

Comportamento Turístico do Participante de Eventos: O Caso das Competições de Handebol em Cidades Turísticas Mineiras

Marcus Vinicius Gomes Cezar Vieira¹

Reinaldo Dias²

Resumo

A realização de eventos esportivos é um fato comum na nossa sociedade. Eles ocorrem com o objetivo de competição e lazer, e ao mesmo tempo geram um fluxo turístico no local do evento. Este artigo tem como objetivo analisar a realização destes eventos esportivos em cidades históricas do estado de Minas Gerais e a participação dos atletas como turistas durante a realização da competição. Foram pesquisados quatro eventos da modalidade de Handebol realizados em três cidades turísticas diferentes. Avaliado o impacto da realização do evento sobre os atletas e as cidades, bem como a comunidade e o seu envolvimento com o evento. Em termos gerais este trabalho tem como objetivo analisar o esporte um atrativo turístico e o impacto dos eventos esportivos nas cidades, nos atletas e na comunidade. No que diz respeito aos objetivos específicos, pretende analisar o turismo de eventos esportivos a partir de um segmento específico, a modalidade handebol e ainda caracterizar e identificar os atletas de eventos esportivos como turistas. O objetivo é identificar o perfil ou padrão de conduta dos atletas participantes. Com isto possibilitando aos atletas e participantes vivenciarem melhor as atratividades da cidade, embora o foco ou o motivo da viagem, seja a competição.

Palavras-chave: Eventos. Turismo. Handebol.

¹ Professor, Especialista em Treinamento Esportivo, Mestrando no Centro Universitário UNA, Professor na Faculdade Pitágoras BH e na Fundação Helena Antipoff. e-mail: gomesmarcusv@yahoo.com.br

² Reinaldo Dias: Sociólogo pela Unicamp. Mestre em Ciências Políticas e Doutor em Ciências Sociais pela mesma Universidade (Unicamp). É professor do Mestrado em Turismo e Meio Ambiente do Centro Universitário UNA/MG e do Centro de Ciências Sociais e Aplicada (CCSA) da Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM)/SP. e-mail:reinaldias@hotmail.com

Introdução

A realização de eventos esportivos é um fato comum na nossa sociedade. Eles ocorrem com o objetivo de competição e lazer, e ao mesmo tempo geram um fluxo turístico no local do evento. Este artigo tem como objetivo analisar a realização destes eventos esportivos em cidades históricas do estado de Minas Gerais e a participação dos atletas como turistas durante a realização da competição. Foram pesquisados quatro eventos da modalidade de Handebol realizados em três cidades turísticas diferentes, avaliado o impacto da realização do evento sobre os atletas e as cidades, bem como a comunidade e o seu envolvimento com o evento.

O Turismo de eventos

A realização de eventos constitui uma importante forma de atração de visitantes, favorecendo o turismo, além de contribuir para a formação da imagem de uma cidade. O turismo de eventos pode ser definido como “a sistematização do desenvolvimento e do marketing de eventos como atração turística” (GETZ, 1989, p. 133). Desse modo contribuem para promoção das localidades onde ocorrem, e quando bem organizados incentivam o aumento da renda da região.

O turismo de eventos é um segmento de demanda turística que inclui o turismo de convenções, congressos, competições e reuniões. A evolução do turismo de eventos apresenta um desempenho significativo se o compararmos com os outros segmentos turísticos (BENIMELIS e ORDINAS, 2003). É um dos segmentos mais importantes do setor de serviços do novo século e sua visibilidade pode constituir-se em fator transformador de uma sociedade ou região. Apresenta particularidades específicas tais como: a interdependência entre os diversos agentes interessados, a amplitude do fenômeno do evento e sua inter-multi-pluri-disciplinaridade que requer o conhecimento da realidade econômica, social, cultural e ambiental dentro de uma visão sistêmica e de oportunidades (MOREIRA e BATISTA, 2009).

Os eventos, de um modo geral, e entre eles os eventos esportivos em particular, como produtos turísticos, só começaram a ter seus impactos estudados de forma mais sistemática no final do século passado. No entanto, pesquisas sobre os impactos intangíveis ainda são minoritárias, visto que a maioria delas tem enfoque prioritário sobre os benefícios econômicos (CHALIP, 2000).

Na abordagem do turismo, são considerados turistas, todos aqueles que visitam determinado local, que não é o seu habitual de moradia ou trabalho, permanecendo mais de vinte e quatro horas e com isto ocupando um alojamento coletivo ou individual no lugar visitado por uma noite ao menos (DIAS, 2003). Enquanto que a definição do turista desportivo é aquele que é praticado por pessoas que vão participar ou assistir a eventos desportivos (OLIVEIRA, 2001), e conseguem permanecer mais de 24 horas no local onde se realiza a competição. Devemos considerar, ainda, que há um fluxo de pessoas que comparecem ao local do evento e não pernoitam, assistem a uma competição e voltam para seus locais de origem. Estes são considerados excursionistas, que são aquelas pessoas que embora façam turismo, provocam um impacto econômico – e provavelmente social e cultural – menor do que o turista.

