cada vez mais promovidos. Essa promoção é importante como retorno aos investimentos financeiros que a população fez por meio de subsídios na construção desses estádios/arenas de futebol.

Diferentes atividades são apresentadas, não apenas dentro dos estádios, mas também na sua extensão para o entorno. Por exemplo, a criação de estátuas de jogadores de futebol ao redor da Vila Belmiro, a personalização de muros e grafites nas proximidades do Morumbi e da Arena Corinthians, bem como a integração de restaurantes e espaços temáticos no entorno do Allianz Park, são apenas algumas das possibilidades de uso desses espaços além das partidas de futebol.

O artigo VIII destaca uma realidade já existente na cidade de São Paulo, resultante de um megaevento esportivo, que é a construção do Museu do Futebol nas instalações do estádio do Pacaembu. Esse artigo teve como objetivo analisar os dados obtidos nos relatórios obrigatórios da organização social que administra o estádio de futebol. O principal objetivo desse estudo foi compreender, desenvolver,

fomentar e difundir o turismo em estádios, especialmente no que se refere à compreensão desses espaços como relevantes para o turismo e às possibilidades de educação que a presente tese promove.

A abordagem dos estádios de futebol como ambientes de educação não-formal e sua valorização histórica, cultural e educacional na sociedade é de extrema importância. Para alcançar esse objetivo, é essencial contratar profissionais especializados em diversas áreas do conhecimento, como lazer, turismo, história e artes, que possam explorar todo o potencial que o estádio oferece e contextualizá-lo como fonte de cultura local.

Nessa perspectiva, os estádios são vistos como espaços sociais, tendo em vista que o futebol tem suas raízes nas classes operárias e ainda se desenvolve em áreas marginalizadas. É importante despertar o uso desses espaços como ambientes sociais de inclusão, pertencimento e revitalização. Para isso, estimula-se a criação de políticas públicas e parcerias público-privadas para a execução de ações e atividades nos estádios, envolvendo instituições sociais e educacionais em benefício da sociedade como um todo.

Além da disseminação científica por meio de artigos e capítulos de livros, pretende-se desenvolver projetos em parceria com prefeituras e instituições de ensino, com foco na promoção dos estádios de futebol como espaços culturais e de lazer. Para tanto, serão oferecidas ações baseadas no turismo educacional em parceria com empresas especializadas na área.

Com base na experiência do autor como educador e guia de turismo credenciado pelo Ministério do Turismo da América Latina, foi criado um roteiro temático de visitação em estádios de futebol. Esse roteiro é personalizado de acordo com as necessidades específicas do cliente, como tempo disponível, equipamentos a serem visitados, questões financeiras e disponibilidade. A princípio, os atrativos turísticos incluem o Estádio do Pacaembu, Estádio do Morumbi, Arena Corinthians, Allianz Park, Rua Javari e Nabi Abi Chedid.

A integração dos roteiros de visitação em estádios de futebol com aspectos culturais locais, identidade nacional, sentimentos e histórico relacionados à experiência esportiva e gastronomia local é fundamental. O pesquisador tem interesse em compreender como as relações gastronômicas se relacionam com os espaços e atrativos turísticos do futebol.

No âmbito educacional, há planos de realizar cursos livres, workshops e atividades integrativas entre os gestores dos estádios e o trade turístico. Isso visa minimizar as lacunas entre a teoria e a prática no campo do turismo, um desafio apontado nas pesquisas.

Todas essas iniciativas, juntamente com a presente tese, marcam o início das discussões para a criação de um conceito que relacione estádios de futebol ao lazer e ao turismo. Embora o desenvolvimento de um segmento específico de turismo em estádios possa parecer distante, é crucial promover a compreensão de suas utilidades para a cidade e sua relevância como atrativo turístico.

Referências

- ABEAR – Associação Brasileira de Empresas Aéreas. **Dados e fatos: demanda por voos domésticos cresce em 2015**. Disponível em: <Dados disponíveis em: <http://www.agenciaabear.com.br/dados-e-fatos/demanda-por-voos-domesticos-volta-ao-patamar-de-2013/>>. Acesso em 15 set. 2017.
- ABEAR – Associação Brasileira de Empresas Aéreas. **Dados e fatos: demanda por voos domésticos cresce em 2015**. Disponível em: <<http://www.agenciaabear.com.br/dados-e-fatos/demanda-por-voos-domesticos-cresce-08-em-2015/>>. Acesso em 20 set. 2017.
- ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos **Brasil cai para 15ª posição no ranking ICCA de eventos internacionais**. Publicada em 10 mai. 2017. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2017/05/brasil-cai-para-15%C2%BA-posicao-no-ranking-icca-de-eventos-internacionais/>>. Acesso em 13 set. 2017.
- AGHA, N.; FAIRLEY, S., GIBSON, H. Considering legacy as a multi-dimensional construct: The legacy of the Olympic Games. **Sport Management Review**, 15 125-139, 2012.
- AKINAGA, P.H. **Urbanismo Ecológico, do princípio à ação: o caso de Itaquera**. 2014. [dissertation thesis] [São Paulo/SP (Brasil)]. University of São Paulo.
- AMARAL, C. BASTOS, F. O processo de modernização dos estádios de futebol. **Revista EFDesportes**, Revista Digital. Buenos Aires, Año 15, n.154, 2011.
- ALEGRIAS, Lúcia. O futebol na construção das representações identitárias nos museus. **Cadernos de Sociomuseologia**, nova série 10 - (Vol. 54), pp.135-162, 2017.
- ALEXANDRE, L. M. Política de Turismo e o Desenvolvimento Local: um binômio necessário. IN: BEZERRA, D. M. F. (Org.). **Planejamento e gestão em Turismo**. São Paulo: Roca, 2003, p. 3-13.
- ALLEN, J.; O'TOOLE, W.; MCDONNEL, I. et al. **Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- ALM, J.; SOLBERG, H.A.; STORM R.K.; JAKOBSEN, T.G. Hosting major sports events: the challenge of taming white elephants, *Leisure Studies*, 35:5, 564-582, 2016. DOI: 10.1080/02614367.2014.994550
- ALMEIDA, P. R. O papel dos BRICS na economia mundial. IN: **Anais Cebri-Icône-Embaixada Britânica Brasília: Comércio e Negociações Internacionais para Jornalistas**. Rio de Janeiro, 2009, p. 57-65. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Paulo_Almeida2/publication/265675385_O_papel_dos_Brics_na_economia_mundial/links/55195ae60cf2d241f356397c.pdf>.

ALSAWAFI, A.M. (2017), Sport tourism: an exploration of the travel motivations and constraints of Omani tourists, **Anatolia - An International Journal of Tourism and Hospitality Research**, Vol. 28 No. 2, pp. 239-249, 2017. DOI: 10.1080/13032917.2017.1308388.

ANDREATA, C. **Aprendizagem Matemática por meio de da Elaboração e Resolução de Problemas em uma Escola Comunitária Rural**. 2020. 204 f. Tese (Doutorado em Ensino de Ciências e Matemática) -Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, 2020.

ARDELEANU, Dorian. **Study of the potential of football tourism**, Visby. 50 pp. Degree Project. Uppsala University, 2020.

ASSUMPÇÃO, Ricardo Ramos. **Estádio do Pacaembu – modernidade e obsolescência (1921-1970)**. 2019. 110 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

ATTA. Adventure Travel Trade Association. Benchmark 2006 **Adventure Travel Practices and Trends Report Unveiled**. June 2007 Edition. Acesso em: 01/02/2021. Disponível em: <www.adventuretravel.biz/release032007.asp>.

ATIQUE, Fernando; SOUSA, Diógenes; GESSI, Hennan. Uma relação concreta: a prática do futebol em São Paulo e os Estádios do Parque Antarctica e do Pacaembu. **Anais Do Museu Paulista: História e Cultura Material**, 23(1), 2015, pp. 91–109.

AUGER, D. Sport, leisure, and tourism in a modern society. **Loisir et Societe / Society and Leisure**, vol. 40, no. 2, pp. 171-174, 2017. DOI: 10.1080/07053436.2017.1328784.

AZEVEDO, Clara; ALFONSI, Daniela. A patrimonialização do futebol: notas sobre o Museu do Futebol. **Revista de História**, 0(163), pp. 275–292, 2010.

AZEVEDO, Núbia; MARQUES, Zeca. Matchday na Neo Química Arena: ressignificação e redimensionamento dos jogos do Corinthians. **Revista Fúlia/UFMG**, v. 6, n. 3, set.-dez., 2021.

BAMA, H.K.N.; TICHAAWA, T.M. Mega-Event and Stadium Legacies in the Global South: The Case of South Africa. In: ROGERSON, J., VISSER, G. (Org.) **New Directions in South African Tourism Geographies**. Geographies of Tourism and Global Change. Springer, 2020. Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29377-2_8.

BARBOSA, Jonei Cerqueira. Formatos insubordinados de dissertações e teses na Pós-Graduação em Matemática. IN: D'AMBRÓSIO, Beatriz Silva; LOPEZ, Celi Espassadim (Org.) **Vertentes da subversão na produção científica em Educação Matemática**. Campinas: Mercado das Letras, 2015, p. 347-367.

BARBOSA, G. C. **Educadores Estatísticos em Formação Continuada: Indícios de Identidade Docente**. 2022. 254f. Tese (Doutorado em Ensino de Ciências e Matemática) – Universidade Cruzeiro do Sul, São Paulo, 2022.

BARCLAY, J. Predicting the costs and benefits of mega-sporting events: mis judgement of Olympic proportions? **Economic Affairs**, v. 29, n. 2, p. 62-66, jun., 2009. DOI: 10.1111/j.1468-0270.2009.01896.x.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. tradução Luis Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2016.

BARRY, T.; MASON, D.S.; TRZONKOWSKI, R. Arena-Anchored Urban Development Projects and the Visitor Economy. **Front. Sports Act. Living** 4:912926, 2022. DOI: 10.3389/fspor.2022.912926.

BAUER, Christian. **Tourism in Football: Exploring Motivational Factors and Typologies of Groundhoppers**. Dissertation (Master). Dalama University. 2019

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 5.ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.

BENI, M. C. A política e desenvolvimento do turismo. In: TRIGO, L. G. G. (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Senac, 2007, p. 177-203.

BERGIER, J.; WASILEWSKA, M.; BERGIER, M. European Championship in football in Poland and the increase in foreign tourist arrivals. **UTMS Journal of Economics**, Vol. 9 No. 1, pp. 103-108, 2018.

BEZERRA, Márcio; CURVELLO, Pedro; ZOUAIN, Deborah. Turismo esportivo de experiência em museus e tours em estádios de futebol. **Caderno Virtual de Turismo**, 19(3), 2019.

BIZ, A.; SANTOS, C.; BETTONI, E.; THOMAS, G. Análise do conteúdo veiculado pelas secretarias de turismo das cidades e estados-sede da copa do mundo 2014 em suas páginas do Facebook. **Pasos – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, v.14, n.2, 2016, p. 543-559.

BOCCHI, Guilherme M. **Do estádio do Pacaembu para a Arena Corinthians: etnografia de um processo de “atualização”**. 2016. 237 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social). – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

BONDARIK, R.; PILATTI, L.A.; HORST, D.J. Sports mega-events and overestimated promises: the case of the 2014 FIFA World Cup in Brazil. **J.Tourism Cult. Chang.** 18, 351—367, 2020.

BOTELHO, Louise Lira Roedel; CUNHA, Cristiano Castro de Almeida; MACEDO, Marcelo. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Gestão e Sociedade**. Belo Horizonte, v.5, n. 11, p. 121-136 · maio-ago. 2011.

BRAGA, D. C. **Planejamento Turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006

BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos conceituais**. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Brasília, DR, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Proposta Estratégica de Organização Turística Copa do Mundo 2014 – Brasil**. 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/publicacoes/item/33-proposta-estrategica-de-organizacao-turistica-copa-2014>>. Acesso em 17 dez. 2017.

BRASIL **Matriz de Responsabilidades São Paulo/SP**. 2010. Disponível em: <<http://www.esporte.gov.br/arquivos/futebolDireitosTorcedor/sp/anexo.pdf>>. Acesso em 07 mar. 2019.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016**. Brasília/DF, 2013.

BRASIL. **Matriz de Responsabilidade Consolidada**. 2014. Disponível em: <http://www.esporte.gov.br/arquivos/assessoriaEspecialFutebol/copa2014/Mapa_atualizacao_matriz_dez_2014.pdf> Acesso 18 abr. 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Monitoramento Plano Nacional de Turismo**. 2017a. Disponível em: <<http://monitoramento.mtur.gov.br/pnt/indicadores>>. Acesso em 17 dez. 2017.

