

Erick Alan Moreira Ferreira

FUTEBOL E TURISMO:

POSSIBILIDADES DE APROXIMAÇÃO ENTRE O “NOVO” MINEIRÃO E A PAMPULHA

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG

2015

Erick Alan Moreira Ferreira

FUTEBOL E TURISMO:

POSSIBILIDADES DE APROXIMAÇÃO ENTRE O “NOVO” MINEIRÃO E A PAMPULHA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer (PPGIEL) da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial ao título de Mestre em Estudos do Lazer.

Orientador: Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva

Belo Horizonte

Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional/UFMG

2015



ATA DA 85ª DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

ERICK ALAN MOREIRA FERREIRA

Às 14h00min do dia 26 de junho de 2015 reuniu-se na Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional da UFMG a Comissão Examinadora de Dissertação, indicada pelo Colegiado do Programa para julgar, em exame final, o trabalho *Futebol e turismo: possibilidades de aproximação entre o "Novo Mineirão e a Pampulha"* requisito final para a obtenção do Grau de Mestre em Estudos do Lazer. Abrindo a sessão, o Presidente da Comissão Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva, após dar a conhecer aos presentes o teor das Normas Regulamentares do Trabalho Final, passou a palavra para o candidato, para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, com a respectiva defesa do candidato. Logo após, a Comissão se reuniu, sem a presença do candidato e do público, para julgamento e expedição do resultado final. Foram atribuídas as seguintes indicações:

Membros da Banca Examinadora	Aprovado	Reprovado
Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva (Orientador)	X	
Prof. Dr. Héber Eustáquio de Paula (UFOP)	X	
Prof. Dr. Sílvio Ricardo da Silva (UFMG)	X	

Após as indicações o candidato foi considerado: aprovado

O resultado final foi comunicado publicamente para o candidato pelo Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar o Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora.

Belo Horizonte, 26 de junho de 2015.

Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva (Orientador)

Prof. Dr. Héber Eustáquio de Paula (UFOP)

Prof. Dr. Sílvio Ricardo da Silva (UFMG)

Dedico este trabalho a todos aqueles que, de uma forma ou de outra, contribuíram para sua concretização, especialmente, aos meus pais, que nunca deixaram de confiar e acreditar em mim.

AGRADECIMENTOS

Chegando ao final de uma das etapas das mais importantes e desafiadoras da minha vida, tenho a certeza que, sozinho, a concretização deste sonho teria sido impossível. Portanto, mesmo correndo o risco de me esquecer de pessoas importantes, não poderia de deixar de explanar a minha eterna gratidão e os meus sinceros agradecimentos àqueles que caminharam junto comigo nesta jornada.

Primeiramente, gostaria de agradecer a Deus, por me guiar, iluminar e acalmar a minha cabeça nos momentos mais difíceis.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva, pelos ensinamentos, pela disponibilidade e pela maneira com a qual me orientou, sempre sereno, lúcido e companheiro.

Ao Prof. Dr. Silvio Ricardo da Silva, por ter me aberto as portas do Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas (GEFuT) e da UFMG, além ter aceitado o convite para participar da banca de qualificação e da banca avaliadora da dissertação.

Ao Prof. Dr. Héber Eustáquio de Paula, por também ter aceitado participar das avaliações, tanto na qualificação do projeto quanto na defesa da dissertação.

À Minas Arena, por ter permitido o acesso ao Mineirão através da concessão das credenciais, facilitando o processo de coleta de dados.

À Capes (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior), pela concessão da bolsa de estudos durante todo o período de realização deste mestrado.

À Prefeitura Municipal de Ouro Preto, pela concessão da licença para estudos.

Ao GEFuT, pelo acolhimento, apoio e pelos debates promovidos nas reuniões. Agradeço aos membros do grupo pela ótima convivência nesses dois anos (Alexandre, Bárbara, Bill, Cambará, Carlos, Christian, Gino, Jeffinho, João, Júnior, Leandro, Marina, Plínio, Priscila, Sarah, Sílvio, Tio Phill, TJ e Tomáz).

Ao Grupo em Políticas Públicas de Esporte e Lazer (POLIS/UFMG), pelas contribuições suscitadas nesta dissertação. Agradeço também aos membros do grupo pelo convívio harmonioso (Juliana, Luciano, Ludmila, Marilita, Rafael e Rita).

