

EVENTOS ESPORTIVOS E SEU IMPACTO NA CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO DE FORTALEZA - CEARÁ

Victor CASTRO

IFCE, Rua 820 n° 112 3º Etapa Conjunto Ceará, e-mail: vsantosdecastro@yahoo.com.br

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo apresentar os impactos dos eventos esportivos na cadeia produtiva do turismo da cidade de Fortaleza – Ceará, tendo em vista que a referida cidade será responsável por sediar um evento esportivo de repercussão mundial, a Copa de 2014. A partir de uma pesquisa bibliográfica realizou-se uma análise dos espaços que serão reformados ou construídos para atender a necessidade da demanda no período em questão, a partir de um planejamento adequado. Como resultado, a pesquisa mostra que os benefícios na cadeia produtiva do turismo de Fortaleza são significativos, já que a cidade receberá novos atrativos que permanecerão não somente durante o evento, mas posteriormente também, gerando emprego e renda, além do marketing que promoverá a cidade como destino turístico durante a realização do evento.

Palavras-chave: eventos esportivos, turismo de eventos, cadeia produtiva do turismo, planejamento.

INTRODUÇÃO

Atualmente, o turismo de eventos detém uma grande importância na composição de forças que regem a economia mundial, pois se trata de uma área em constante expansão, que contribui significativamente para o desenvolvimento de regiões, gerando empregos, renda e criação de infra-estrutura que beneficia não só o turista, como a população da cidade. A globalização e as novas tecnologias tem sido alguns dos fatores que contribuem para o avanço deste segmento produtivo.

Entende-se por evento uma atividade que reúne pessoas com um objetivo afim. Os eventos esportivos não fazem parte da agenda regular de atividades da cidade, região ou país sede, são considerados simultaneamente turísticos quando os praticantes e os espectadores não são residentes do local onde ocorre a realização do evento.

Fortaleza, conhecida por suas belas naturais inigualáveis como praias exuberantes e sol incrível, é uma das 12 cidades-sede da Copa de 2014, um evento de caráter nacional e internacional que se realizará no Brasil entre os meses de junho e julho do referido ano. Está será a vigésima edição da Copa do Mundo de Futebol da Federação Internacional de Futebol – FIFA.

Assim, a Copa do Mundo exigirá estratégias para atrair visitantes, buscando investimentos privados e governamentais para a melhoria da cidade. Ressaltando que o evento gera a cobertura da mídia, estimulando a promoção dos destinos turísticos brasileiros de maneira rápida e eficaz, o que muitos anos de campanhas publicitárias em todo o mundo não seriam capazes de conceder.

A capital do Ceará também é reconhecida por sua gastronomia e pela alegria de seu forró. Outras atrações da cidade são a Ponte dos Ingleses, o Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, que conta com museus, teatros, cinemas, bibliotecas, bares, planetário e outros. Fortaleza tem recebido um número cada vez maior de turistas brasileiros e estrangeiros. Objetivando atender a demanda futura, a cidade modificará e complementará a sua infraestrutura.

Os investimentos em infraestrutura turística e serviços visam o aperfeiçoamento no atendimento aos visitantes do evento e à promoção de uma imagem positiva do País, além da criação de bases sustentáveis para o aproveitamento do legado a ser deixado pelo evento, partindo de um bom planejamento estratégico.

Diversos são os projetos para incrementar o potencial turístico de Fortaleza. O presente artigo tem o objetivo de identificar os impactos causados na cadeia produtiva do turismo de uma cidade sede de um grande evento esportivo, a Copa Mundial, buscando identificar os benefícios para a região.

Ao longo do tempo, observa-se que os grandes eventos esportivos promovem benefícios à localidade não somente durante o período de sua realização, mas posteriormente também. Neste contexto, vale ressaltar os Jogos Olímpicos de 1992 realizados em Barcelona que revitalizaram a cidade, causando a sua ascensão política, social e econômica. Com isso, hoje Barcelona é um dos principais destinos turísticos da Europa.