O Atleta / turista

Numa análise da bibliografia existente não se encontrou avaliação dos atletas como turistas em competições esportivas. Neste trabalho buscamos observar a participação do atleta como turista, nos seus momentos de lazer ou de descanso, suas intenções e percepção da cidade que visita para a prática desportiva. Nos eventos pesquisados o perfil encontrado foi de atletas amadores, que não têm um vínculo profissional com a instituição que representa. Mas todo atleta tem suas responsabilidades, sejam elas maiores ou menores sobre a sua participação na competição, sempre em busca de um resultado, seja este coletivo ou individual.

O esporte e os eventos esportivos

O esporte é uma prática cultural associada ao lazer e ao uso do tempo livre. Mas a atividade esportiva como profissão é muito recente, visto que isto só se tornou realidade a partir do início dos anos 80, com a exceção do futebol (TADINI, 2007). Um dos fatores foram os altos investimentos dos setores públicos e privados através de procedimentos que marcaram a prática nos países ricos e que muito se difere das nações mais pobres ou em desenvolvimento, onde a estrutura esportiva se desenvolve em bases amadoras e/ou familiares (RUBIO, 2005). No Brasil, o esporte e as atividades físicas cresceram com a economia em expansão, estagnada ou em crise, nos últimos anos. Enquanto o crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro foi de 2,25% entre 1996 e 2000, somente o do esporte chegou a 12,34 (COSTA, 2003, apud Cruz 2003, p.30). Este grande desenvolvimento do setor esportivo levou a discussão sobre o papel do setor público no desenvolvimento de ações concretas.

Dentro desta perspectiva o governo federal apresentou uma política com novos parâmetros do esporte. Novos conceitos e ações que abrangem um maior número de modalidades esportivas, da recreação à competição e visam beneficiar uma grande parcela da população (MINISTÉRIO DOS ESPORTES, 2005). Essa política está viabilizando a revitalização de importantes eventos esportivos nacionais de caráter amador como os Jogos da Juventude, as Olimpíadas Escolares e os Jogos Universitários, sem se esquecer o potencial que o país possui para competir internacionalmente para captação de eventos esportivos (QUEIROZ, 2003).

Na área de turismo de eventos esportivos, o foco, na maior parte das vezes, é associado ao evento e às despesas de seus espectadores (HIGHAM, 2005). Falta ainda avaliar os reais impactos nas cidades que realizam os eventos, já que poucos examinam os efeitos sobre as mesmas a curto e longo prazo. Outro problema nas pesquisas da área é a tendência de relatar apenas os aspectos positivos dos eventos (OWEN, 2005).

De acordo com alguns autores (HALL, 1992; BRETON, 1997; MALFAS, THEODORAKI e HOULIHAN, 2004; HOUGHTON, 2005), eventos internacionais, especialmente eventos esportivos, têm condição de ampliar o orgulho cívico e de fortalecer a identidade regional, constituindo aspectos intangíveis importantes mas difíceis de serem mensurados, embora sejam perceptíveis seus efeitos nas cidades sede. Estes eventos podem ser uma alavanca para a divulgação internacional da cidade sede através da exposição na mídia gerada pelo interesse crescente pelos esportes (JONES, 2001). Este mesmo tipo de evento também contribui para a expansão da temporada turística tradicional (HINCH e HIGHAM, 2003) bem como para a criação de uma imagem positiva para o local de realização (HOUGHTON, 2005), além de fortalecer a marca da cidade, o que repercute em outras áreas de negócios além do turismo.

Desse modo, podemos afirmar que as cidades podem realizar e se identificar com os eventos e criar uma possibilidade de ganhos não apenas econômicos como culturais e sociais, ou seja, além dos materiais (econômicos) outros intangíveis em sua mensuração (culturais e sociais).

Os eventos esportivos podem ser definidos como acontecimentos festivos que envolvem exibições de uma modalidade desportiva ou de um conjunto delas. Em alguns casos, devido à projeção que alguns eventos esportivos adquirem, eles podem ser conceituados como eventos esportivos especiais (GETZ, 1993), tais como a Copa São Paulo

de Futebol Júnior, Superliga Masculina e Feminina de Vôlei, Liga Nacional de Handebol, Jogos Abertos de São Paulo a Corrida de São Silvestre entre outros.

Os megaeventos se destacam dentro da classificação dos eventos esportivos especiais. Os megaeventos são focados no mercado de turismo internacional, e têm o poder de atrair um público numeroso de visitantes, cobertura televisiva e causar impacto sobre todo o sistema organizacional de uma cidade-sede (TADINI, 2007). A realização dos Jogos Olímpicos; da Copa do Mundo das respectivas modalidades de Futebol, Handebol, Rugby entre outras; o GP de Formula I; os Jogos Pan Americanos; Jogos Mundiais Universitários e Militares entre outros.

Os gestores de eventos esportivos especiais devem se conscientizar da importância de promover um planejamento organizado e de longo prazo, prevendo impactos e administrando-os, para que uma cidade sede ou país receba de maneira hospitaleira um grande fluxo de pessoas que superlotam a cidade durante o período do evento (ALLEN, 2003).

A participação de instituições públicas em tais eventos é na busca do aumento do fluxo turístico e divulgação da localidade, sendo uma maneira de mostrar as potencialidades e características culturais, melhorar a reputação além de seus limites e de demonstrar orgulho cívico e capacidade de mobilizar recursos (HALL 1992). Temos casos de investimentos de recursos públicos significativos para realização de grandes eventos esportivos internacionais como forma de se apresentar e mostrar suas potencialidades para o mundo (HOUGHTON, 2005).