BRASIL Ministério do Turismo. **Dados e Fatos**. 2017b. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/home.html>>. Acesso em 17 dez. 2017.

BRASIL Ministério do Turismo. **Ações e Programas**. 2017c. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/acoes-e-programas.html>>. Acesso em 10 dez. 2017.

BRENNER, N. **Implosions/Explosions: towards a study of planetary urbanization**. Berlin: Jovis, 2014.

BROCHADO, A.; BRITO, C.; BOUCHET, A.; OLIVEIRA, F. Dimensions of Football Stadium and Museum Tour Experiences: The Case of Europe's Most Valuable Brands. **Sustainability**, 13, 6602, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13126602>

BUTLER, B.N.; AICHER, T.J. Demonstrations and displacement: social impact and the 2014 FIFA World Cup, **Journal of Policy Research in Tourism, Leisure, and Events**, 7:3, 299-313, 2015. DOI: 10.1080/19407963.2014.997436

BYERS, T.; HAYDAY, E.; PAPPOUS, A.S. A new conceptualization of mega sports event legacy delivery: wicked problems and critical realist solution. **Sport Manage. Rev.** 23:171–182, 2020. DOI: 10.1016/j.smr.2019.04.001.

CABRAL, A.S.; LUSBY, C.; UVINHA, R.R. Tourism Mobility at the Summer Olympic Games Rio 2016. **Event Management**, 25(4), 399–410, 2021.

CAGED – **Cadastro Geral de Empregados e Desempregados**. Disponível em: <<http://pdet.mte.gov.br/caged>>. Acesso em 05 de outubro de 2017.

CACCIATORI, Melissa; FELIX, Patrícia; GARCIA, Mariana; MIRANDA, Regina; MORAIS, Renata; ORNSTEIN, Sheila. Percepção, satisfação e decisões de projeto no Museu do Futebol. In: SIMPÓSIO BRASILEIRO DE QUALIDADE DO PROJETO NO AMBIENTE CONSTRUÍDO, 6., 2019, Uberlândia. **Anais...** Uberlândia: PPGAU/FAUeD/UFU, p.198-212, 2019.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **O que é lazer**. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CARVALHO, P. G.; LOURENCO, R. Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. **Rev. Port. Cien. Desp.**, Porto, v. 9, n. 2, p. 122-132, nov. 2009.

CARVALHO JÚNIOR, J.R.; TEIXEIRA, L.C.; XAVIER, W.S. Programa sócio torcedor e a segregação social dos espaços nos estádios de futebol. **Revista Entrelugar**, V. 11, n.22, 2020 - ISSN 2176-9559.

CASHMAN, R. The Bitter-Sweet Awakening. The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games. Sydney: Walla Walla Press. In KANG, J.H. Ubiquitous sport: Future of sport enhanced by ubiquitous computing. **Korean Journal of Sport Science**. 16(1). 98-113, 2005.

CASTRO, D.G.; NOVAES, P.R. Copa do mundo 2014 e os impactos no direito à moradia: uma análise das cidades-sede brasileiras. In: SANTOS JUNIOR, O.; GAFFNEY, C.; RIBEIRO, L.C.Q. (Org.) **Os impactos da copa do mundo 2014 e das Olimpíadas 2016**. 1 ed. Rio de Janeiro: e-papers, 2015. 542p. 2015, Recurso digital.

CERETO, Marcos Paulo. **Arquitetura de massas, o caso dos estádios brasileiros: da Revolução de Vargas ao fim do milagre econômico**. 2003. 322f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.

CHAPPELET, J.L. Heritage sporting events and place marketing. Paper for the **Conference on Sustainable Development for Sport Tourism**, 2015. Disponível em: <<https://core.ac.uk/download/pdf/77151599.pdf>>. Acesso em: 10 mar. 2021.

CHAPPELET, J.L.; JUNOD, T. “A tale of 3 olympic cities: what can Turin learn from the olympic legacy of other Alpine cities?” IN **Major Sport Events as Opportunity for Development, Proceedings of the Valencia Summit** (Valencia: Instituto Nóos), 2006.

CHIU, Vivian. The Stadium Tour as Sporting Creative Tourism: A Case Study of The Anfield Experience. IN: HARVEY, Andy; KIMBALL, Richard (Org.). **Sport, Identity and Community**. Brill. ISBN: 978-1-84888-452-6

CHO, Dongwook; CLEMENTS, Curtis. Leisure satisfaction of sport tourists with collegiate sporting events and related local attractions. **South Africa Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation**, vol. 42 (3), 2020.

CHO, H.; KOH, E.C.; LEE, H. Nostalgia, motivation, and intention for international football stadium tourism, **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, 24:9, 912-923, 2019. DOI:

10.1080/10941665.2019.1653339

CHO, H.; JOO, D.; WOOSNAM, K.M. Cross-cultural validation of the Nostalgia Scale for Sport Tourism (NSST): A Multilevel Approach. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, Vol. 44, No. 4, pp.624–643, may/2020. DOI: <https://doi.org/10.1177/1096348019899461>

CHO, H.; LEE, H.W.; MOORE, D.; NORMAN, W.C.; RAMSHAW, G. A multilevel approach to scale development in sport tourist nostalgia. **Journal of Travel Research**, 56, 1094-1106, 2017.

CHO, Heetae. Nostalgia in sport and leisure. **Current Opinion in Psychology**, 49:101551, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101551>.

CNC – Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo. **Turismo: cenários em debate**. Conselho empresarial de Turismo e Hospitalidade. Rio de Janeiro: Sede CNC, 2018.

COAKLEY, J.; SOUZA, D.L. Sport mega-events: Can legacies and development be equitable and sustainable? **Motriz**, Rio Claro, v.19 n.3, p. 580-589, 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1980-65742013000300008>.

COELHO, M.G.; AMORIM, J.G.; ALMEIDA, V.M. Sports Mega-Event Sponsorship: The Impact of FIFA Reputation and World Cup Image on Sponsor Brand Equity. **BAR – Brazilian Administration Review**, Maringá, PR, Brazil, v. 16, n. 1, art. 2, e180071, 2019. <http://dx.doi.org/10.1590/1807-7692bar2019180071>

COLANTUONO, Aline Correia de Sousa. **Eventos de negócios de APLs do estado de São Paulo: processo de deslocalização para cidades de maior influência geográfica**. 230p. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Econômico do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas. Campinas, SP, 2019.

CONTARDI, D.M. **Os megaeventos esportivos e a infraestrutura aeroportuária: legados da copa do mundo de 2014 no aeroporto internacional de São Paulo**. [master's thesis]. [São Paulo/SP]. University of São Paulo, 2016.

CORNELISSEN, S. Mega event securitisation in a Third World setting: local processes and ramifications during the 2010 FIFA World Cup. **Urban Stud**. 48, 3221–3240, 2011.

COSTA, W. N. G. Dissertações e teses Multipaper: uma breve revisão bibliográfica. In: SEMINÁRIO SUL-MATO-GROSSENSE DE PESQUISA EM EDUCAÇÃO MATEMÁTICA, **Anais[...]**, v. 8, n. 1, 2014.

CRFB – Centro de Referência do Futebol Brasileiro. **Quem Somos**. Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/crfb/>. Acesso em: 20 mar. 2023.

DAMIÃO, Luana Caroline. **A exaltação na rede: o processo de constituição da Sala da Exaltação do Museu do Futebol sob o viés da Teoria Ator-Rede**. 2018. 150 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Ouro Preto, Minas Gerais. 2018.

D'ANDREA, T. **Itaquera, muito além da Copa do Mundo**. Le Monde Diplomatique Brasil (57). 2012. Disponível em: <<http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1155>> Acesso em 28 jun. 2017.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em turismo: planejamento, métodos e técnicas**. São Paulo: Futura, 1998.

DIAZ ARMAS, R. La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. **Revista Pasos de Turismo y Patrimonio Cultural**, 8(4), 431- 444, 2010.

DICKSON, T.J.; DARCY, S.; JOHNS, R.; PENTIFALLO, C. Inclusive by design: transformative services and sport-event accessibility. **The Service Industries Journal**, vol. 36, nºs 11/12, pp. 532-555, 2016.

DRULA, Adriana J. **O processo de transformação de um estádio para arena: o caso da “Arena da Baixada”**. 2016. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Educação Física – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

DRULA, A.; RODRIGUES, M.P.; RECHIA, S. Conexões entre espaços de lazer e futebol: Um Templo Europeu Chamado Camp Nou. **Revista Licere**, Belo Horizonte, v.21, n.1, p. 47-70, 2018. DOI: 10.35699/1981-3171.2018.1767.

DUKE, N. K.; BECK, S.W. Research news and comment: Education should consider alternative formats for the dissertation. **Educational Researcher**, v. 28, n. 3, p. 31-36, 1999.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia Empírica do Lazer**. São Paulo: Perspectiva, 1979.

DUMAZEDIER, J. **Valores e conteúdos culturais do lazer**. São Paulo: Sesc, 1980.

EDENSOR, T.; MILLINGTON, S.; STEADMAN, C.; TAECHARUNGROJ, V.: Towards a comprehensive understanding of football stadium tourism, **Journal of Sport & Tourism**, 2021. DOI: 10.1080/14775085.2021.1884589.

ESSEX, S.; CHALKLEY, B. Mega-sporting events in urban and regional policy: a history of the Winter Olympics. **Planning Perspectives**. 19(2), 201-232. 2004. DOI: 10.1080/0266543042000192475.

ERNEST& YOUNG. **Brasil Sustentável: impactos socioeconômicos da Copa do Mundo 2014**. São Paulo. Publicado em dez. 2010. Disponível em: <http://fgvprojetos.fgv.br/sites/fgvprojetos.fgv.br/files/estudo_9.pdf>. Acesso em 27 de out. 2018.

FARIA, R. Avaliação de programas sociais: evolução e tendências. IN: RICO, E. (Org.). **Avaliação de políticas sociais: uma questão em debate**. São Paulo: Cortez, 2007, p.46-67.

FRANK, A. G.; YUKIHARA, E. **Formatos alternativos de teses e dissertações** (Blog Ciência Prática). 2013; Tema: Ciência prática (Blog - <http://cienciapratica.wordpress.com/>). (Blog).

FENSTERSEIFER, Alex Christiano Barreto. **Produção Científica Sobre Futebol: uma**

investigação do estado do conhecimento das dissertações e teses produzidas no Brasil. 291 p. Tese (Doutorado) Programa de Pós-Graduação em Educação Física, da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC. 2016.

FERREIRA, Erick Alan Moreira. **Futebol e Turismo:** Possibilidades de Aproximação entre o “Novo” Mineirão e a Pampulha. 239f. Dissertação (Mestrado) Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG, 2015.

FERREIRA, E.; SILVA, L. A Pampulha e o “Novo” Mineirão: Possibilidades Para O Fomento da Prática do Turismo Futebolístico. **Revista Licere**, Belo Horizonte, v.19, n.3, set/2016.

FERREIRA, E.; SILVA, L. Turismo futebolístico: perfil e motivações do torcedor viajante que frequenta o “novo” Mineirão. **Rev. Bras. Ciência do Esporte**, 39(3), p.268-275, 2017.

FERREIRA, L.B.; LOURENÇÃO, M.T.; GIRALDI, J.M.; et al. Economic and image impacts of summer Olympic games in tourist destinations: a literature review, **Tourism & Management Studies**, Vol. 14 No. 3, pp. 52-63, 2018. DOI: 10.18089/tms.2018.14305.

FERREIRA, E. A.; SILVA, L. P. O Futebol e o “Novo” Mineirão como Atrações Turísticas de Belo Horizonte-MG. **Podium - Sport, Leisure and Tourism Review**, 8(1), pp. 57-80, 2019.

FERREIRA, L.B.; GIRALDI, J.D.M.E. Rio de Janeiro’s image as the 2016 Olympic Games host city: analysis of the main image formation factors, **Journal of Hospitality and Tourism Insights**, Vol. 3 No. 2, pp. 115-135, 2020. <https://doi.org/10.1108/JHTI-03-2019-0037>.

FLICK, Uwe. **Desenho da pesquisa qualitativa.** Porto Alegre: Artmed, 2009.

FROIS, Rafael. **Megaeventos, lazer e turismo: permanências e mutações na Cidade do Cabo - África do Sul, e em Belo Horizonte - Brasil, pós-Copa do Mundo FIFA de Futebol.** 220f. Tese (Doutorado em Educação Física). Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte/MG, 2018.