À “equipe” que me auxiliou no processo de coleta de dados (André, Ronaldo e Sidney). Agradeço, especialmente, ao André, que esteve presente em mais de 80% dos jogos, independente do dia da semana, horário da partida e das condições climáticas.

Aos meus pais, Deivan e Beatriz, que partilharam comigo as aflições e angústias nesta reta final. Sou grato e agradecerei a vocês, por toda a vida, pela confiança, dedicação e paciência. Sem o apoio seus, jamais conseguiria ter chegado até aqui.

À minha namorada, Juliana, pelo amor, cumplicidade, compreensão e apoio em todas as etapas deste processo.

Aos meus familiares, que sempre estiveram comigo, avô, avó, tios, tias e primos.

Aos amigos de Cachoeira, que me fazem enxergar um mundo muito mais amplo para além dos limites da academia e que compreenderam o meu afastamento durante este período de “bitolação”.

Aos servidores da biblioteca da Escola de Minas da Universidade Federal de Ouro Preto, especialmente, à Maria, que facilitaram a minha vida nos empréstimos de livros, evitando que eu tivesse que me deslocar sempre até UFMG.

Por fim, agradeço a todos os participantes da pesquisa, admiradores e apaixonados pelo futebol, assim como eu.

RESUMO

Esta dissertação teve como objetivo geral pesquisar a prática do turismo futebolístico em Belo Horizonte-MG, a partir das possibilidades de aproximação entre o “novo” Mineirão e a Pampulha, diante da lógica oriunda do novo ordenamento do futebol brasileiro. Investigou-se, especificamente, o tratamento que a Pampulha recebe pelo poder público municipal em relação ao aspecto do lazer e do turismo, o perfil socioeconômico dos torcedores visitantes que frequentam o estádio em jogos da temporada regular do futebol brasileiro (competições de clube ao nível regional, nacional e continental), as razões que os motivam a viajarem para assistir a uma partida de futebol, a atratividade turística exercida pelo “novo” Mineirão e o consumo turístico realizado na região. Esta pesquisa classifica-se como qualitativa e quantitativa, do tipo exploratória e descritiva. Como parte da etapa qualitativa/exploratória, realizou-se pesquisa bibliográfica e documental, já a parte quantitativa/descritiva foi desenvolvida por meio de uma pesquisa de campo. O instrumento utilizado para a coleta de dados foi o formulário. Os formulários foram aplicados aos torcedores em dias de jogos realizados no Mineirão, nas áreas internas e externas do estádio. Para poder participar da pesquisa, o torcedor deveria ter mais de dezoito anos de idade e não possuir moradia fixa na cidade de Belo Horizonte. Ao todo, 335 torcedores participaram da pesquisa. Com a realização da pesquisa exploratória, identificou-se que, na Pampulha, mesmo tendo sido criada na década de 1940 com o objetivo de se tornar o espaço de referência da capital mineira em termos de vivências sociais, especialmente em relação ao turismo, esta atividade começou a se desenvolver, de fato, somente na década de 2000, quando se permitiu o uso não residencial da região, o que possibilitou a instalação de atividades econômicas, como, por exemplo, os serviços turísticos. Com as intervenções realizadas para a Copa Mundo de 2014, a Pampulha consolidou-se como espaço turístico, uma vez que houve ampliação e melhoria dos seus atrativos, equipamentos, infraestrutura e serviços voltados para a atividade turística. Sobre os dados coletados na pesquisa de campo, identificou-se que o perfil socioeconômico do torcedor visitante apresenta características particulares condizentes com este tipo de público, que se define, predominantemente, como casado, adulto e com nível elevado em relação à formação escolar e renda, e, ainda, em consonância com o cenário de mercantilização do futebol brasileiro, grande parte já se tornou sócio-torcedor e a minoria faz parte de torcida organizada. A maioria dos torcedores visitantes viaja com o objetivo principal de assistir a uma partida de futebol no estádio e os valores intrínsecos ao “novo” Mineirão são fatores que os motivam a querer frequentá-lo. Os torcedores visitantes são, em sua maioria, turistas e hospedam-se prioritariamente em hotel/pousada e, quando o motivo principal da viagem é o futebol, a Pampulha é a região mais demandada. No que se refere ao consumo turístico na Pampulha, a minoria dos torcedores visitantes realizou outros tipos de atividades além da vivência futebolística, no entanto, percebe-se que o passeio na orla da Lagoa da Pampulha, o consumo em bares e restaurantes e a visita à Igreja de São Francisco de Assis e ao zoológico são as atividades mais recorrentes entre os torcedores que agregam a vivência no futebol com a atividade turística. Portanto, tanto pelas intervenções ocorridas na paisagem urbana da Pampulha, que a constituíram como espaço turístico, quanto pelo fluxo turístico proveniente da demanda futebolística, acredita-se que o futebol possa ser pensado, para além da dimensão esportiva, como uma atração turística capaz de fomentar o turismo na localidade.