TURISMO DE EVENTOS

O turismo de eventos é praticado com interesse profissional e cultural através de congressos, convenções, seminário, simpósios, feiras, encontros culturais, reuniões internacionais, competições esportivas e é uma das atividades econômicas que mais cresce no mundo atual (ANSARAH, 1999).

Organizar ou sediar eventos tem se tornado uma forma de os países promoverem a sua imagem, de se apresentarem ao mundo e de gerarem lucros para a cidade ou região anfitriã. A captação e promoção de eventos no mundo vêm sendo considerada o setor que mais retorno econômico e social oferece ao país e a cidade que sedia um evento (...) (ANSARAH, 1999)

Devido aos benefícios que os eventos podem gerar em um determinado local, a disputa para captar o evento, entre os destinos é cada vez maior. Aquele país, cidade ou região que estiver amparada para atender a demanda em questão será escolhida para sediá-lo. Portanto, a captação de eventos pressupõe um conjunto de ações para a promoção do local e das atrações de um destino.

Geralmente fatores como o clima, topografia, recursos, história, cultura e instalações, influenciam diretamente na escolha do local como sede do evento. A atratividade de um local é influenciada, também, pela sua infra-estrutura. Por isso, um destino deve dispor de uma infra-estrutura de qualidade, investindo em seus serviços públicos, principalmente no controle da segurança pública, trânsito, demografia, hospitais, saneamento e limpeza das ruas, assim como, aeroportos, centros de convenções e instalações turísticas, para oferecer ao turista o mínimo de conforto e confiança durante a sua estadia.

O turismo esportivo por vezes se mescla com o turismo de eventos esportivos. Em ambos os casos, existe o deslocamento de turistas para uma determinada região propícia à prática de um esporte específico, o que resulta numa utilização de toda a estrutura turística, afirmando assim o conceito de turismo.

A diferenciação consiste na motivação, no turismo esportivo, o turista viaja com a intenção de praticar o esporte por lazer ou treinamento, sem fins competitivos (GOIDANICH e MOLLETTA, 1998). Já o turismo de eventos esportivos o turista é motivado pela competição, ou seja, campeonatos ou jogos, ou seja, eventos que tem por característica o espaço de tempo determinado.

EVENTOS ESPORTIVOS

A história dos Eventos Esportivos data da antiguidade, foram os gregos os responsáveis pelas primeiras manifestações de caráter esportivo, os Jogos Olímpicos. Realizavam homenagens aos deuses, especialmente a Zeus. Atletas das famosas cidades-estados gregas se reuniam na cidade de Olímpia para disputarem diversas competições esportivas, nas seguintes modalidades: atletismo, luta, boxe, corrida de cavalo e outros. Os vencedores eram recebidos como heróis em suas cidades e ganhavam uma singela coroa de louros.

Além da religiosidade, os gregos buscavam através dos jogos olímpicos a paz e a harmonia entre as cidades que constituíam a civilização grega, é tanto que a bandeira olímpica formada por cinco anéis entrelaçados representa a união dos povos e raças dos cinco continentes. Outra característica de suma importância era a manutenção de um corpo saudável através do esporte.

Atualmente, os eventos esportivos, como os campeonatos, copas e olimpíadas têm esse caráter de união e paz entre as nações, motivando fluxos turísticos expressivos, despertando fortes interesses por parte de setores públicos e privados das áreas envolvidas, esporte e turismo. Nas últimas décadas, além de proporcionar prestígio às localidades que os promovem, vêm sendo alvo de significativos investimentos por parte de governos na melhoria das estruturas e de empresas que buscam firmar sua marca, veiculada na mídia provocada pelos jogos. (TENAN, 2002).

Os Eventos Esportivos são uma área de fundamental importância para o desenvolvimento dos setores turísticos, de eventos e de esportes, com efeitos positivos em amplos mercados diretos e indiretos nas comunidades emissoras, e principalmente nas receptoras (KURTZMAN & ZAUHAR 2005).