FROIS, Rafael; COUTO, Ana Claudia Porfírio. Megaeventos Esportivos e Turismo: O Pós-Copa do Mundo FIFA 2014 em Belo Horizonte – Brasil. **Revista Ateliê do Turismo**, Campo Grande / MS, v. 4, n. 1, p. 29-50, jan-jul 2020

FVA – Formulário de Visitação Anual. Instituto Brasileiro de Museus. **Resultados FVA 2014.** Brasília/DF, 2014. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/museus-brasileiros-receberam-mais-de-38-milhoes-de-visitantes-em-2018/>. Acesso em: 22 dez. 2020.

FVA – Formulário de Visitação Anual. Instituto Brasileiro de Museus. **Resultados FVA 2018.** Brasília/DF, 2018. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/ibram-divulga-os-resultados-da-aplicacao-do-formulario-de-visitacao-anual-2014/>. Acesso em: 22 dez. 2020.

GAFFNEY, C. Gentrifications in pre-Olympic Rio de Janeiro. **Urban Geography** 37(8):1132–1153, 2016.

GAFFNEY, C. **Olimpíada Rio 2016: para o benefício de quem?** Entrevista para o Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia – Observatório das metrópoles, 2016. Disponível em: <<https://www.observatoriodasmetrololes.net.br/olimpiada-rio-2016-para-o-beneficio-de-quem/>>. Acesso 28 nov. 2021]

GAFFNEY, Christopher. Can We Blame it on Rio? **Bulletin of Latin American Research**, v. 38, n. 3, pp. 267-283, 2019.

GAMMON, S.; FEAR, V. Stadia tours and the power of backstage, **Journal of Sport & Tourism**, 10:4, pp. 243-252, 2005. DOI: 10.1080/14775080600805457.

GAMMON, S.; RAMSHAW, G.; WRIGHT, R. Theory in sport tourism: some critical reflections. **Journal of Sport & Tourism**, 21:2, 69-74, 2017. DOI: 10.1080/14775085.2017.1319515

GASTAL, S.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GEOSAMPA. Prefeitura de São Paulo. **Geomapass da Cidade de São Paulo**. 2023. Disponível em: <https://geosampa.prefeitura.sp.gov.br/PaginasPublicas/_SBC.aspx#>. Acesso: 30 jan. 2023.

GETZ, D. **Event management and event tourism** (2nd ed.). New York: Cognizant, 2005.

GETZ, D. Event tourism: definition, evolution, and research. **Tourism Management**, 29, 403e428, 2008.

GETZ, D.; PAGE, S.J. Progress, and prospects for event tourism research. **Tourism Management** 52, 593e631, 2016. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2015.03.007>

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 175p, 2009.

GIBSON, H.J. Sport Tourism: A Critical Analysis of Research. **Sport Management Review**, 1, pp.45–76, 1998.

GIBSON, H.J. Sport tourism at a crossroad? Considerations for the future. In: GAMMON, S.; KURTZMAN, J. (Org.), **Sport tourism: Principles and practice**. Eastbourne: LSA, 2002.

GIBSON, H.J. Moving beyond the ‘what is and who’ of sport tourism to understanding ‘why’. **Journal of Sport Tourism**, 9(3), 247–265, 2004.

GIBSON, Heather. Sport Tourism: concepts and theories. An introduction, **Sport in Society**, 8:2, 133-141, 2005.

GIBSON, H.J. Sport tourism and theory and other developments: some reflections, **Journal of Sport & Tourism**, 21:2, 153-158, 2017. DOI: 10.1080/14775085.2017.1319514.

GIBSON, H.J.; LAMONT, M.; KENNELLY, M.; BUNING, R. Introduction to the Special Issue Active Sport Tourism. **Journal of Sport & Tourism**, 22:2, 83-91, 2018. DOI: 10.1080/14775085.2018.1466350

GINESTA, X. The business of stadia: Maximizing the use of Spanish football venues. **Tourism and Hospitality Research**, 17(4), 411–423, 2017.

GIULIANOTTI, Richard; ROBERTSON, Roland. The globalization of football: a study in the glocalization of the 'serious life'. **The British Journal of Sociology**. Department of Sociology, University of Aberdeen, v. 55, n. 4, 2004.

GOELDNER, C.; RITCHIE, B.; MCINTOSH, R. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GOIDANICH, K. **Turismo Esportivo**. 2ª ed, Porto Alegre/RS. SEBRAE/RS, 2000.

GONÇALVES, R.L. Legado. In: Encontros de Gestores de Esporte e Lazer: Oportunidades e Negócios no Brasil. **Anais...** São Paulo, São Paulo, 2011.

GOSLING, M.S.; SILVA, J.A.; MENDES, J.; COELHO, M.F. Experiência turística em museus: percepções de gestores e visitantes. **Tourism & Management Studies**, 12(2), 2016 DOI: 10.18089/tms.2016.12212

GRAEFF, B.; GHIGGI, M.V.; KNIJNIK, J. The impact of a sport mega event in the right to access public education: the case of the Porto Alegre communities affected by the 2014 Brazil World Cup. **J. Sport Soc. Issues**. 45, 447–463. 2021. DOI: 10.1177/01937235211012183.

GRATTON, C. & PREUSS, H. Maximizing olympic impacts by building up legacies. **International Journal of the History of Sport**, v.25, n.14, pp.1922-1938, 2008.

GRIX, J.; BRANNAGAN, P.M.; WOOD, H.; WYNNE, C. State strategies for leveraging sports mega-events: unpacking the concept of 'legacy'. **International Journal of Sport Policy and Politics**, 9:2, 203-218, 2017. DOI: 10.1080/19406940.2017.1316761.

GUALA, C. **Mega Eventi – Immagini e legacy dalle Olimpiadi alle Expo**. Roma: Carrocci Editore, 2015.

GULAK-LIPKA, P.A.; JAGIELSKI, M.I. Incorporating sustainability into mega-event management as means of providing economic, social, and environmental legacy: a comparative analysis. **J. Phys. Educ. Sport**. 20, 2859–2866. 2020. DOI: 10.7752/jpes.2020.s5388.

GURSOY, D.; YOLAL, M.; RIBEIRO, M. A.; PANOSSO NETTO, A. Impact of trust on local residents' mega-event perceptions and their support. **Journal of Travel Research**, 56(3), pp. 393–406, 2016.

GURSOY, D.; MILITO, M.; NUNKOO, R. Residents' support for a mega-event: The case of the 2014 FIFA World Cup, Natal, Brazil. **Journal of Destination Marketing & Management**, 6(1), 344–352, 2017.

G1. **De mato e abandono a trânsito melhor e mais segurança: como está a vida no entorno dos estádios da Copa no Brasil**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/de-mato-e-abandono-a-transito-melhor-e-mais-seguranca-como-esta-a-vida-no-entorno-dos-estadios-da-copa-no-brasil.ghtml>>. Acesso em 16 jul. 2018.

HALL, G.; WISE, N. Introduction: sport and social transformation in Brazil. **Bulletin of Latin American Research**, vol. 38 No. 3, pp. 265-266, 2019.

HARRIS, L. Mega-events, and the developing world: A look at the legacy of the 2010 Soccer World Cup, **South African Journal of International Affairs**, 18:3, 407-427, 2011. DOI: 10.1080/10220461.2011.623828.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

HELLER, Lauren; STEPHENSON, E. Frank. How Does the Super Bowl Affect Host City Tourism? **Journal of Sports Economics**. Volume 22, Issue 2, Pages 183 – 201, February, 2021 DOI: 10.1177/1527002520959393

HIGHAM, J. Sport tourism: a perspective article. **Tourism Review**, vol. 76, nº 1, pp. 64-68, 2021.

HINCH, T.D; HIGHAM, J.E. Sport tourism: a framework for research. **International Journal of Tourism Research**, Vol. 3, pp. 45-58, 2001.

HINCH, T.; KONO, S. Ultramarathon runners' perception of place: A photo-based analysis. **Journal of Sport & Tourism**. 2018. DOI:10.1080/14775085.2017 .1371065.

HORTENCIO, J. V. Turismo de futebol: uma revisão sistemática da literatura. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, 11(3), 581-604, 2022. DOI: <https://doi.org/10.5585/podium.v11i3.20842>.

HUNGENBERG, E.; GRAY, D.; GOULD, J.; STOTLAR, D. An examination of motives underlying active sport tourist behavior: a market segmentation approach, **Journal of Sport & Tourism**, 20:2, 81-101, 2016. DOI: 10.1080/14775085.2016.1189845

IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus. **Formulários de Visitação Anual**. Brasília/DF, 2020. Disponível em: <https://www.museus.gov.br/>. Acesso em: 22 dez. 2020.

ICCA. Country and City Rankings Report. In: **International Congress and Convention Association**. Amsterdam. 2011 Disponível em: <<http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1364>>. Acesso em 27 out. 2017.

ICCA The International Association Meetings Market 2014 - ICCA Statistic Report 2014. IN: **International Congress and Convention Association**. 2015. Disponível em: <www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1789>. Acesso em 27 out. 2017.

ICCA. The International Association Meetings Market 2016 - ICCA Statistic Report – Public Abstract. IN: **International Congress and Convention Association**. 2017. Disponível em: <<http://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=2082>>. Acesso em 27 out. 2017.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2012**, 2012. Disponível em: <http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/RELATORIO-ANUAL-MDF-2012.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2013**, 2013. Disponível em: <http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/RELATORIO-ANUAL-MDF-2013.pdf>.

content/uploads/2017/04/RELATORIO-ANUAL-MDF-2013.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2014**, 2014. Disponível em: <http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/RELATORIO-ANUAL-MDF-2014.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2015**, 2015. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/REL_ANUAL_MF_2015.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2016**, 2016a. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/REL_ANUAL_MF_2016.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório 2º Trimestre – 2016**, 2016b. Disponível em: <http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/REL-2-trimestre-MF-20161.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório 3º Trimestre – 2016**, 2016c. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/05/REL_3TRI_MF-2016.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2017**, 2017. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/REL_ANUAL_MF_2017.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2018**, 2018. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/REL_ANUAL_MF_2018.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório Anual MDF – 2019**, 2019. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2017/04/REL_ANUAL_MF_2019.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Portal da Transparência Museu do Futebol**. 2020a. Disponível em: <https://www.idbr.org.br/museu-do-futebol-2/>. Acesso em: 17 dez. 2020

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório 1º Trimestre – 2020**, 2020b. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2020/06/REL_1TRI_MF_2020.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

ID Brasil. Museu do Futebol. **Relatórios de Prestação de Contas do Museu do Futebol. Relatório 2º Trimestre – 2020**, 2020c. Disponível em: http://idbr.org.br/wp-content/uploads/2020/07/REL_2_TRIM_MF.pdf. Acesso em: 20 dez. 2020.

IPEA. (2012). **Instituto de Pesquisas Econômica Aplicada. SIMT – Sistema de Informações Integrado do Mercado de Trabalho no Setor Turismo**. Brasília/DF.

IZIDORO, A. **Retrospectiva: Copa não causou caos, mas deixou herança pequena**. Jornal Folha UOL. Publicado em fev.2014. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2014/12/1567859-retrospectiva-2014-copa-nao-causou-caos-mas-deixou-heranca-pequena.shtml>. Acesso em 28 de outubro de 2017.

JOGOS LIMPOS. **Indicadores de Transparência**. Disponível em: <<http://www.jogoslimpos.org.br/indicadores-transparencia/copa-mundo-2014/>>. Acesso em: 26 de maio de 2017.

JONES, Calvin. A level playing field? Sports stadium infrastructure and urban development in the United Kingdom. **Environment and Planning**, volume 33, pp. 845 – 861, 2001.

JOHNER, Marjane; CUNHA, Aline. O Turismo esportivo, como novo atrativo e inovação de serviços da cidade de Porto Alegre: A experiência do Grêmio Arena Tour. **Fólio - Revista Científica Digital - Jornalismo, Publicidade e Turismo**, v.17, n.01, 2016.

KALAOUM, F.; SOUSA, E.; TRIGO, L. Hospitalidade sanitária? Reflexões sobre uma nova perspectiva para o turismo. **Revista Hospitalidade**, volume 17, n.03, (set.-dez.) de 2020.

KANITZ, H. G.; TRIGUEIRO, R. P.C.; ARAÚJO, M. A. Perspectivas do Plano Nacional de Turismo 2007/2010: avanços ou utopias? **Turismo em Análise**, v.23, n.03, 2010, p. 644-667.