A modalidade handebol

A modalidade esportiva conhecida como Handebol, nome derivado do HANDBALL, palavra alemã que significa “bola com a mão” (OLIVEIRA 1995), é um esporte olímpico praticado em todos os estados da federação e que tem como objetivo a realização do gol através das mãos. Sua prática exige uma aptidão física geral, porém com habilidades básicas. “Dinâmico, intenso e emocionante, o Handebol é uma das modalidades esportivas que as crianças dominam com maior facilidade, pois é fundamentado nas habilidades básicas de correr, saltar e arremessar” (CALEGARI, 2002). Modalidade jogada com os membros superiores, que apresenta características de esforço físico de alta intensidade e de curta duração, com ênfase nas capacidades motoras de velocidade e de força, especialmente força explosiva e força rápida com objetivo de fazer o gol (GRECO 2000). O handebol é uma modalidade de esporte que exige um baixo dispêndio de material para sua prática; suas regras

são de fácil assimilação, tendo grande adesão em escolas e sendo difundido em outros níveis também (CUNHA JÚNIOR, 2001).

A participação do Brasil em eventos internacionais vem crescendo positivamente, bem como os seus resultados como um todo. As seleções nacionais sagraram-se campeões nos dois naipes (tanto no Masculino como Feminino) nos jogos Pan Americanos no Rio de Janeiro, única modalidade coletiva a conseguir este feito, e tem participado de todas competições internacionais nas categorias de base, do Cadete (16 anos), Juvenil (18 anos), Júnior (Feminino 20 anos e Masculino 21 anos) até a categoria adulta nos últimos anos.

Atualmente existem campeonatos organizados nos diversos estados do país e nas várias categorias e eventos organizados pela confederação (Confederação Brasileira de Handebol – CBHb) como os campeonatos brasileiros nos dois naipes (tanto no Masculino como Feminino) e categorias (do infantil, até 14 anos, até o adulto, idade livre) e uma Liga Nacional nos dois naipes (Liga Nacional Feminina 2010 e Liga Nacional Masculina 2010) na categoria adulta, disputada anualmente com apoio da mídia.

A realização de eventos nas cidades mineiras mostra um público que se identifica com a modalidade e que participa de eventos regionais com a expectativa de participação em eventos promovidos por instituições oficiais, mas que ainda por diversos motivos não tem condições de participar.

No estado de Minas Gerais o principal evento da Federação Mineira de Handebol (FMH) é o Campeonato Mineiro nas diversas categorias, a partir do Infantil (faixa etária até 14 anos) até a categoria adulta nos dois naipes. A Federação promove o campeonato mineiro desde a década de 80. Atualmente o Estado é dividido em regiões pela Federação e as equipes campeãs das diversas regiões são convidadas a participar do campeonato mineiro, isto para todas as categorias.

Competições e locais de realização

As pesquisas foram realizadas em dois eventos oficiais, promovidos pela Federação Mineira de Handebol, órgão responsável pela divulgação e realização de competição oficial e ligada à Confederação Brasileira de Handebol e em dois eventos de competições abertas, promovidas por associações, prefeituras, clubes e empresas; em forma de Copas ou Torneios onde não há necessidade de vínculos à instituição organizadora, perfazendo um total de quatro eventos.

Os locais que promoveram os eventos são cidades com atrações turísticas de diferentes vocações. A cidade histórica de Mariana realizou a IV Copa Estrada Real de Handebol enquanto a cidade de São Lourenço, do circuito das águas, no sul do estado realizou o V FEST HAND de São Lourenço, ambos os eventos abertos, que contaram com a participação de equipes do Estado e da região sudeste do país.

As competições oficiais realizadas pela Federação Mineira de Handebol foram da categoria juvenil feminina e atletas do naipe feminino até a idade de 18 anos. Nestes eventos somente equipes filiadas à instituição puderam participar. Foram pesquisadas as fases classificatória e final do Campeonato Mineiro Juvenil Feminino, que por coincidência, foram realizadas as duas fases tanto a classificatória como a final na cidade de Varginha, conhecida como a terra dos Et's.

Metodologia

Em termos gerais este trabalho tem como objetivo analisar o esporte como um atrativo turístico e o impacto dos eventos esportivos nas cidades, nos atletas e na comunidade. No que diz respeito aos objetivos específicos, pretende analisar o turismo de eventos esportivos a partir de um segmento específico, a modalidade handebol e ainda caracterizar e identificar os atletas de eventos esportivos como turistas.

Para a pesquisa utilizou-se um questionário aplicado junto aos atletas e comissão técnica das equipes participantes dos eventos para avaliar a percepção em relação à cidade e seus pontos turísticos, se a realização de eventos nestes locais eram mais interessantes, se conheciam a cidade e seus pontos turísticos e se não teriam interesse em conhecê-los, se receberam orientações para visitar estes pontos turísticos, qual o gasto médio durante sua estadia, se levaria alguma lembrança da cidade ou do evento, como tomou conhecimento do evento e um perfil de escolaridade e faixa etária e gênero. O objetivo é identificar o perfil ou padrão de conduta dos atletas participantes.