Palavras-chave: Futebol. Turismo. Estádio. “Novo” Mineirão. Pampulha.

ABSTRACT

This dissertation aimed to investigate the practice of football tourism in Belo Horizonte-MG, from the possibilities of approximation between the “new” Mineirão and Pampulha, before the coming of the new spatial logic of Brazilian football. Investigated specifically the treatment that the Pampulha receives by the municipal government regarding the appearance of leisure and tourism, the socio-economic profile of the visiting fans who attend the stadium in regular season games of Brazilian football (club competitions to the level regional, national and continental), the reasons that motivate them to travel to watch a football match, the tourist attraction exerted by the “new” Mineirão and tourism consumption performed in the region. This research is classified as qualitative and quantitative, exploratory and descriptive. As part of the qualitative/exploratory stage, took place bibliographical and documentary research, as quantitative/descriptive part, was done by conducting a field survey. The instrument used for data collection was the form. The forms were applied to fans on game days held in the Mineirão, in internal and external areas of the stadium. In order to participate in the survey, the fan should be over eighteen years of age and has no fixed dwelling in the city of Belo Horizonte. At the end of the study, participated 335 fans. With the completion of exploratory research, it was identified that the Pampulha, even though it was created in the 1940s with the aim of becoming the reference area of the state capital in terms of social experiences, especially in relation to tourism, this activity began develop, in fact, only in the 2000s, when it became allowed non-residential use of the area, allowing the installation of economic activities, for example, tourist services. With interventions carried out for the World Cup 2014, the Pampulha established itself as a tourist space, since there was expansion and improvement of its attractions, equipment, infrastructure and services for the tourism industry. On the data collected in the field research, we identified that the visitor supporter socioeconomic profile presents particular characteristics consistent with this kind of audience, which is defined as predominantly married, adult and high level with regard to schooling and income, and Moreover, in line with the commodification scenario of Brazilian football, much longer it became socio-fans and the minority part of cheerleading. Most visiting fans traveling with the main objective to watch a football match at the stadium and the intrinsic values to the “new” Mineirão, are factors that motivate them to want to attend it. Visitors fans are mostly tourists and staying primarily in hotel/hostel, and when the main purpose of trip is football, Pampulha is the most demanded area. With regard to tourism consumption in Pampulha, the minority of visiting fans held other activities besides football experience, however, one realizes that the ride on the edge of Lagoa da Pampulha, consumption in bars and restaurants and the visit the Church of St. Francis of Assis and the zoo, are the most frequent activity among fans that add the experience in football with tourism. Therefore, both the interventions occurred in the urban landscape of Pampulha that formed as a tourist space as the tourist flow from the footballing demand, it is believed that football might be thinking beyond the sporting dimension, as a tourist attraction capable of promoting tourism in the locality.

Keywords: Football. Tourism. Stadium. “New” Mineirão. Pampulha.