KAZ, L. Futebol: o campo das palavras a experiência de um Museu do Futebol em São Paulo, Brasil. **Cadernos de Sociomuseologia**, v. 57, n. 13, p. 29-40, 20 jan. 2019.

KRUPA, J.; NAWROCKA, E. Fan tourism and fan tourists: discussion on definitions and research issue. **Turyzm/Tourism**, 30(2), 27-33, 2020.<https://doi.org/10.18778/0867-5856.30.2.18>.

KNOTT, B.; TINAZ, C. The legacy of sport events for emerging nations. **Frontiers in Sports and Active Living** 4:926334, 2022. DOI: 10.3389/fspor.2022.926334

KOCH, Natalie. Sport and soft authoritarian nation-building. **Political Geography**, 32, pp. 42-51, 2013.

KOENIGSTORFER, J.; BOCARRO, J.N.; BYERS, T.; EDWARDS, M.B.; JONES, G.J.; PREUSS, H. Mapping research on legacy of mega sporting events: structural changes, consequences, and stakeholder evaluations in empirical studies, **Leisure Studies**, 38:6, 729-745, 2019. DOI: 10.1080/02614367.2019.1662830

KUCUKVAR, A.M.; KUTTY A.A.; AL-HAMRANI, A.; KIM, D.; NOFAL, N.; ONAT, N.C.; ERMOLAEVA, P.; AL-ANSARI, T.; AL-THANI, S.K.; AL-JURF, N.M.; BULU, M.; AL-NAHHAL, W. How circular design can contribute to social sustainability and legacy of the FIFA World Cup Qatar 2022™? The case of innovative shipping container stadium. **Environmental Impact Assessment Review**, 91 (2021). DOI: <https://doi.org/10.1016/j.eiar.2021.106665>.

KURTZMAN, J. Sports tourism categories. **Journal of Sport Tourism**, 10:1, 15-20, 2005. DOI: 10.1080/14775080500101502

KURTZMAN, J.; ZAUHAR, J. A Wave in Time - The Sports Tourism Phenomena, **Journal of Sport Tourism**, 8:1, 35-47, 2003. DOI: 10.1080/14775080306239

KURTZMAN, J.; ZAUHAR, J. Sports tourism consumer motivation, **Journal of Sport**

Tourism, 10:1, 21-31, 2005. DOI: 10.1080/14775080500101478.

LAMONT, Matthew. Authentication in sports tourism. **Annals of Tourism Research**, v.45, 1-17, 2014.

LEE, S.S.; PARRISH, C.; KIM, J. Sports Stadiums as Meeting and Corporate/Social Event Venues: A Perspective from Meeting/Event Planners and Sport Facility Administrators. **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, 16:2, 164-180, 2015. DOI: 10.1080/1528008X.2015.1013406.

LEITE, A. F.; MOURA, E.F.; NÓBREGA, W.R. Políticas Públicas e Megaeventos: uma abordagem a partir do PNT 2013/2016 na cidade de Natal/RN. IN: **Anais X Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**– Universidade Caxias do Sul, 2013.

LEITE, F. **Legado da copa em Itaquera fica no papel**. Publicado em 2015. Disponível em: <<https://saopaulo.estadao.com.br/noticias/geral,legado-da-copa-em-itaquera-fica-no-papel,1704728>>. Acesso 12 mai. 2018.

LEONARDE, Alexandre.; UVINHA, Ricardo. A cidade do entretenimento: um estudo sobre a identidade cultural da cidade de São Paulo. **Caderno Virtual de Turismo** (Universidade Federal do Rio de Janeiro), v. 16, p. 32-45, 2016.

LERI – London East Research Institute. **A lasting legacy for London? Assessing the legacy of the Olympic Games and Paralympic Games**. London East Research Unit, University of East London, 2007.

LIMA, Katia. **Relação professor-materiais curriculares em Educação matemática: uma análise a partir de elementos dos recursos do currículo e dos recursos dos professores**. 2017. 163f. Tese (Doutorado em Educação Matemática) - Faculdade de Ciências Exatas e Tecnologia. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo.

LIPOVETSKY, Gilles. **A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista**. Tradução Eduardo Brandao, 1ª ed. Companhia das Letras, 2015.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teorias do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.

LOHMANN, P.B.; VIRKKI, K.B.; CARDOSO, G.L. et al. Analysis of Tourists' Perception During 2014 World Cup in Brazil. **Procedia Economics and Finance** 23, 2015, pp. 118 – 122.

LOPES, A.O.; TINOCO, D. S.; SOUZA, L. M. Avaliação de Políticas Públicas de Turismo: uma análise bibliométrica dos periódicos de turismo. **Revista Turismo em Análise**, v.22, n.03, 2011.

LUPO, Bianca Manzon. Estádio do Pacaembu: do palco de emoções ao gigante sem dono. **Revista CPC**, São Paulo, n.24, pp.107-133, ago./dez., 2017.

LUTIANO, Danilo Valerio. **Análise do estádio como construção de um habitus esportivo: o caso do Estádio Cícero Pompeu de Toledo**. 2017. 212 p. Dissertação (Mestrado em Ciências da Atividade Física) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades,

Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017.

MA, S.C.; KAPLANIDOU, K.K. Examining the importance of legacy outcomes of major sport events for host city residents' quality of life. **Appl. Res. Qual. Life**. 12:903–923, 2017. DOI: 10.1007/s11482-016-9496-1

MACRURY, I. Regeneração social e cultural. In: RODRIGUES, R. P. et.al. (Org.) **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports megaevents**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

MAGALHÃES, M.; HORTA, P.; VALENTE, L.; COSTA, J. Sports museums as part of the touristic and cultural itineraries. The case of FC Porto and the Dragão stadium. **Worldwide Hospitality and Tourism Themes**, Vol. 9 No. 6, pp. 669-674, 2017. DOI 10.1108/WHATT-09-2017-0048.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. A antropologia, entre patrimônio e museus. **Ponto URBE – Revista do Núcleo de Antropologia Urbana da USP**, v.13, 2013.

MAHARAJ, B. The Turn of the South? Social and Economic Impacts of Mega-Events in India, Brazil, and South Africa. **Local Economy**, 30(8): 983–999, 2015.

MARCELLINO, Nelson Carvalho. Lazer e cultura: algumas aproximações. In: MARCELLINO, Nelson Carvalho. **Lazer e cultura**. Campinas: Alínea, 2007. p. 9-30.

MATIAS, M. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 3ª ed. – Barueri SP: Manole, 2004.

MATIAS, K.C.O.; COSTA, M.S. Políticas Públicas para a geração de empregos: considerações sobre o proger turismo. **Revista Turismo Visão e Ação**. Santa Catarina, v.12, n.01,73-91, 2010.

MATTE, Juliana. **Influência do lazer sério na felicidade, na satisfação com a vida, na simplicidade voluntária e no consumo experiencial de seus praticantes**. 2021. 270f. Tese (Doutorado em Administração). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2021.

McCARTNEY, G. J. Hosting a recurring mega-event: Visitor raison d'être. **Journal of Sport & Tourism**, 10(2), 113–128, 2005.

MASCARENHAS, G.T.; SÁNCHEZ, F. **O jogo continua: megaeventos esportivos e cidades**. Rio de Janeiro: EdUERJ. 2011.

McMANUS, John. Football tourist trips: a new analytic for tourism studies. **Annals of Tourism Research** 84, 2020, DOI: 10.1016/j.annals.2020.102985

MEKSENAS, P. **Pesquisa social e ação pedagógica**. São Paulo: Loyola, 2002.

MELO, R.; SOBRY, C. **Sport Tourism: New Challenges in a Globalized World**. Cambridge Scholars Publishing, 2017.

MELO, Natália Rodrigues de; DUARTE, Cristiane; UGLIONE, Paula. **O grande palco futebolístico: ambiência, memória e ressignificações do Maracanã**. Brasília/DF,

Trampolim Editora e Eventos Culturais, Ministério da Cidadania, 2020.

MESCI, M.; PEKERSEN, Y.; MESCI, Z. An overall assessment of sports tourism articles. **Journal of Hospitality and Tourism Insights**. 2020. DOI 10.1108/JHTI-04-2020-0054

MIGLIOLI, J. **Introdução ao planejamento econômico**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

MINAYO, M.S. (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. Maria Cecilia de Souza Minayo (Org.); Suely Ferreira Deslandes; Romeu Gomes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. FIPE – Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas. **Estudo da Demanda Turística Internacional – Brasil 2018**. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-54-03/demanda-tur%C3%ADstica-internacional/item/download/964_616b0e66c036db76857f828354967e04.html>. Acesso em 20 ago. 2019.

MIYAKE, M.; FUJII, A.; OHNO, T; YOSHIKAWA, M. Place based services platform that enhances user satisfaction from sports tourism to daily life, **Fujitsu Scientific and Technical Journal**, Vol. 54 No. 4, pp. 38-43, 2018.

MOLLAH, M.R.A.; CUSKELLY, G.; HILL, B. Sport tourism collaboration: a systematic quantitative literature review, **Journal of Sport & Tourism**, 25:1, 3-25, 2021. DOI: 10.1080/14775085.2021.1877563

MOSKO, E.M.; MUNSTERS, W. Sport tourism: a growth market considered from a cultural perspective, Ido Movement for Culture. **Journal of Martial Arts Anthropology**, Vol. 18 No. 4, pp. 25-38, 2018. DOI: 10.14589/ido.18.4.4.

MÜLLER, M. What makes an event a mega-event? Definitions and sizes. **Leisure Studies**, 2015. DOI: 10.1080/02614367.2014.993333.

MÜLLER, Martin; GOGISHVILI, David; WOLFE, Sven Daniel. The structural deficit of the Olympics and the World Cup: Comparing costs against revenues over time. **EPA: Economy and Space**, 54(6), pp. 1200-1218, 2022. DOI: DOI: 10.1177/0308518X221098741

MUTTI, G. de S. L.; KLÜBER, T. E. formato multipaper nos programas de pós-graduação stricto sensu brasileiros das áreas de educação e ensino: um panorama. In: V Seminário Internacional de Pesquisa e Estudos Qualitativos, **Anais...**2018.

MUTTI, G.S.L. **Adoção da Modelagem Matemática para professores em um contexto de formação continuada**. 2020. 193f. Tese (Doutorado em Educação em Ciências e Educação Matemática) - Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Educação Matemática, Universidade Estadual do Oeste do Paraná – UNIOESTE, Cascavel, 2020

MUTTI, G. de S. L.; KLÜBER, T. E. Tese no formato multipaper: desvelando uma possibilidade na perspectiva fenomenológica de investigação. **Revista Paradigma**, Vol. XLIII, Edición Temática: Pesquisa Qualitativa em Educação Matemática, pp 36-58, mayo, 2022

MUSEU DO FUTEBOL. **Prevenção à COVID-19**. Publicado em 2020. Disponível em: <https://museudofutebol.org.br/covid-19/>. Acesso em: 26 dez. 2020.

NAME, J.J. Ensaio fotográfico impactos da copa de 2014: favela Vila da Paz e arredores. In: CARVALHO, M.; GALGIARDI, C.M.R. (Org.). **Megaprojetos, megaeventos, megalópole: a produção de uma nova centralidade em São Paulo**. – São Paulo: Olho d'Água, 2015.

NEGREIROS, Plínio Labriola. Estádio do Pacaembu: as origens de um monumento ao futebol. **Ludopédio**, São Paulo, v. 99, n. 5, 2017.

NEWLAND, B.; AICHER, T. (2018). Exploring sport participants' event and destination choices. **Journal of Sport & Tourism**. 2018. DOI:10.1080/14775085.2018.1436464.

NOIA, A. C.; VIEIRA JR., A.; KUSHANO, E. S. Avaliação do Plano Nacional de Turismo: Gestão do governo Lula, entre os anos de 2003 a 2007. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**. v.1, n.01, 01-16, 2007.

OLIVEIRA, D.C. Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. **Revista Enfermagem UERJ**, Rio de Janeiro, 16(4): 569-76, 2008.

OLIVEIRA, A. A economia dos megaeventos: impactos setoriais e regionais. **Revista Paranaense De Desenvolvimento**, Curitiba, n.120, p.257-275, 2011.

OLIVEIRA, F.V. **“Itaquera para quem?” Projetos urbanos e mudanças socioespaciais na periferia de São Paulo**. [Master's thesis]. [São Paulo/SP]. University of São Paulo, 2015.