Coleta de Dados

A amostra utilizada no presente estudo é constituída pela totalidade dos questionários (n=179) respondidos pelos atletas das equipes participantes nos quatro eventos observados (IV Copa Estrada Real de Handebol em Mariana, V Fest Hand de São Lourenço, Fase Classificatória do Campeonato Mineiro e Fase Final do Campeonato Mineiro - os dois eventos na cidade de Varginha).

Foram entrevistados atletas de vinte e cinco (25) clubes e instituições de quarenta (40) cidades de Minas Gerais e São Paulo. Nos questionários aplicados tivemos um número maior de atletas do naipe feminino (66,5%) (GRAF. 1). A média da faixa etária foi próxima de dezenove anos. A maior parte dos entrevistados cursa o nível médio de ensino (68,7%), com apenas (12,3%) cursando ou com ensino superior completo.

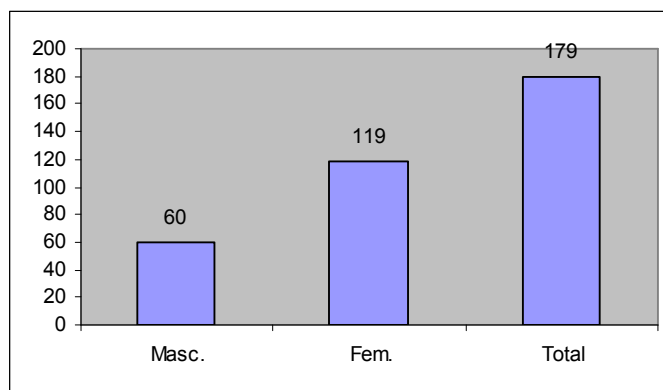


GRÁFICO 1 – Total de entrevistados por naipe nos eventos esportivos de Handebol

Dentre os entrevistados, praticamente a metade dos atletas ou comissão técnica participava da competição pela primeira vez (49,7%) e se acrescentarmos os que participam pela segunda vez temos mais de oitenta por cento dos atletas (86%) (GRAF. 2).

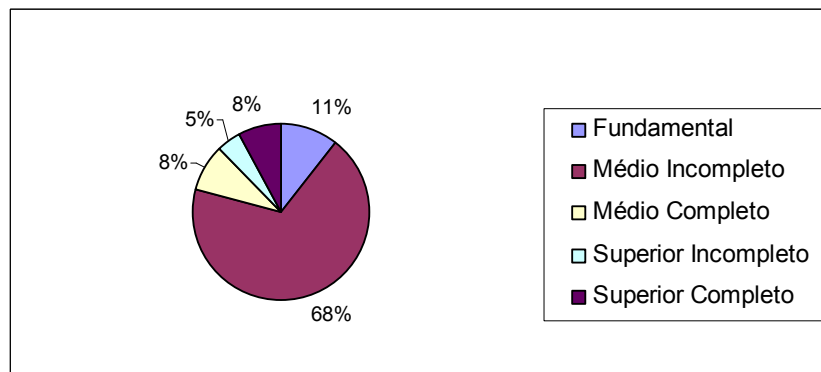


GRÁFICO 2 - Escolaridade dos entrevistados

A maior parte dos entrevistados ficou sabendo do evento através dos amigos (42,8%), e da internet (16%), mala direta (11,3%), jornal (1%) e outros meios (28,9%).

À pergunta se já conheciam a cidade visitada, mais da metade respondeu não conhecer (65,9%) e em relação aos pontos turísticos da cidade o índice de desconhecimento passa de setenta por cento (71,0%), (GRAF. 3). Se eles pretendiam então visitar os pontos turísticos, mais de sessenta por cento (63,1%) responderam que sim. E se consideravam importante que os eventos esportivos acontecessem em locais com atrações turística mais de noventa e cinco por cento (95,5%) responderam que sim. Mas quando perguntados sobre se fazem ou praticam turismo durante os eventos turísticos, esta média cai para próximo a cinquenta por cento (52,5%). Quando perguntados se a oportunidade de conhecer novos lugares é um dos fatores que lhes fazem participar da modalidade e das competições, a média chega a setenta por cento (70,1%).

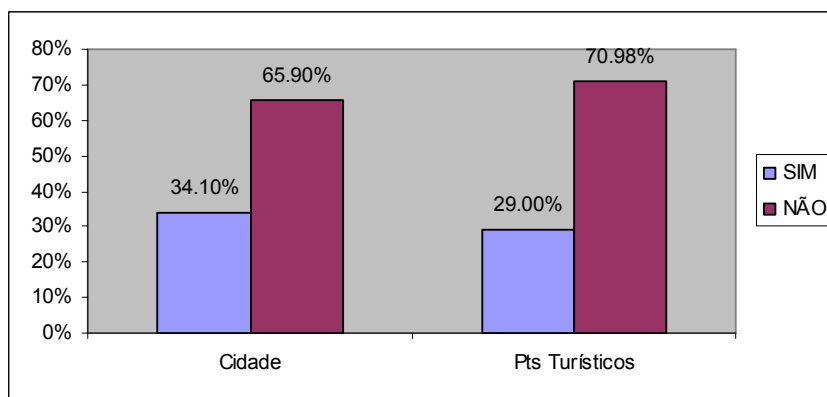


GRÁFICO 3 - Conhece a Cidade seus Pontos turísticos

Sobre a aquisição de lembranças quase oitenta por cento (79,1%) responderam que desejavam adquirir e quando indagados se preferiam do evento ou da cidade, mais de setenta por cento (77,1%) comprariam do evento. Mais de sessenta por cento (66,7%) gastariam até cinquenta reais espontaneamente, sendo que mais de vinte por cento (21,6%) gastariam de cinquenta a cem reais e mais de dez por cento (11,7%) gastariam de cento e dez a seiscentos reais durante o evento.