O turista de Eventos Esportivos costuma gastar aproximadamente o mesmo valor que visitantes de outros segmentos, porém com a vantagem de deixarem no destino contribuições diferenciadas oriundas da venda de ingressos dos jogos, partidas, competições ou compra de materiais esportivos. Ressaltando que os visitantes vêm de localidades mais distantes quando comparado aos demais segmentos turísticos.

A divulgação do destino turístico em questão é uma das características marcantes dos Eventos Esportivos, além de aumentar os gastos médios em marketing através da mídia espontânea (notícias esportivas em rádios, televisão, jornais, revistas especializadas), atrai patrocinadores com poder de altos recursos financeiros.

CADEIA PRODUTIVA DO TURISMO E PLANEJAMENTO

O conceito de cadeia produtiva no turismo está intrinsecamente ligado a um produto ou um atrativo turístico que interage com diferentes atividades que compõem o setor, ou seja, o produto ou o atrativo funciona como gerador de um conjunto de serviços apoiados no desenvolvimento de uma infra-estrutura local e regional. Compõem a Cadeia Produtiva do Turismo: meios de hospedagem, serviços de alimentação, transporte rodoviário e locação de veículos, agências de turismo, atrativos naturais, culturais, históricos, religiosos e outros.

O objetivo da Cadeia Produtiva do Turismo é promover o incremento da produção, inovar e estimular o consumo da referida área, se adequadamente geridos, permitem que o turismo atue como vetor da economia dentro de parâmetros de sustentabilidade. Para tal é necessário compreender a dinâmica de cada atividade envolvida no processo de desenvolvimento regional e o planejamento aplicado no mesmo.

A atividade turística, segundo Figueirola (1895) está dividida em três conjuntos de empresas: de serviços ao viajante, de transporte principal e de atenção ao viajante. A primeira possui a função principal de motivar, estruturar e vender a viagem e oferecer serviços de assistência, ou seja, caracterizado pelas agências de viagem, agências de viagens e turismo e operadoras de turismo.

As empresas de transporte principal realizam o deslocamento do turista entre o ponto de origem e o destino, cujos serviços exigem instalações adequadas para sua operação, como aeroportos, portos marítimos, terminais de transporte, linhas ferroviárias e outras. Já as empresas de atenção ao viajante possuem a função de prestar serviços ao visitante durante sua permanência no destino, ou seja, recepção, alojamento, alimentação, atividades de excursões, visitas e recreação, ou seja, tem caráter receptivo.

Tendo em vista que um megaevento como a Copa vai expor o País em todo o mundo de forma incisiva, é interesse de todos aproveitar esta divulgação de forma benéfica. Para tal, é importante dotar as cidades-sede com toda a infraestrutura turística necessária, para que o evento transcorra com a tranquilidade e qualidade.

A cidade de Fortaleza deverá utilizar estratégias para que as obras estipuladas sejam realizadas dentro do prazo determinado, para isso realizará um planejamento, uma vez que arcará com custos, benefícios, problemas e imprevistos durante a execução das atividades. Portanto, o planejamento deve integrar a organização turística do município. Segundo Barretto (2003, p.12), planejamento é:

Uma atividade, não é algo estático, é um devir, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que têm de ser coordenados para se alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, é lícita a permanente revisão, a correção de rumo, pois exige um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos.

Planejamento turístico, de acordo com Molina (2005, p.46):

O planejamento do turismo é um processo racional cujo objetivo maior consiste em assegurar o crescimento e o desenvolvimento turístico. Este processo implica vincular os aspectos relacionados como oferta, demanda e, em suma, todos os subsistemas turísticos, em concordância com as orientações dos demais setores de um país.

A fim de atender a demanda, Fortaleza deverá desenvolver ainda mais seu potencial turístico. Para assegurar a expansão da sua infraestrutura de forma correta e sem maiores transtornos, a cidade planejará as metas, os prazos, os objetivos, analisará a oferta, a geração de empregos e renda, a viabilidade da implantação de determinados projetos, assim como sua manutenção.