OLIVEIRA, R. C.; OLIVEIRA, N. C.; NORONHA, D. M.; UVINHA, R. R. (Org.) **Proceedings of the BRICS Council of Exercise and Sports Science (BRICSCESS)**. Santos, SP: UNIFESP. v. 1. 111p, 2017.

OLIVEIRA, Lilian de. **UNIVERSIDADE DO FUTEBOL**. A grande diferença entre arena e estádio. Publicado em: 26 jul. 2012. Disponível em: <<https://universidadedofutebol.com.br/2012/07/26/a-grande-diferenca-entre-arena-e-estadio/>>. Acesso em: 08 mar. 2023

OLIVEIRA, Jonathan Rocha; CAPRARO, André Mendes. Independência catalã, identidade e globalização no Fútbol Club Barcelona. **Revista Motrivivência** (Florianópolis), v.32, n.61, p.01-21, jan./mar., 2020a.

OLIVEIRA, Jonathan Rocha; CAPRARO, André Mendes. As implicações da pandemia do COVID-19 em um atrativo turístico esportivo: um estudo de caso sobre o Fútbol Club Barcelona. **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, vol. 10, n. 02, pp 165-186, nov. 2020b.

OLIVEIRA, J.; PEREIRA, B. O.; LISE, R.; CAPRARO, A. Turismo esportivo: um estudo de caso sobre o Ultimate Fighting Championship (UFC) 198 em Curitiba – Brasil. *Revista Turismo em Análise*, [S. l.], v. 32, n. 1, p. 19-39, 2021. DOI: 10.11606/issn.1984-4867.v32i1p19-39..

OLIVEIRA, Jonathan Rocha. **Turismo Esportivo: A estruturação do Futbol Club**

Barcelona como atrativo turístico da cidade de Barcelona. 2021. 159f. Dissertação (Mestrado em Educação Física) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2021.

OLIVEIRA, J.R.; TOBAR, F.B.; CAPRARO, A.M. Football tourism: a bibliometric analysis of published works in the tourism-based journals (2003–2019), **Journal of Sport & Tourism**, 25:4, 317-335, 2021. DOI: 10.1080/14775085.2021.1965010

OLIVEIRA, Edilson de. **Futebol Amador: Uma etnografia da cultura futebolística e o processo de estruturação do habitus dos jogadores do Mirante Esporte Clube em Ponta Grossa - Paraná (2013-2021).** 2022. 203f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas). Universidade Estadual de Ponta Grossa, Paraná, 2022

OLIVEIRA, Jonathan Rocha; ROMANO, Fillipe Soares; TOBAR, Felipe Bertazzo. Turismo Futebolístico: Uma avaliação multidimensional da experiência de visitação em tours de estádios e museus de futebol. IN: Anais do 13º Congresso Brasileiro de Gestão do Esporte (CBGE), Universidade Federal de Uberlândia. **Anais...** Uberlândia (MG), 2022.

O'TOOLE, Willian. **Events feasibility and development: From strategy to operations.** Oxford: Butterworth-Heinemann, 2011.

OWEN, J. **Estimating the cost and benefit of hosting Olympic Games: what can Beijing expect from its 2008 Games?** The Industrial Geographer, v.3, n.1, p.1-18, 2005.

OXFORD ENGLISH DICTIONARY. **Dictionary.** Disponível em:< <https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/>>. Acesso em 04 mar.2023. Copyright © 2023 Oxford University Press. All rights reserved.

PARAMIO, J. L.; BURAIMO, B.; CAMPOS, C. From modern to postmodern: The development of football stadia in Europe. **Sport in Society**, v. 11, n. 5, p. 517–534, 2008.

PAULA, M.; BARTELT, D. **Copa para quem e pra quê? Um olhar sobre os legados dos mundiais de futebol no Brasil, África do Sul e Alemanha.** Rio de Janeiro: Fundação Henrich Böll, 2014.

PAULA, A.C.; UVINHA, R.R. Mundial FIFA 2014 em San Paulo y sus impactos: estádio Arena Corinthians como equipamento de ócio. **Revista Pasos – Turismo y Patrimonio Cultural.** v.14, nº5, 2016. DOI: 10.25145/j.pasos.2016.14.083.

PAZ, Sérgio Miranda. **O futebol como patrimônio cultural do Brasil: estudo exploratório sobre possibilidades de incentivo ao turismo e ao lazer.** 2009. 185 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

PAZ, Sérgio Miranda. Turismo futebolístico: campo aberto para novas conquistas brasileiras. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília G. dos Reis. (Org.) **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas.** São Paulo: Editora Manole, 2009.

PEDRO, F.; CAETANO, K.; CHRISTIANI, R.L **Gestão de Eventos.** Lisboa: Quimera, 2005.

PEREIRA, G.S.; CAMILOTTO, S. Produção do conhecimento sobre a dimensão

ambiental em eventos turísticos e megaeventos esportivos: uma análise dos periódicos vinculados a programas nacionais de pós-graduação em turismo. IN: XIII ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. **Anais...** São Paulo, SP, 2016.

PIMENTEL-JÚNIOR, Clívio. Currículo, **Diferença, Política: disputas discursivas pela significação da natureza e da qualidade da educação científica**. 2019. 270f. Tese (Doutorado em Educação) – Faculdade de Educação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2019.

PINHEIRO, P.M. **Planejamento e Ações para o desenvolvimento do turismo no ambiente de futebol**: um estudo de Grêmio e Internacional de Porto Alegre. 206f. 2012. Dissertação (Mestrado) Turismo e Hotelaria. Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú – SC, 2012.

PINHEIRO, P.M.; ALBERTON, A. Turismo en Estadios Deportivos: Estudio De Caso del Estadio Olímpico Monumental. **PODIUM: Sport, Leisure and Tourism Review**, São Paulo, v. 1, n. 1, p. 04-27, jan. /jun. 2012.

PINHEIRO, Pedro; ALBERTON, Anete; CANCELLIER, Everton. Ações Turísticas no Ambiente do futebol. IX Seminário ANPTUR – Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. Universidade Anhembi Morumbi. **Anais...** São Paulo, 2012.

PREUSS, H. The conceptualisation and measurement of mega sport event legacies. **Journal of Sport & Tourism**, v.12, n. 3–4, p. 207–227, 2007a.

PREUSS, H. Winners and losers of the olympic games. In: HOULIHAN, B. (ed.), **Sport & Society**, PP418-438. London, Thousand Oaks, CA & New Dehi: Sage, 2007b.

PREUSS, H. The Conceptualisation and Measurement of Mega Sport Event Legacies, **Journal of Sport & Tourism**, 12:3-4, 207-228. 2007c DOI: 10.1080/14775080701736957.

PREUSS, H. A framework for identifying the legacies of a mega sport event. **Leisure Studies** 34, pp. 643–664, 2015. DOI: 10.1080/02614367.2014.994552.

PREUSS, H. Event legacy framework and measurement. **Int. J. Sport Policy Politics** 11, pp.103–118, 2019. DOI: 10.1080/19406940.2018.1490336.

PREUSS, H. Re-analysis, measurement and misperceptions of cost overruns at Olympic Games, **International Journal of Sport Policy and Politics**, 14:3, pp.381-400, 2022. DOI: 10.1080/19406940.2022.2037685

PORTAL DA TRANSPARÊNCIA. **Copa do Mundo 2014**. Disponível em: <<http://www.portaltransparencia.gov.br/copa2014/dados/home.seam>>. Acesso em: 18 set. 2017.

POYNTER, G. Regeneração urbana e legado olímpico de Londres 2012. In: RODRIGUES, R. P. et.al. (Org.) **Legados de megaeventos esportivos = Legacies of sports megaevents**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008.

QUEIROZ, Felipe Pereira de. **O preço da emoção: futebol, economia e torcer**.

Brasília/DF, Trampolim Editora e Eventos Culturais, Ministério da Cidadania, 2020.

RAMOS, R.F.; BISCAIA, R.; MORO, S.; KUNKEL, T. Understanding the importance of sport stadium visits to teams and cities through the eyes of online reviewers, **Leisure Studies**, 2022. DOI: 10.1080/02614367.2022.2131888

RAMSHAW, G. The Construction of Sport Heritage Attractions. **Journal of Tourism Consumption and Practice**, volume 3, no.1, 2011.

RAMSHAW, G. **Heritage and sport: An introduction**. Bristol: Channel View, 2019.

RAMSHAW, G.; GAMMON, S. More than just Nostalgia? Exploring the heritage/sport tourism nexus. **Journal of Sport & Tourism**, 10(4), 229–241, 2005.

RAMSHAW, G.; GAMMON, S. Towards a critical sport heritage: implications for sport tourism, **Journal of Sport & Tourism**, 21:2, 115-131, 2017. DOI: 10.1080/14775085.2016.1262275.

RAMSHAW, G.; GAMMON, S.; TOBAR, F. Negotiating the cultural and economic outcomes of sport heritage attractions: the case of the National Baseball Hall of Fame, **Journal of Sport & Tourism**, 23:2-3, 79-95, 2019. DOI: 10.1080/14775085.2020.1715825

REIS, R.M. **Copa do mundo da FIFA Brasil 2014: Gestão e legados da candidatura ao pós-evento**. 318f. 2017. Tese (Doutorado em Ciências do Exercício e do Esporte). Universidade do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

REIS, R.M.; DACOSTA, L.P.; TELLES, S.C.C. Measuring the legacy of mega-events: sportive usage index of the Brazil 2014 FIFA World Cup™. **Motriz**, Rio Claro, v. 27, 2021. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S1980-657420210002421>.

RIBEIRO, O.C.; AMARAL, S.C. Entre o Lazer Esportivo Participativo e Ambiental e o Lazer Turístico - As Políticas Públicas de Lazer em Brotas/SP. **Revista Movimento**, Porto Alegre, v. 22, n. 1, 63-74, jan./mar. de 2016.

RIBEIRO, T.; CORREIA, A.; BISCAIA, R. The social impact of the 2016 Rio Olympic games: Comparison of residents' pre- and post-event perceptions. **Sport, Business and Management**, 2020. DOI: <https://doi.org/10.1108/SBM-02-2020-0014>.

RIBEIRO, T.; YODA, R.; PAPADIMITRIOU, D.A. et al. Resident attitudes toward the Rio 2016 Olympic Games: A longitudinal study on social legacy and support behaviours. **Journal of Hospitality and Tourism Management** 50, pp. 188–198, 2022a.

RIBEIRO, T.; CALAPEZ, A.; ALMEIDA, V.M. Does the Olympic legacy and sport participation influence resident support for future events?, **Leisure Studies**, 41:4, 471-486, 2022b. DOI: 10.1080/02614367.2021.2011951.

ROBINSON, T.; GAMMON, S. A question of primary and secondary motives: revisiting and applying the sport tourism framework. **Journal of Sport & Tourism**, 9(3), 221–233, 2004. <https://doi.org/10.1080/1477508042000320223>

ROCHA, J. S.; ALMEIDA, N. P. Políticas Públicas federais de turismo: uma análise circunstancial do Plano Nacional de Turismo 2003-2007 (Brasil). **Turismo & Sociedade**. Curitiba, v.1, n.02, 105-116, 2008.

ROCHA, C.M. Support of politicians for the 2016 Olympic games in Rio de Janeiro. **Leisure Studies**, 35(4), pp. 487–504, 2016.

ROCHA, L.M. Megaeventos esportivos e seus legados para a vida nas cidades e a democracia (Apresentação). **INTERSEÇÕES [Rio de Janeiro], Dossiê Megaeventos e seus legados**. v. 22 n. 2, p. 153-166, set. 2020.

RODRIGUES, R. P. Legado para as políticas públicas brasileiras de esporte e lazer: governança interfederativa dos jogos olímpicos e paraolímpicos de 2016. IN: MARCELLINO, N.C. (Org.). **Legados de Megaeventos Esportivos**. Campinas, SP: Papirus, 2013, P.19-35.

RODRIGUES, E.A.; RECHIA, S. A relação entre as transformações dos espaços de lazer advindas dos megaeventos esportivos e a humanização das cidades. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v.3, n.3, p.61-81, 2016.

RODRIGUES, Emília Amélia Pinto Costa. **Os espaços das cidades e os megaeventos esportivos: uma análise da copa do mundo de futebol 2014 na região sul do Brasil**. 201f. Tese (Doutorado em Educação Física) Programa de Pós-Graduação em Educação Física. Universidade Federal do Paraná. Curitiba/PR, 2016.