Sobre se receberam alguma orientação sobre as atrações turísticas da cidade durante o evento mais de oitenta por cento (82,4%) afirmaram que não. Aqueles que receberam quando questionados se estas informações foram passadas pelos organizadores do evento ou outros, mais de setenta por cento (73,1%) afirmaram que foram de outros.

Encerrando a entrevista perguntamos se consideravam válidos o comitê organizador do evento disponibilizar um momento específico para que as equipes participantes pudessem conhecer as atrações turísticas da cidade, e como resposta obtivemos que mais de noventa por cento (90,96%) gostariam que existisse um tempo para essa atividade.

Análise dos Dados

Considerando a amostra apresentada de n igual a cento e setenta e nove (n = 179) para o intervalo de confiança de noventa por cento (90 %) o erro de estimativa é em torno de cinco vírgula seis por cento (5,6 %) segundo a equação $n = (z / e)^2 p.q$ apresentada por Triola (1999).

O universo de amostra dos quatro eventos esportivos realizados teve um total de 119 mulheres (66,5%) e 60 homens (33,5%) (GRAF. 1), com uma média de idade de 18,8 anos e com 123 entrevistados cursando o nível médio (68,7%) e 23 (12,9%) com o ensino médio completo ou cursando nível superior (GRAF. 2). Entrevistamos 163 atletas (91,6%) e 15 (8,4%) componentes das comissões técnicas. A maior parte dos entrevistados participa pela primeira ou segunda vez (49,7% e 36,3%). Ao serem questionados se a cidade do evento já foi visitada; apenas 61 (34,1%) afirmaram que já a conheciam, enquanto que 115 (71%) não a conheciam e aos seus pontos turísticos (GRAF. 3). Quando perguntados se pretendiam visitar os pontos turísticos 66 (36,9%) disseram que não e justificaram como sendo em razão da falta de tempo, foco na competição, motivo de ter que descansar, alto custo dos pontos turísticos, desgaste físico, comércio caro, não havia disponibilidade para isto e “meu técnico não deixa”. Mas quando perguntados se consideravam importante que este tipo de evento seja realizado em cidade com atrações turísticas 171 (95,5%), (GRAF. 4), responderam que sim.

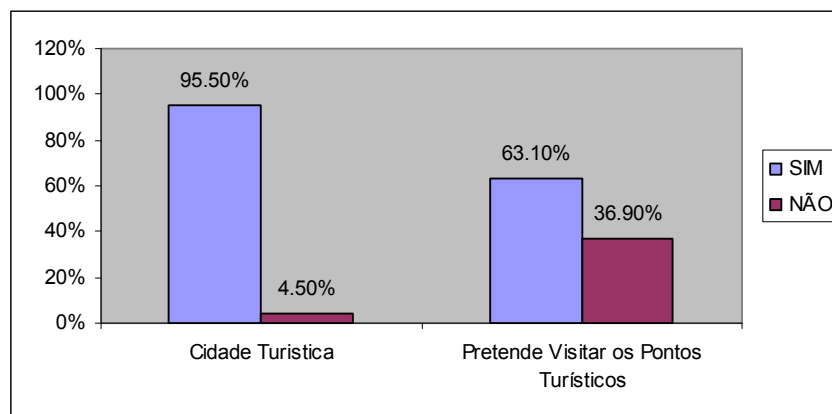


GRÁFICO 4 - Considera importante estes eventos em cidades turísticas

Consideramos que esta questão anterior merece um maior aprofundamento. E outro dado a se somar a esta questão é que 94 (52,5%) fazem turismo durante a realização do evento, ou seja, apenas metade dos entrevistados. Mas mesmo assim a maioria acha importante realizar o evento em locais com atrativo turístico.

Um dado que pode contribuir para entender esta diferença entre os valores de 63,1% que pretendem visitar os pontos turísticos e apenas 52,5% que fazem o turismo é o grande número de entrevistados 124 (70,1%) que participam de equipe competitiva e que tem como objetivo conhecer novos lugares, sendo este o motivo que os leva a participarem das equipes competitivas. Mas no transcorrer do evento outros fatores como envolvimento na competição e com o grupo, resultados alcançados e desgaste físico podem levar a uma mudança de postura sobre os atrativos e a cidade. Esta é uma questão que sem dúvida, merece um melhor estudo (GRAF. 5).