METODOLOGIA

A pesquisa teve caráter bibliográfico, abrangendo a leitura, análise e interpretação de livros, textos, periódicos e fontes virtuais sobre o evento estudado, em suma publicações de gênero semelhante, visando obter diferentes contribuições científicas disponíveis sobre o tema em questão.

Utilizou-se três categorias para a coleta de dados: identificação, na qual foram identificadas as propostas que irão compor a cadeia turística da região. A segunda categoria estabelecida diz respeito às modificações infraestruturais, através das quais foram observadas as alterações da cadeia produtiva diretamente envolvida na Copa de 2014. E, posteriormente foram analisados os impactos gerados na economia com a realização do evento.

A observação direta da região sede do evento, Fortaleza, também fez parte do processo de análise, com a finalidade de examinar acontecimentos que viessem a gerar alguns dados, ou mesmo que elucidassem aspectos da mesma. As variáveis referentes à cadeia produtiva do turismo e a Copa de 2014 foram analisadas em consonância a partir de uma relação causa e efeito.

ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Eventos Esportivos mobilizam a comunidade local em torno de melhorias de hospitalidade, de serviços e produtos turísticos, de equipamentos e bens de apoio ao turismo, em suma, infraestrutura. Para atender a demanda para a Copa Fortaleza deve adaptar sua infraestrutura, para tal adotou alguns projetos como: a reforma do estádio Castelão, a ampliação do Aeroporto Pinto Martins, o novo Centro de Convenções, o Metrô de Fortaleza, a melhoria do sistema viário e do transporte público e a duplicação da rede hoteleira no estado.

O Aeroporto Internacional Pinto Martins segundo a Infraero deverá realizar algumas obras, como um novo terminal, ampliação do estacionamento, construção de área para manutenção de aeronaves, entre outras intervenções, que deverão ser concluídas em 2013, com o objetivo de garantir praticidade, conforto e segurança durante e depois da realização do evento. Fortaleza possui um sistema interligado de transporte coletivo, com sete terminais integrados de ônibus urbano, dois terminais não integrados e duas estações rodoviárias que irão garantir a mobilidade dos turistas na região. A fim de amplificar as opções de transporte para atender a demanda serão finalizadas as obras do Metrô Fortaleza.

Os principais estádios de Fortaleza são o Plácido Castelo, popularmente denominado Castelão, e o Presidente Vargas, mais conhecido como PV. O Plácido Castelo é o mais moderno do Ceará, tem 58 mil lugares numerados. O espaço conta com camarotes climatizados, vestiários e bares panorâmicos, segundo a FIFA – Federação Internacional de Futebol, o estádio deverá aumentar seu número de vagas de estacionamento interno e externo e melhorar a oferta de cabines para a imprensa. Ressaltando que o estádio encontra-se cercado por residências de baixa renda, o que exigirá um planejamento adequado e investimentos consideráveis no entorno.

Dentre os projetos, o mais audacioso, é o Acuario Ceará que será construído na Praia de Iracema, área bastante conhecida pelos turistas que freqüentam a cidade. Será o primeiro aquário internacional da América Latina. O equipamento, de cunho científico-educacional, se tornará um importante atrativo de visitação, fortalecendo assim o turismo do Ceará. Além da localização privilegiada, o Acuario terá quatro pavimentos com áreas de lazer, dois cinemas 4D, simuladores de submarino, equipamentos que proporcionam interação entre público e aquário e túneis submersos que levarão os visitantes ao interior do tanque de animais marinhos.

O novo Centro de Convenções tem projeto arquitetônico moderno, inspirado em falésias, dunas e nos bordados das rendadeiras, primando características regionais. A estratégia do empreendimento consiste em reposicionar o destino Fortaleza no segmento de eventos, tanto em nível regional e em cenário nacional, uma vez sua estrutura carece em comparação a Bahia, Pernambuco e Rio Grande do Norte.