ROMANO, F.; TERUYA, T.; MOCHIZUKI, L. Análise do cumprimento do Estatuto do Torcedor em estádios de futebol. IN: Marco Antonio BETTINE DE ALMEIDA, M.A.; SANTOS, R.F.; MARANHÃO, W.M. (Org.). **Interfaces : esporte e sociedade**. 1ed.São Paulo: Escola de Artes, Ciências e Humanidades, 2013, v. 1, p. 01-82.

ROMANO, F.; VICO, R.P.; CABRAL A.; UVINHA, R.R. Megaeventos Esportivos: Uma Reflexão sobre os Legados da Uefa Eurocopa. **Podium: Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 4, p. 153-168, 2015.

ROMANO, Fillipe Soares. **Atratividade Turística em Estádios de Futebol: O caso da Arena Corinthians**. 177f. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Turismo. Universidade de São Paulo. São Paulo, 2018.

ROMANO, Fillipe S.; UVINHA, Ricardo Ricci. **Legados de megaeventos: Arena Corinthians na perspectiva do Turismo Esportivo**. Brasília/DF, Trampolim Editora e Eventos Culturais, Ministério da Cidadania, 2020.

ROMANO, Fillipe S.; UVINHA, Ricardo R. Turismo Esportivo e Patrimônio Cultural: o Museu do Futebol no Brasil como atrativo temático. **Museologia e Patrimônio - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Museologia e Patrimônio - Unirio | MAST** – vol.14, no1, 2021.

ROSA, Márcia Eliane; CHRISTOFOLETTI, Danilo Fontanetti. O museu do futebol: reflexões sobre o espaço museológico midiaticizado. **Rizoma**, Santa Cruz do Sul, v.7, n.2, p.124-138, 2019.

ROSS, S.D. Developing Sport Tourism. An E-Guide for Destination Marketers and Sports Events Planners, National Laboratory for Tourism and Commerce, University of Illinois at Urbana- Champaign: Champaign, IL, pp. 3-21, 2001.

RUDKIN, S.; SHARMA, A. Live football and tourism expenditure: match attendance effects in the UK. **European Sport Management Quarterly**, 2019. DOI: 10.1080/16184742.2019.1604783

SANSOLO, D.G.; CRUZ, R.C. Plano Nacional do Turismo: uma análise crítica. **Caderno Virtual de Turismo**, vol.3, nº4, 01-06, 2003. ISSN: 1677-6976.

SALGADO D **Teve Copa. E o resto?**. Publicado em 2018. Disponível em: <<https://www.uol/esporte/especiais/itaquera-.htm#a-copa-foi-uma-ilusao>>. Acesso em: 17 jan. 2022.

SANTOS, G.E.O. **Cálculo amostral: calculadora on-line**. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em 30 nov. 2017.

SANTOS, M. **Metamorfoses do Espaço Habitado: Fundamentos Teóricos e Metodológicos da Geografia**. 6. ed. 2. Reimpressão. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2014.

SANTOS JUNIOR, O.; GAFFNEY; RIBEIRO, L. Brasil. **Os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016**. Rio de Janeiro: E-papers Serviços Editoriais Ltda, 2015.

SANTOS, M.; SILVEIRA, M.L. **O Brasil: Território e Sociedade no Início do Século XXI**. Rio de Janeiro: Récord, 2001.

SANTOS, C.A. Reconfiguração das práticas esportivas: O caso da Arena Corinthians em Itaquera. In: CARVALHO, M.; GALGIARDI, C.M.R (Org.) **Megaprojetos, megaeventos, megalópole**: a produção de uma nova centralidade em São Paulo. – São Paulo: Olho d'Água, 2015.

SANTOS, G.E; PANOSSO NETTO, A.; RIBEIRO, M.A.; GURSOY, D. Impactos objetivos e percebidos da Copa do Mundo FIFA de 2014 no Brasil. **El Periplo Sustentable Universidad Autónoma del Estado de México**, n. 36, enero/junio, 2019.

SÃO PAULO. **DECRETO Nº 65.415**, de 23 de dezembro de 2020. São Paulo. 2020a. Disponível em: <https://www.sinesp.org.br/179-saiu-no-doc/11355-decreto-estadual-n-65-415-de-23-12-2020-institui-no-ambito-do-plano-sao-paulo-disciplina-excepcional-para-o-proximo-periodo-de-natal-e-ano-novo#:~:text=E%20ANO%20NOVO-,DECRETO%20ESTADUAL%20N%C2%BA%2065.415%2C%20DE%2023%2F12%2F2020%20%2D,DE%20NATAL%20E%20ANO%20NOVO>. Acesso em: 26 dez. 2020.

SÃO PAULO. Secretaria de Turismo. **Centro de Inteligência da Economia do Turismo**. 2020b. Disponível em: <https://www.turismo.sp.gov.br/boletim-COVID-19>. Acesso em: 27 dez.2020.

SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. **Monitoramento da Matriz de Responsabilidades da Copa de 2014**. 2011. Disponível em: <<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/comunicacao/noticias/?p=111603>>. Acesso 21 abr. 2019.

SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. **Polo Institucional de Itaquera**. 2012. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/trabalho/zona_leste/polos/index.php?p=37342>. Acesso em 10 abr. 2019.

SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. **Itaquera Região Leste**. 2014. Disponível em: <http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/governo/sumario_dados/ZL_ITAQUERA_Caderno23.pdf>. Acesso em 10 fev. 2015.

SÃO PAULO. Prefeitura de São Paulo. **Caderno de Propostas dos Planos Regionais das Subprefeituras**. Quadro Analítico – Itaquera. São Paulo, 2016.

SCHARF, E.R.; PACHECO, G.S. O consumo de bens e serviços de marcas patrocinadoras de clubes de futebol. **Gestão. Org**, 16(2), pp. 167-181, 2018. <https://doi.org/10.21714/1679-18272018v16n2.p167-181>.

SCHLÜTER, Regina G. **Metodologia da pesquisa em turismo e hotelaria**. [Tradução Tereza Jardim]. – São Paulo: Aleph, 2003. – (Série Turismo).

SCHREYER, Dominik; ANSARI, Payam. Stadium Attendance Demand Research: A Scoping Review. **Journal of Sports Economics**, vol. 23(6) 749–788, 2022. DOI: 10.1177/15270025211000404

SCHWARTZ, Gisele Maria. O conteúdo virtual do lazer: contemporizando Dumazedier. **Revista Licere**, Belo Horizonte, v.6, n.2, p.-23-31, 2003.

SHIPWAY, R.; JONES, I. The Great Suburban Everest: An ‘Insiders’ Perspective on Experiences at the 2007 Flora London Marathon. **Journal of Sport & Tourism**, 13:1, 61-77, 2008. DOI: 10.1080/14775080801972213.

SILVA, A.C.; BRAGA, D.C.; ROMANO, F.S. Megaeventos e turismo: um estudo bibliométrico dos periódicos brasileiros de turismo. *Revista Turismo - Visão e Ação - Eletrônica*, v.18, n.3, 2016.

SILVA, Silvio Ricardo. **Tua imensa torcida é bem feliz... da relação torcedor com o clube**. 142f. Tese (Doutorado). Departamento de Estudos do Lazer. Faculdade de Educação Física. Universidade Estadual de Campinas. São Paulo, 2001.

SILVA, P. G.; SANTOS, G. E. O. A qualidade da experiência dos visitantes ao Museu do Futebol. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**, v. 6, n. 2, p. 1-19, 2011.

SILVA, F.A. Jogos mundiais militares. **Rev. Motriz**, v.17 (1-1), p. S1-S523, jan./mar, 2011. ISSN 1980-6574.

SILVA, G.A. Copa do Mundo de 2014: Considerações sobre a região Sudeste. In ZIMERMAN, H. (eds.) **Copa do mundo de 2014: impacto e legado**. Santo André: Universidade Federal do ABC, 2013.

SILVA, C.; MARQUES, V.; PINTO, G. O participante de lazer esportivo como turista em potencial. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v. 2, n. 3, p. 101-122, set./dez. 2015

SINGH, S.; DASH, T.; VASHKO, I. Tourism, Ecotourism and sport tourism: the framework for certification. **Marketing Intelligence & Planning**, vol. 34 No. 2, pp. 236-255, 2016.

SMANIOTTO, L. BANDEIRA, M.B. Turismo e futebol: possibilidades e potencialidades de uma correlação. In: IV ENCONTRO SEMINTUR JR. Universidade de Caxias do Sul. 2013. **Anais...** Caxias do Sul, 2013.

SMITH, A.; RITCHIE, B.W.; CHIEN, P.M. Citizens' attitudes towards mega-events: A new framework. **Annals of Tourism Research**, 74, pp. 208–210, 2019.

SOLHA, K. T. (2006). Capítulo 5: Política de Turismo: Desenvolvimento e Implementação. IN: RUSCHMANN, D.; SOLHA, K.T. (Org.). **Planejamento Turístico**. Barueri, SP: Manole, 89-103.

SOUSA COLANTUONO, Aline Correia de. **Eventos de negócios de APLs do estado de São Paulo : processo de deslocalização para cidades de maior influência geográfica**. 230f. Tese (Doutorado em Economia) Instituto de Economia. Universidade Estadual de Campinas. – Campinas, SP, 2019.

SOUZA, Marcela Tavares de; SILVA, Michelly Dias da; CARVALHO, Rachel de Carvalho. Revisão integrativa: o que é e como fazer. **Revista Einstein**. 2010; 8(1 Pt 1):102-6

SPERA, L. **Crimine e favelas** – Traffico di droga, violenza istituzionale e politiche di pubblica sicurezza a Rio de Janeiro dalla fondazione alla pacificazione per le Olimpiadi 2016. Edizioni Eiffel: Ogliaastro Cilento (Sa).

SPTURIS. Observatório do Turismo e Eventos. **Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1**. S/D. Disponível em: <<http://www.observatoriodoturismo.com.br/?s=formula+1>>. Acesso em 01 set. 2019.

SROKA, Robert. Mega-Projects and mega-events: Evaluating Vancouver 2010 stadium and convention infrastructure. **Journal of Sport and Tourism**, vol. 25, Issue 3, 183-200, 2021. DOI: 10.1080/14775085.2021.1881590.

STANDEVEN, J.; DE KNOP, P. **Sport tourism**. Champaign, Ill.: Human Kinetics, 1999.

STEBBINS, R. A. **Serious leisure: A conceptual statement**. Pacific Sociological Review, 25, 251-272, 1982.

STEBBINS, R. A. **Amateurs, professionals and serious leisure**. Montreal, QC: McGill-Queen's University Press, 1992.

STEBBINS, R. A. Casual leisure: A conceptual statement. **Leisure Studies**, 16(1), 17-25, 1997.

STEBBINS, R. A. The costs and benefits of hedonism: Some consequences of taking casual leisure seriously. **Leisure Studies**, 20(4), 305-309, 2001.

STEBBINS, R. A. Project-based leisure: Theoretical neglect of a common use of free time. **Leisure Studies**, 24, 1-11, 2005.

STEBBINS, R. A. **Serious leisure: A perspective for our time**. New Brunswick, NJ: Transaction, 2007.

STREAPCO, João Paulo. “Cego é aquele que só vê a bola”. **O futebol em São Paulo e a formação das principais equipes paulistanas: S.C.Corinthians Paulista, S.E. Palmeiras e São Paulo F.C. (1894-1942)**. 2010. 228 f. Dissertação (Mestrado em História Social) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

STEVENS, T. Sport and urban tourism destinations: the evolving sport, tourism and leisure functions of the modern stadium. In: HIGHAM, J. **Sport Tourism Destinations Issues, opportunities and analysis**. 1º ed. Elsevier Ltd. 30 Corporate Drive, Burlington, MA 01803, 2005. ISBN: ISBN 07506 59378.

SURVEYMONKEY. **Sample Size Calculator**. (s/d). Disponível em: <<https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>>. Acesso em 23 jan. 2021.

SWART, K.; GEORGE, R.; CASSAR, J.; SNEYD, C. The 2014 FIFA World Cup™: Tourists’ satisfaction levels and likelihood of repeat visitation to Rio de Janeiro. **Journal of Destination Marketing & Management**, Volume 8, Pages 102-113, June 2018.

TADINI, R. et al. Eventos desportivos e turismo: Revisão sistemática da literatura. **Revista Intercontinental de Gestão Esportiva**, [s. l.], v. 7, n. 3, p. 338–340, 2017.