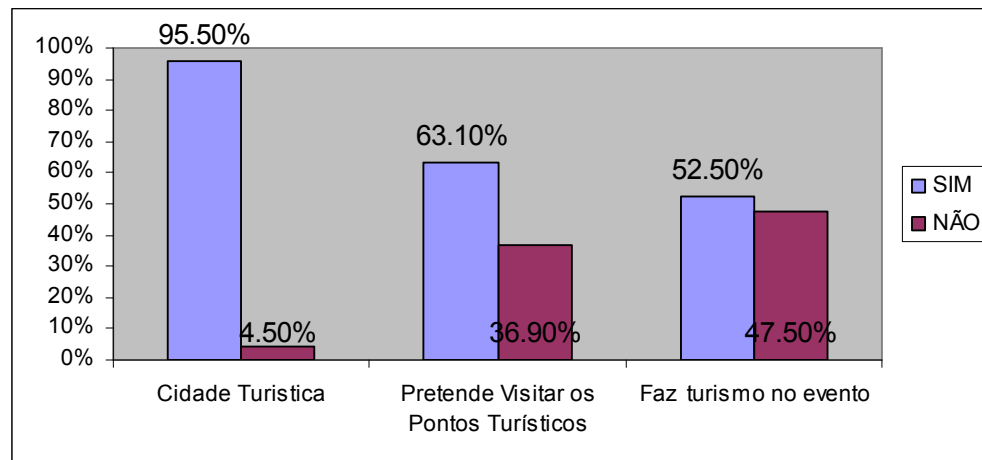


GRÁFICO 5 - Considera importante estes eventos em cidades turísticas e visita ou faz turismo

Sobre os gastos nos eventos, 140 (79,1%) afirmam terem a intenção de levar uma lembrança e destes 118 (77,1%) gostariam de levar uma lembrança da competição e os demais 35 (22,9%) da cidade (GRÁF. 6).

Durante os quatro eventos, nos locais de competição, não se encontrava nenhum estande de vendas ou barraquinha da instituição organizadora que oferecesse ou disponibilizasse a venda de artigos diversos ou lembranças sobre o acontecimento.

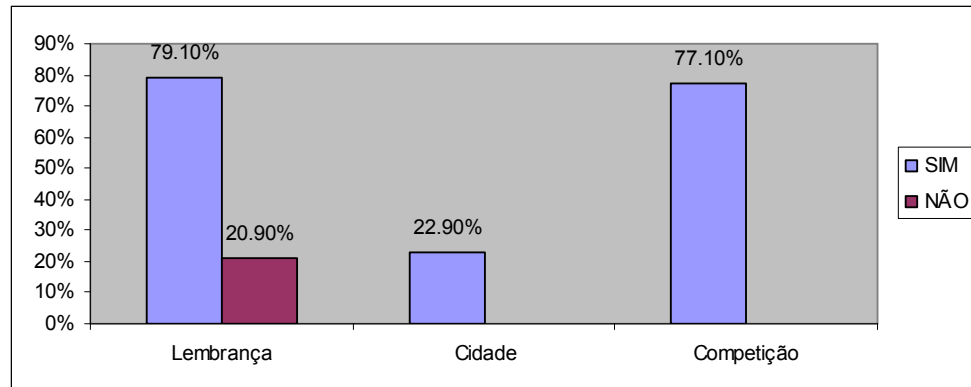


GRÁFICO 6 - Levará alguma lembrança

A venda de blusas diversas (tema Handebol) ou com alusão ao evento surge em momentos aleatórios, realizados por pessoas avulsas ou das próprias equipes participantes, nas arquibancadas ou no entorno dos ginásios. Se levarmos em conta que o gasto espontâneo de cinquenta reais foram de 55 (34,0%) participantes e se juntarmos os gastos de cinquenta a cem reais dos outros, teremos 90 (55,6%) participantes, o que representa um significativo potencial de consumo voluntário e que não é explorado pelos organizadores do evento ou comunidade (GRÁF. 7).

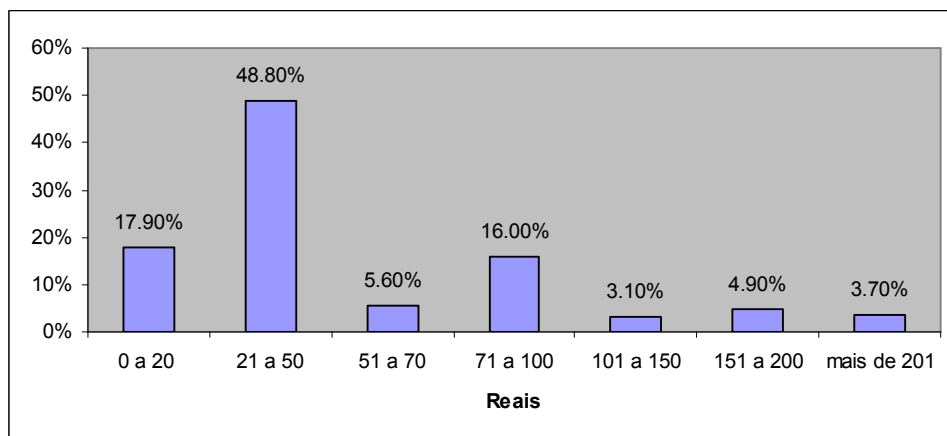


GRÁFICO 7 - Gastos durante o evento

Outro fator relevante é a falta de ligação entre o evento esportivo e a gestão turística, seja dos gestores esportivo seja da cidade ou comunidade local. De 176 entrevistados só 31

(17,6%) destes receberam alguma orientação turística sobre a cidade e seus atrativos e apenas 7 (26,9%) receberam a orientação da organização do evento (GRÁF. 8).