A cidade disponibiliza ainda projetos de capacitação em turismo para a população para que esta atenda com excelência os turistas que em Fortaleza se encontrarem. Todos estes projetos necessitam de grandes investimentos de verba, seja do setor público ou privado, estes empreendimentos gerarão emprego e renda, além de conforto e variedade nas opções de lazer dos residentes locais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os benefícios oriundos de uma Copa para as cidades que a sediaram são incontestáveis. A cidade que a organiza não só se torna o centro das atenções do mundo todo, mas aumenta o fluxo turístico antes e depois do acontecimento, com impacto direto no produto interno bruto, uma vez que gera emprego e renda.

Neste sentido a avaliação da contribuição deste evento esportivo para a economia da cadeia produtiva turística é de significativa relevância para o desenvolvimento do turismo de uma forma sustentável, visto que na cidade é praticado o turismo de sol e mar, ou seja, extremamente sazonal, explorando somente as belezas naturais.

A Copa deve ser encarada como uma oportunidade de mobilização inédita para realização de projetos que deveriam ter sido executados, mas não obtinham a prioridade devida. Sendo assim, o Turismo de Eventos apresenta-se como uma das oportunidades que visa fomentar o turismo em diferentes épocas do ano, buscando também contornar os efeitos da "alta e baixa estação", ou seja, equilibrar a demanda.

Os promotores realizam seus eventos em época de baixa temporada, quando encontram as mais diversas facilidades como: preço baixo nos hotéis, nas passagens aéreas, dentre outros. Além disso, visando os futuros lucros, vários locais estarão dispostos a sediá-los.

Um evento esportivo necessita de um grande número de profissionais durante a sua realização, provocando uma movimentação considerável no setor econômico e financeiro das cidades sedes. Deve-se observar que o turista de eventos também é motivado por interesses profissionais, e por vezes unificando atividades de trabalho e lazer, daí a necessidade da cidade sede ser considerada turística. Assim, o turista poderá retornar depois, com a família ou amigos para os locais que mais lhe agradaram.

AGRADECIMENTOS

À Maria da Conceição Santos de Castro e José Rocha de Castro, pais dedicados e sempre colaboradores. Ao Instituto Federal do Ceará e à Universidade Estadual do Ceará, instituições nas quais estou sendo capacitado e qualificado intelectualmente e a todos que direta ou indiretamente contribuíram para que esse trabalho fosse finalizado.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANSARAH, M. G.R. **Turismo**: segmentação de mercado. 4. ed São Paulo: Futura, 1999. **Como aprender turismo**: como ensinar. 2. ed. São Paulo: SENAC, 2001.

BARRETTO, Margarita. *Planejamento e organização em turismo*. – 8 ed. – São Paulo: Papirus, 2003.

FIGUEROLA PALOMO, Manuel. **Teoría Económica del Turismo**. Madrid: Alianza Editorial, 1985.

GOIDANICH, K.L; MOLLETTA, V.F. **Turismo esportivo**. Porto Alegre: Sebrae/RS, 1998.

GOIDANICH, K. L. **Turismo esportivo**. 2. ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000 (b).

KOTLER, P. **Marketing Público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

KURTZMAN, J.; ZAUHAR, J. (2005). Sport tourism consumer motivation. *Journal of Sport Tourism*, 10, 1, 21-31.

MOLINA, Sérgio. **Turismo: metodologia e planejamento**. São Paulo: Edusc, 2005.

TENAN, Ilka Paulete. **Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

http://www.cob.org.br/jogos_olimpicos/home.asp, acesso em 18 de maio de 2010 às 12h01min.

<http://www.copa2014.org.br/noticias/291/OS+DESAFIOS+DE+FORTALEZA+PARA+A+COPA+2014.html>, acesso em 20 de maio de 2010, às 22h15min.

<http://www.copa2014.org.br/noticias/240/FORTALEZA+INVESTIRA+R+92+BI+PARA+COPA+2014.html>, acesso em 23 de maio de 2010, às 14h30min.

http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/03p_ropostas.html, acesso em 12 de junho de 2010, às 22h30min.