TADINI, R.; LEÓN, C.G.; GANDARA, J.; PEREIRA, E.C. Eventos deportivos y turismo: revisión sistemática de la literatura. *Investigaciones Turísticas* (21), pp. 22-45, 2021. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.21.2>

TAKS, M.; ROCHA, C. Involvement, social impacts and subjective well-being: Brazilians’ experiences from Rio 2016 Olympic and Paralympic Games. **World Leisure Journal**, pp. 1–22, 2022. <https://doi.org/10.1080/16078055.2022.2052951>

TARLOW, P.E. Chapter 3: Sports as a Tourism Attraction. IN: TARLOW, P.E. **Sports Travel Security**. Butterworth-Heinemann, 2017. ISBN 978-0-12-805099.

TASCI, A.D.A.; HAHM, J.; BREITER, D. ‘A longitudinal study of Olympic Games’ impact on the image of a host country”, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, Vol. 36 No. 4, pp. 443-457, 2019.

TAVARES, Ana Beatriz C.O; VOTRE, Sebastião J. Estádio do Maracanã: dos alicerces ao colosso do derby. **Revista Brasileira de Ciências do Esporte**. 37 (3), pp. 258-264, 2015.

TENAN, I. **Eventos**. 2ª ed. São Paulo: Aleph (Coleção ABC do Turismo), 2002.

TOBAR, F. B.; MORAES, G. C. de. Virtual stadium tours and museums in football clubs? In: CORREIA, A.; BISCAIA, R.; PEDRAGOSA, V. (Ed.). **Crônicas COVID-19: Gestão do Desporto em Tempos de Crise**. Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa, 2021. p. 86–88.

TOBAR, F. B.; RAMSHAW, G. P. “Welcome to the EPL”: Analysing the development of football tourism in the English Premier League. **Soccer & Society**, 23:4-5, 432-450, 2022. DOI: 10.1080/14660970.2022.2059871

TORRACO, Richard J. Writing Integrative Reviews of the Literature: Methods and Purposes. *International Journal of Adult Vocational Education and Technology*, volume 7, Issue 3, July-September, 2016.

TRAUER, B. Conceptualizing special interest tourism frameworks for analysis. *Tourism Management*, 27(2), 183e200, 2006.

THOMSON, A.; CUSKELLY, G.; TOOHEY, K.; KENNELLY, M.; BURTON, P.; FREDLINE, L. Sport event legacy: A systematic quantitative review of literature. *Sport Management Review*, 2018. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.06.011>.

UNWTO – World Tourism Organization. **UNWTO International Conference on Tourism and Sports**. Da Nang, Vietnam, 2016. Disponível em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/sporttourismandsdgs.pdf>. Acesso em: 26 jul. 2019.

UNWTO – World Tourism Organization. UNWTO Tourism Definitions. **UNWTO, Madrid**, 2019. Disponível em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/9789284420858.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2020.

UVINHA, R. R. Tendências para o turismo de aventura no cenário nacional. In: _____ . (Org.). **Turismo de Aventura: reflexões e tendências**. São Paulo: Aleph, p. 269-300, 2005.

UVINHA, Ricardo Ricci Megaeventos esportivos: legados para o turismo e a hotelaria. In: MARCELLINO, N. C. (Org.). **Legados de megaeventos esportivos**. Campinas, SP: Papyrus, p. 107-122, 2013.

UVINHA, R. R. Turismo, Lazer e Megaeventos Esportivos no Brasil: relato de experiências sobre as Olimpíadas 2016. *Revista Turismo em Análise*, [s. l.], v. 27, n. 3, p. 714–731, 2016.

UVINHA, R.R.; CHAN, C.; MAN, C.K.; MARAFA, L.M. Sport tourism: a comparative analysis of residents from Brazil and Hong Kong. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, [s. l.], v. 12, n. 1, p. 180–206, 2018.

UVINHA, R.R.; OLIVEIRA, N. R.C; DE RIDDER, J. H; CHIN, M.K; DURSTINE, J.L. The BRICS Council for Exercise and Sport Science (BRICSCSS) - A new era has dawned. *Journal of Sport and Health Science*. 2018. <https://doi.org/10.1016/j.jshs.2018.06.004>

UVINHA, R.R.; ROMANO, F.; WISE, N. Sporting Heritage and Touristic Transformation: Pacaembu Stadium and the Football Museum in São Paulo, Brazil. In: WISE, N.; JIMURA, T. (Org.). **Tourism, cultural heritage and urban regeneration: changing spaces in historical places**. Basel, Switzerland: Springer International Publishing, p. 57-69, 2020.

VARGAS LLOSA, Mário. **A civilização do espetáculo: uma radiografia do nosso tempo e da nossa cultura**. Tradução Ivone Benedetti, 1ª ed. Rio de Janeiro, Objetiva, 2013.

VAROTTI, F.P.; NASSIF, V.M. GP Brasil de Fórmula 1: um megaevento esportivo e sua relação com a cidade de São Paulo. *Revista Motrivivência*, (Florianópolis), v. 31, n. 57, p. 01-24, janeiro/março, 2019. Universidade Federal de Santa Catarina. ISSN 2175-8042. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8042.2019e55379>.

VASCONCELOS, Camilo de Mello. **Turismo e Museus**. São Paulo: Editora Aleph, 2006 – (Coleção ABC do Turismo).

VEAL, A.J. **Metodologia de Pesquisa em Lazer e Turismo**. Tradução Gleice Guerra e Mariana Aldrigui. – São Paulo: Aleph, 2011 – Serie Turismo.

VICO, R.P.; AZEVEDO, F.F. Os megaeventos esportivos no Brasil e o uso corporativo do território: o caso emblemático da Vila autódromo no Rio de Janeiro. **Revista Caminhos de Geografia**, 21, pp.108-125, 2020a. DOI: 10.14393/rcg217449605.

VICO, R.P.; AZEVEDO, F.F. Megaeventos desportivos e transformações territoriais: o caso do Rio de Janeiro. **Revista Equador**, v. 9, n. 2. 2020b. DOI: <https://doi.org/10.26694/equador.v9i2.9606>.

VICO, R.P.; CHIUNDILA, V.C. Tourism and the post-Olympic event: a market management of the Rio de Janeiro city. **Revista de Turismo Contemporâneo – RTC**, Natal, v. 7, p. 3-27, 2019.

VICO, R.P.; UVINHA, R.R.; GUSTAVO, N. Sports mega-events in the perception of the local community: the case of Itaquera region in São Paulo at the 2014 FIFA World Cup Brazil. **Soccer & Society**, vol. 19, n. 2., 2018. doi: 10.10080/14660970.2017.1419471.

VICO, R.P. Turismo de eventos, mega-eventos y gobernanza territorial. **Revista Geográfica de Valparaíso**. (En línea) N° 55, [1 – 20], 2018. ISSN 0718 – 9877.

VICO, R.P.; GUSTAVO, N.; UVINHA, R.R. Reflexões sobre os megaeventos esportivos na percepção da população local anfitriã, pp. 217-247. In MILITO, M.C.; FARIAS, M.F.; MARQUES JÚNIOR, S. **O olhar do residente**. Natal: EDUFRN, ISBN 978-65-5569-047-7, 2020.

VIEIRA, J. M. **Planeamento e Ordenamento Territorial do Turismo: uma perspectiva estratégica**. Lisboa: Verbo, 2007.

VIEIRA, A. F. B. **Jornalismo e a duração dos processos civilizadores: análise da adequação comportamental e da formação de uma segunda natureza em Monte Alegre – PR (1942-1964)**. 2020. Tese (Doutorado em Ciências Sociais Aplicadas) – Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, 2020.

WANG, Joyce Feng. Nostalgia in Tourism. **Current Opinion in Psychology**, 49:101552, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101552>.

WEED, M. Sports tourism theory and method - Concepts, issues and epistemologies. **European Sport Management Quarterly**, 5(3), 229-242, 2005

WEED, Mike. Sports Tourism Research 2000–2004: A Systematic Review of Knowledge and a Meta-Evaluation of Methods, **Journal of Sport & Tourism**, 11:1, 5-30, 2006. DOI: 10.1080/14775080600985150.

WEED, M. Sports Tourism Experiences. **Journal of Sport & Tourism**, vol. 13, No. 1, 1-4, 2008. DOI: 10.1080/14775080802008876

WEED, M. Progress in sports tourism research? A meta-review and exploration of futures.

Tourism Management, 30, p.615–628, 2009.

WEED, M. The role of the interface of sport and tourism in the response to the COVID-19 pandemic, **Journal of Sport & Tourism**, 24:2, 79-92, 2020. DOI:10.1080/14775085.2020.1794351

WEED, M.; BULL, C. **Sports tourism: Participants, policy & providers**. Oxford: Elsevier, 2004.

WENG, Jiaming. Tangibility of Sports Team Identification and Place Attachment through a Visit to the Stadium. **Journal Of China Tourism Research**, vol.18, n° 5, pp. 946–977, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1080/19388160.2021.1963384>.

WERGELAND, E.S.; HOGNESTAD, H.K. Reusing Stadiums for a Greener Future: The Circular Design Potential of Football Architecture. **Front. Sports Act. Living** 3:692632, 2021. DOI: 10.3389/fspor.2021.692632

WICKER, P. The carbon footprint of active sport tourists: An empirical analysis of skiers and boarders. **Journal of Sport & Tourism**. 2018. DOI:10.1080/14775085.2017.1313706.

WHITSON, D.; HORNE, J. Underestimated costs and overestimated benefits? Comparing the outcomes of sports mega-events in Canada and Japan. **Sociological Review**, 54(2), pp.71 89, 2006.

WISE, N; HALL, G Transforming Brazil: sporting mega-events, tourism, geography and the need for sustainable regeneration in host cities. WISE, N.; HARRIS, J. **Sport, Events Tourism and Regeneration**. Routledge, London, 2017, pp 24–39.

WISE, N. Towards a more enabling representation: framing an emergent conceptual approach to measure social conditions following mega-event transformation in Manaus Brazil. **Bull Latin Am Res** 38(3):2019, pp. 300–316. DOI: 10.1111/blar.12775.

WISE, N.; BADURINA, J.D.; PERIC. Assessing residents' perceptions of urban placemaking prior to hosting a major cultural event. **International Journal of Event and Festival Management**, vol. 12 No. 1, pp. 51-69, 2021. DOI 10.1108/IJEFM-04-2020-0020.

WISE, Nicholas. Eventful futures and triple bottom line impacts: BRICS, image regeneration and competitiveness. **Journal of Place Management and Development** vol. 13, no. 1, pp. 89-100, 2020. DOI 10.1108/JPMD-10-2019-008

WISE, N.; JIMURA, T. (Org.). **Tourism, cultural heritage and urban regeneration: changing spaces in historical places**. Basel, Switzerland: Springer International Publishing, 2020, p. 57-69.

WOODHAM A. Sport, history and heritage – studies in public representations. **International Journal of Heritage Studies**, vol. 23, no 1, pp. 74-75, 2016. DOI: 10.1080/13527258.2016.1218913.

WRIGHT, R.K. Book review (leisure, sport and tourism, politics, policy and planning, (4th edition), CABI, nosworthy way, wallingford, Oxfordshire p. 421. **Sport Management**

Review, Vol. 21, pp. 475-476, 2018a. ISBN: 978178064804.

WRIGHT, R. Doing it for dot: Employing creative analytical practice (CAP) to showcase the movements and memories that motivate the observers of actively ageing international sport tourist experiences. **Journal of Sport & Tourism**, 2018. DOI:10.1080/14775085.2018.1466349.

YAMAWAKI, Y.; CASTRO FILHO, F.; COSTA, G. Mega-event transport legacy in a developing country: The case of Rio 2016 Olympic Games and its Transolímpica BRT corridor. **Journal of Transport Geography** 88, 2020.

YEH, C.; LIN, S.C; HUANG, H.C. The total economic value of sport tourism in belt and road development—an environmental perspective. **Sustainability**, Vol. 10, p. 1191, 2018. DOI: 10.3390/su10041191.

ZHANG, L.; ZHAO, S. X. City branding and the Olympic effect: A case study of Beijing. **Cities**, 26(5), 245-254, 2009.