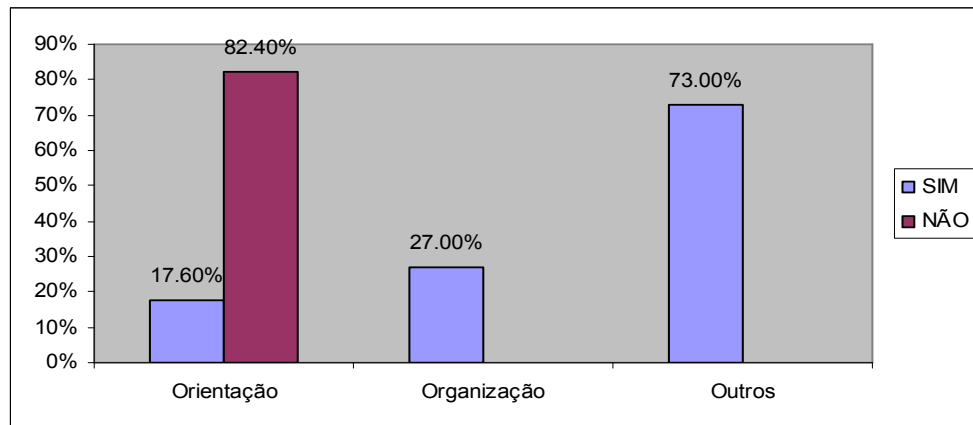


GRÁFICO 8 - Recebeu alguma orientação sobre atratividade

Falta um entendimento de que o evento esportivo passa também pela atração turística, tanto que 161 (90,96%) dos pesquisados consideraram que deveria haver um momento durante a competição para as visitas das atrações turísticas. O que os eventos pesquisados não especificam ou apresentam nos seus cronogramas (GRÁF. 9).

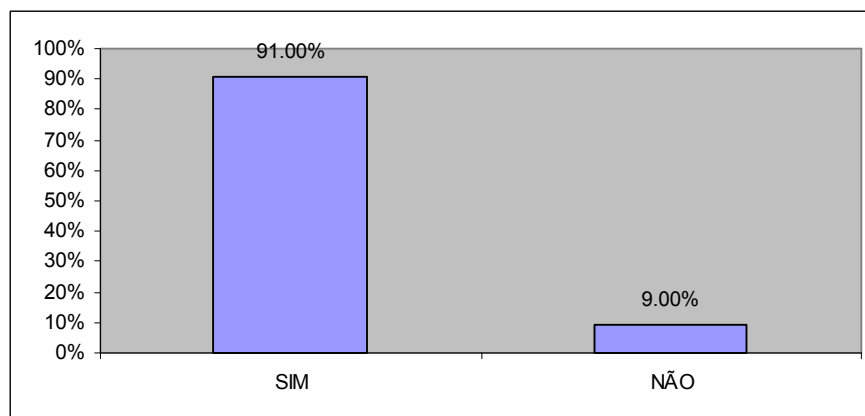


GRÁFICO 9 - Deveria ter um momento para visitar as atrações turísticas

Esta falta de gestão leva a um desconhecimento da importância destes para a comunidade, a cidade, e não leva em conta o potencial econômico que pode ser aproveitado com a participação das várias equipes no evento. Existe um fluxo normal de aproveitamento

representado pelos restaurantes e padarias nos horários das refeições. As casas noturnas e os bares têm frequência aumentada no período noturno, mas em nenhum momento um trabalho organizado para melhor atender aos participantes do evento e oportunizar um retorno maior à comunidade local.

Considerações Finais

A realização de eventos esportivos não deve ser vista apenas no âmbito do esporte. A realização de eventos, cada vez mais, extrapola os limites das equipes ou grupos de atletas que participam da competição. Atualmente existem diversas maneiras de integração dos eventos esportivos com os locais turísticos. Neste trabalho identificamos um interesse significativo dos participantes da modalidade de handebol em conhecer novos lugares, revelando uma preferência na realização dos eventos em cidades com atrativos turísticos. O estudo revelou que há um potencial inexplorado na integração dos eventos com a cidade promotora, particularmente no aspecto de viabilizar o retorno dos participantes.

Identificamos uma contradição aparente, pois a maioria dos participantes gostaria que o evento se realizasse numa cidade turística. No entanto foi constatado que um pouco mais da metade dos entrevistados pretendia visitar pontos turísticos e somente metade dos participantes efetivamente praticou turismo (dados identificados no GRÁF. 5). No nosso entendimento faltou divulgação dos atrativos turísticos da cidade junto aos participantes.

Um melhor aproveitamento do fluxo do visitante pela cidade poderia ser obtido com uma maior aproximação dos organizadores do evento com a comunidade e os órgãos públicos, principalmente os órgãos de turismo; com isto se obteria um melhor resultado; seja para os participantes, promotores, comunidade do entorno e a cidade de um modo geral.

Considerando-se que a maioria dos participantes levará uma lembrança da competição ou da cidade e que os gastos espontâneos de até cem reais foi realizado por mais da metade dos entrevistados, percebe-se que existe um potencial econômico que não é explorado pelos organizadores de eventos esportivos e pelo poder público local.

A parceria entre coordenadores do evento e autoridades locais pode aumentar o público alvo ao incorporarem os atrativos turísticos e outras opções de atividades, melhorando desse modo o potencial econômico real do acontecimento esportivo.