ZIAKAS, V. For the benefit of all? Developing a critical perspective in mega-event leverage, **Leisure Studies**, 34:6, 689-702, 2015. DOI: 10.1080/02614367.2014.986507

Apêndices

Apêndice A – Roteiro Temático Entrevista com o Trade Turístico



EACH

Escola de Artes, Ciências e Humanidades
da Universidade de São Paulo

- I) Conte-nos um pouco sobre a trajetória profissional.
- II) Vocês trabalham somente com o Turismo Esportivo ou com outros segmentos? Quais?
- III) Quais são os objetivos da empresa?
- IV) Quais modalidades esportivas vocês atuam? Existe alguma modalidade carro-chefe?
- V) Quantos/Quais são os concorrentes diretos e indiretos?
- VI) Existem roteiros temáticos desenvolvidos no âmbito de Turismo Esportivo?
- VII) Houve planejamentos referente aos megaeventos no Brasil? Existiram ações que não foram implementadas?
- VIII) Durante a realização dos megaeventos esportivos, especialmente Copa do Mundo 2014 e Olimpíadas 2016, como deu-se a promoção de turismo na perspectiva de vocês?
- IX) Pode-se considerar os estádios/Arenas esportivas como um atrativo turístico ou local para realização de eventos corporativos?
- X) Já desenvolveu algum evento em estádio de futebol?
- XI) Caso não tenha desenvolvido alguma atividade, quais os principais argumentos para não ter realizado? Houve alguma prospecção ou considerou realizar eventos dentro das arenas esportivas?
- XII) Existe algum tipo de relacionamento entre a empresa e o órgão de turismo da cidade?
- XIII) Existe algum tipo de relacionamento entre a empresa e o responsáveis pela administração dos complexos esportivos?
- XIV) Qual o perfil médio do visitante/turista esportivo?
- XV) Existe algum banco de dados disponíveis sobre o turista esportivo?
- XVI) Os estádios ou arenas esportivas é um dos principais atrativos da cidade?
- XVII) Existem problemas de promoção de atividades dentro dos estádios e arenas esportivas?
- XVIII) Existe uma diferença financeira na realização de eventos em arenas esportivas e em outros espaços de eventos na cidade?
- XIX) Quais são as principais dificuldades na realização de eventos em estádios/arenas esportivas?

- XX) Quais são as diferenças logísticas no referente a realização de eventos em estádios em detrimento de outros espaços? Quais principais vantagens e desvantagens?
- XXI) Quais seriam as principais vantagens para realização de eventos em arenas esportivas?
- XXII) Quais são as ações realizadas na promoção turística.
- XXIII) Quais as perspectivas futuras do segmento?

Apêndice B – Questionário aos Visitantes para criação do Perfil e as motivações do Turista em Estádios de Futebol



EACH

Escola de Artes, Ciências e Humanidades
da Universidade de São Paulo

I. Com relação a sua atual viagem

- a. Foi planejada por mim
- b. Foi planejada por um amigo/familiar
- c. Planejada pela Torcida Organizada
- d. Contratei uma agência de viagens
- e. Paguei alguém para fazer o roteiro
- f. Achei um roteiro pronto na internet
- g. Não fiz nenhum tipo de planejamento

II. Classifique os principais fatores motivacionais para seu deslocamento para o estádio

	Nada Motivador	Pouco Motivador	Motivador	Muito Motivador	Principal Motivação
Conhecer o estádio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Viajar com os amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O evento em si (assistir a final)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conhecer uma nova cidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preço acessível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facilidade de deslocamento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visitar Parentes/Familiares/Amigos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Conhecer nova cultura/gastronomia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sair da cidade que resido	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Por ser mais seguro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

III. Qual(is) foi(ram) o(s) meio(s) de transporte(s) utilizado para CHEGAR ao destino final?

Avião	Ônibus	Caravana de Torcida Organizada
Trem	Navio/Barco	Carro Próprio
Carro Alugado	Táxi / Carro de Aplicativo	Bike / Patinete / Patins
Outro:		

IV. Qual(is) foi(ram) o(s) meio(s) de hospedagem(s) utilizados durante a viagem?

Hotel	Hostel	AirBnB
Casa de Parentes ou Amigos	Resido na Própria Cidade	Bate e Volta
Excursionista / Não utilizei nenhum tipo de hospedagem		Outro:

V. Quantos dias no total durou sua viagem

VI. Qual(is) foi(ram) o(s) meio(s) de transporte(s) utilizado na cidade?

Avião Ônibus Caravana de Torcida Organizada
Trem Navio/Barco Carro Próprio
Carro Alugado Táxi / Carro de Aplicativo Bike / Patinete / Patins
Outro:

VII. Você realizou alguma conexão (parada) em outra cidade? Se sim, diga o nome dessa(s) cidade(s), por favor

VIII. Caso tenha visitado outra cidade diferente do seu destino final. Quantos dias você ficou nessa cidade?

IX. Gasto TOTAL da viagem em reais

X. Gasto médio em reais de TRANSPORTE aéreo/rodoviário para chegar a cidade. (Exemplo R\$1459,32)

XI. Média de Gasto em reais dessa viagem (EXCETO Transporte aéreo/rodoviário da sua origem). (Exemplo R\$1459,32)

XII. Com relação ao Gasto Médio por cada uma das categorias

Com relação ao Gasto Médio por cada um das categorias *

	Não Gastei	até 49 reais	de 50 a 100 reais	de 101 a 200 reais	de 201 a 300 reais	de 301 a 400 reais	de 401 a 500 reais	de 501 a 750 reais	de 751 a 999 reais	de 1000 a 2000 reais	mais de 2000 reais
Transporte para CHEGAR a cidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hospedagem	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Alimentação	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Deslocamento/Transporte NA cidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atrativos Turísticos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Souvenirs/Presentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estacionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros Gastos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

XIII. Quais desses atrativos turísticos da cidade você visitou?

Restaurantes Apenas o evento (partida) Compras
Outros Estádios de Futebol / Tour em Estádio / Outra partida de futebol
Vida Noturna (Bares, Balada) Passeios Turísticos
Entretenimento (Cinemas, Teatro, Show) Museus
Parques Urbanos Outro:

XIV. Você já participou de algum evento em arenas esportivas/estádios que não seja assistir uma partida de futebol?

Shows	Tour em Estádios	
Corrida esportiva no/entorno do estádio	Palestra/Congresso	
Frequentar Restaurantes em estádios	Frequentar academias em estádio	
Frequentar outros espaços ESPORTIVOS dentro do estádio		
Frequentar outros espaços SOCIAIS dentro do estádio		
Monster Jam	Treino Aberto ao Público	Tirolesa
Assistir outras modalidades esportivas (Rugby, Futebol Americano, Hóquei na Grama)		
Eventos de E-Sports	Evento Comemorativos do Clube (Exceto Jogos Oficiais)	
Formaturas	Outros:	

XV. Você gostaria de visitar estádios de futebol nos locais em que turista?

Sim, já visitei estádios enquanto estava viajando
 Sim gostaria, mas nunca visitei estádios enquanto viajo
 Não, jamais visitaria estádio de um clube que não torço/vê-lo jogar
 Não, geralmente tenho outras prioridades
 Nunca visitei

XVI. Quais atrativos de turismo esportivo, você já visitou

Museu Brasileiro do Futebol (MG)	Complexo do Mineirinho (MG)
Museu da Seleção Brasileira - CBF (RJ)	Museu do Maracanã (RJ)
Museu da Federação Paulista de Futebol (SP)	Museu Pelé (SP)
Centro Paralímpico Brasileiro (SP)	Memorial Corinthians (SP)
Tour Virtual Clube Atlético Juventus (SP)	Nenhuma das opções

XVII. Quais atrativos de Turismo em Estádios, você já visitou no Brasil?

Museu do Futebol - Pacaembú (SP)
 Morumbi Tour (SP)
 Allianz Parque Experience (SP)
 Tour Casa do Povo – Neo Química Arena (SP)
 Memorial das Conquista - Tour Vila Belmiro (SP)
 Tour Meu Mineirão - Museu Brasileiro do Futebol (MG)
 Tour Arena Independência (MG)
 Centro de Experiências Fassa Bortolo - Arena MRV (MG)
 Tour Maracanã (RJ)
 Flu Tour (RJ)
 Tour na Gávea (RJ)
 Tour Estádio Nilton Santos (RJ)
 Tour da Colina - São Januário (RJ)
 Nenhuma das opções

XVIII. Você realizaria um tour pelo Centro de Treinamentos?

Sim, já o fiz	Sim, mas somente do meu clube
Sim, visitaria qualquer centro de treinamento	Não visitaria

XIX. Você Participou como espectador dos megaeventos esportivos?

Jogos Pan-Americanos 2011	Jogos ParaPan-Americanos 2011
Copa do Mundo 2014 Brasil	Jogos Olímpicos Rio 2016
Jogos Paralímpicos Rio 2016	Copa do Mundo Rússia 2018
Copa Futebol Feminino 2019 França	Copa América 2019 Brasil
Copa do Mundo CATAR 2022	Outro:

Não participei de nenhum dos megaeventos esportivos

XX. Qual gênero você se identifica?

- | | |
|--------------|--------------------------|
| a. Masculino | c. Outro |
| b. Feminino | d. Prefere não responder |

XXI. Qual sua faixa etária?

- | | | |
|------------|------------|------------|
| 18-24 anos | 30-39 anos | 50-59 anos |
| 25-29 anos | 40-49 anos | 60+ anos |

XXII. Qual sua renda familiar?

- até R\$2.200
de R\$2.201 a R\$4.400
de R\$4.401 a R\$11.000
de R\$11.001 a R\$22.000
acima de R\$22.001
Prefiro não dizer

XXIII. Quantas pessoas contribuem para essa renda?

- | | | |
|-----------------|-------------------|--------------------------|
| a. Apenas eu | d. Quatro pessoas | f. Acima de seis pessoas |
| b. Duas pessoas | e. Cinco pessoas | |
| c. Três pessoas | | |

XXIV. Qual seu nível educacional?

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| a. Não possui | e. Graduação completa |
| b. Ensino Fundamental Completo | f. Especialização completa |
| c. Ensino Médio Completo | g. Mestrado completo |
| d. Curso Técnico completo | h. Doutorado completo |

XXV. País de Procedência

XXVI. Qual estado você reside?

- | | | |
|-------|-------|--------|
| a. AC | j. MA | s. RJ |
| b. AL | k. MT | t. RN |
| c. AP | l. MS | u. RS |
| d. AM | m. MG | v. RO |
| e. BA | n. PA | w. RR |
| f. CE | o. PB | x. SC |
| g. DF | p. PR | y. SP |
| h. ES | q. PE | z. SE |
| i. GO | r. PI | aa. TO |

Apêndice C – Protocolo de Observação

Dia: _____ Horário: _____
Evento: _____

Mobilidade:

- I) Local de saída;
- II) Transporte utilizado;
- III) Entrada do evento;
- IV) Dificuldades encontradas;
- V) Público do entorno;
- VI) Problemas perceptíveis

Estrutura:

- I) Entrada do Evento;
- II) Segurança do Evento;
- III) Iluminação;
- IV) Limpeza;
- V) Funcionários do estádio;
- VI) Diferença entre os setores;
- VII) Áreas de lazer;
- VIII) Áreas de consumo;
- IX) Banheiros;
- X) Estacionamento;
- XI) Problemas perceptíveis;

Visitantes:

- I) Atividades desenvolvidas;
- II) Caracterização Geral do Público;
- III) Comportamento do Visitante;

Outras Informações Relevantes:

Apêndice D – Termo de Consentimento Livre Esclarecido

**EACH**Escola de Artes, Ciências e Humanidades
da Universidade de São Paulo

Dados do(s) entrevistador(es)

Responsável pelo trabalho e entrevista: Fillipe Soares Romano

Telefones para contato: (11) 953825382

E-mail: fillipe.romano@usp.br

Descrição da pesquisa

Caráter: Coleta de Dados sobre Estádios ou Arenas Esportivas como atrativos turísticos do turismo de futebol, parte integrante da pesquisa de Doutorado em Turismo.

Programa: Pós-graduação em Turismo

Instituição: Universidade de São Paulo – Escola de Artes, Ciências e Humanidades

Orientação: Prof. Dr. Ricardo Ricci Uvinha

Descrição da entrevista

A entrevista será realizada somente após o consentimento do entrevistado, sendo que, no termo de autorização, constam que todos os dados tornar-se-ão públicos após a permissão do mesmo;

Todo o material coletado servirá primariamente para o desenvolvimento do trabalho, podendo ser utilizado, posteriormente, em congressos e revistas científicas;

É de total responsabilidade do entrevistador divulgar os resultados obtidos pela pesquisa para os interessados, mantendo o sigilo da identidade dos entrevistados.

Atenciosamente,

Sujeito da pesquisa

Responsável pela pesquisa