Outro aspecto a ser considerado é a ampliação do envolvimento da sociedade local com o evento, incluindo comunidade, comércio e os vários órgãos oficiais municipais; o que favorecerá a sua sustentabilidade nos próximos anos.

VII SEMINÁRIO 2010 ANPTUR

VII Seminário da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo
20 e 21 de setembro de 2010 – Universidade Anhembi Morumbi – UAM/ São Paulo/SP

A falta de informação sobre a cidade e seus atrativos, dos participantes atletas pode ser atribuída pela ausência de interação entre a coordenação e os diversos órgãos oficiais e associações privadas.

Devemos considerar, também, que a intensificação de interações da sociedade local com a coordenação dos eventos possibilitará um aumento da identificação da comunidade com a prática esportiva; possibilitando inclusive sua maior difusão e prática entre pessoas diversas da localidade.

Os organizadores e instituições promotoras de eventos esportivos devem adotar um novo olhar para estes acontecimentos. Há necessidades de uma visão interdisciplinar, envolvendo diversos setores de atuação, o que provocará um aumento do retorno (social, econômico e esportivo) para diversos segmentos da sociedade. Somente assim, com essa visão multifacetada, haverá possibilidade de se atender a demanda apresentada pelos participantes dos eventos esportivos.

Referências

ALLEN, Jonhy. *Gestão e organização de eventos*. Trad. Marise Philbois Toledo. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BRETON, C. *The Olympic challenge: can Montreal respond a second time to this mega tourism event after its 1976 host experience?* 1997. Dissertação (Mestrado em Science) – Universidade de Surrey, Surrey.

BUTLER, R. W. Pre- and post-impact assessment of tourism development. In: PEARCE, D.; BUTLER, R. (Orgs.). *Tourism research: critiques and challenges*. Londres: Routledge, 1993. p.135- 155.

BENIMELIS SEBASTIAN, J. B. y ORDINAS GARAU, A. O. El turismo de reuniones y negocios en Mallorca. *Cuadernos de Turismo*, Vol. 12, pp. 35-51, 2003.

CHALIP, L. *Leveraging the Sydney Olympics for tourism*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics (UAB), 2000. Disponível em: <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp096_

DIAS, Reinaldo. *Planejamento do Turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil*. São Paulo: Atlas, 2003.

GETZ, D. Special events: defining the product. *Tourism Management*, v.10, n.2, p.125-137, 1989.

Getz, D. and Smith, S.L.J. Scottish Tourist Board. "International Trends, Issues, and Case Studies in Festivals and Special Event Tourism" 1993.

HALL, C. M. *Hallmark tourist events: impacts, management & planning*. Londres: Belhaven Press, 1992.

HIGHAM, J. Introduction to sport tourism impacts and environments. In: HIGHAM, J. (Ed.) *Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis*. Oxford: Elsevier, 2005. p.223-232.

HINCH, T.; HIGHAM, J. *Sport tourism development*. Clevedon: Channel View Publications, 2003.

HOUGHTON, F. Latin America and the Olympic ideal of progress: an athlete's perspective. *The International Journal of the History of Sport*, v.22, n.2, p.158-176, 2005.

JONES, C. Mega events and host-region impacts: determining the true worth of the 1999 rugby World Cup. *International Journal of tourism Research*, 2001.

MALFAS, M.; THEODORAKI, E.; HOULIHAN, B. *Impacts of the Olympic Games as megaevents*. *Municipal Engineer*, v.157, n.3, p.209-220, 2004.

MOREIRA, A. C. y BATISTA, A. V. Turismo de eventos: desafios estratégicos de la ciudad de João Pessoa (Brasil). *Cuadernos de Turismo*, nº 23, pp. 31-46, 2009.

OLIVEIRA, Antonio Pereira. *Turismo e Desenvolvimento: planejamento e organização*. São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Fernando Jorge. *Ensinar o Andebol*. 1ª Edição. Porto: Campos das Letras, 1995.

ORAMS, M. Sport tourism and natural resource impacts. In: HIGHAM, J. (Ed.) *Sport tourism destinations: issues, opportunities and analysis*. Oxford: Elsevier, 2005. p.248- 259.

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.

PREUSS, H.; SEGUIN, B.; O'REILLY, N. Profiling major sport event visitors: the 2002 Commonwealth Games. *Journal of Sport & Tourism*, v.12, n.1, p.5–23, 2007.

RUBIO, Kátia. Da Europa para a América: a trajetória do Movimento Olímpico brasileiro. *Geo Crítica / Scripta Nova*. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales. Barcelona:Universidad de Barcelona, 1 de noviembre de 2005, vol. IX, núm. 200. <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-200.htm>> [ISSN: 1138-9788]

TADINI, R. F. Voluntariado em eventos esportivos especiais no Brasil: Uma análise da capacitação de voluntários promovida pelo comitê olímpico brasileiro. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, Santos: Intercom, 29 ago – 2 set 2007.

TRIOLA, M. F. *Introdução à Estatística*. 7ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 1999.

WHITSON, D.; MacINTOSH, D. The global circus: international sport, tourism, and the marketing of cities. *Journal of Sport & Social Issue*, 23, p.278-295, 1996.