LISTA DE ABREVIATURAS

ADEMG – Administração de Estádios do Estado de Minas Gerais
ADE Pampulha – Área de Diretrizes Especiais da Pampulha
A&B – Alimentos e Bebidas
CAT – Centro de Informação ao Turista
CLT – Consolidação das Leis do Trabalho
COMPUR – Conselho Municipal de Política Urbana
FGV – Fundação Getúlio Vargas
FIFA – Fédération Internationale de Football Association
GEFuT – Grupo de Estudos Sobre Futebol e Torcida
IEPHA – Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais
IPHAN – Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
IV CMPU – Conferência Municipal de Política Urbana
JK – Juscelino Kubitschek
LOM – Lei Orgânica do Município
LPOUS – Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo
OMT – Organização Mundial do Turismo
PDITS/BH – Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Município de Belo Horizonte
PEI – Planejamento Estratégico Integrado
POLIS/UFMG – Grupo em Políticas Públicas de Esporte e Lazer
PPGIEL – Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos da Lazer
PBH – Prefeitura Municipal de Belo Horizonte
SPSS/IBM – Statistical Package for Social Sciences
UDN – União Democrática Nacional
UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais
UFOP – Universidade Federal de Ouro Preto
UNESCO – Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Imagem da construção do Mineirão na década de 1960, com a presença, supostamente, de técnicos responsáveis pelas obras do estádio	53
FIGURA 2 – Imagem do Mineirão na década de 1970 com vista para a Lagoa da Pampulha ao fundo	56
FIGURA 3 – Vista aérea da Lagoa da Pampulha, com o Mineirão e Mineirinho ao fundo e a Igreja de São Francisco de Assis do lado direito	70
FIGURA 4 – Imagem da poluição da Lagoa da Pampulha em área próxima aos principais atrativos turísticos da localidade	83
FIGURA 5 – Imagem da nova sinalização turística interpretativa da Pampulha	84
FIGURA 6 – Foto do Museu de Arte da Pampulha	86
FIGURA 7 – Foto da Casa do Baile	86
FIGURA 8 – Foto da Igreja de São Francisco de Assis	87
FIGURA 9 – Foto das arquibancadas e a da geral do antigo Mineirão	98
FIGURA 10 – Imagem interna do “novo” Mineirão	100
FIGURA 11 – Grupo de turistas em visita ao “novo” Mineirão	103
FIGURA 12 – Visão panorâmica do "novo" Mineirão	108
FIGURA 13 – Imagem ilustrativa de um dos hotéis inaugurados para Copa do Mundo, com o Mineirão ao fundo	111
FIGURA 14 – Presença de torcedores em um <i>hostel</i> conjugado com bar e restaurante na orla da Lagoa da Pampulha	112
FIGURA 15 – Linha MOVE Mineirão levando torcedores do Cruzeiro para o estádio	115
FIGURA 16 – Confraternização entre os torcedores do Cruzeiro no entorno do Mineirão	168
FIGURA 17 – Torcedores do Cruzeiro no entorno da Lagoa da Pampulha antes de um jogo realizado no Mineirão	183
FIGURA 18 – Torcedores do Cruzeiro em um bar no entorno da Lagoa da Pampulha antes de um jogo realizado no Mineirão	184
FIGURA 19 – Torcedores do Cruzeiro em bares e restaurantes próximos ao Mineirão antes de um jogo	185
FIGURA 20 – Torcedores do Cruzeiro visitando a Igreja de São Francisco de Assis antes de um jogo realizado no Mineirão	186
FIGURA 21 – Exemplo de casas que servem de estacionamento em dias de jogos realizados no Mineirão	190

LISTA DE QUADRO

QUADRO 1 – Hierarquização dos atrativos turísticos da Pampulha	79
---	----

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Times dos torcedores visitantes	132
GRÁFICO 2 – Localidade de moradia habitual (Estados)	133
GRÁFICO 3 – Localidade de moradia habitual (Mesorregiões de Minas Gerais)	134
GRÁFICO 4 – Estado civil do torcedor visitante	136
GRÁFICO 5 – Faixa etária do torcedor visitante	137
GRÁFICO 6 – Renda média familiar do torcedor visitante	139
GRÁFICO 7 – Ocupação profissional do torcedor visitante	140
GRÁFICO 8 – Composição do grupo de viagem	143
GRÁFICO 9 – Assiduidade do torcedor visitante no Mineirão antes da reforma	145
GRÁFICO 10 – Assiduidade do torcedor visitante do Cruzeiro no Mineirão antes da reforma	146
GRÁFICO 11 – Assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão no ano de 2013	147
GRÁFICO 12 – Assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão no ano de 2014	149
GRÁFICO 13 – Outros tipos de motivação da viagem até Belo Horizonte	153
GRÁFICO 14 – Meios de transporte utilizados até Belo Horizonte	157
GRÁFICO 15 – Relação turistas/excursionistas entre os torcedores visitantes	159
GRÁFICO 16 – Quantidade de pernoites realizadas em Belo Horizonte	161
GRÁFICO 17 – Meios de hospedagem utilizados pelos torcedores turistas	163
GRÁFICO 18 – Localização do meio de hospedagem utilizado pelo torcedor turista	166
GRÁFICO 19 – Localização do meio de hospedagem utilizado pelo torcedor turista (hotel/pousada)	169
GRÁFICO 20 – Avaliação do meio de hospedagem (hotel/pousada) utilizado na Pampulha	171
GRÁFICO 21 – Quantia de gastos efetuada pelo torcedor visitante	174

GRÁFICO 22 – Principais gastos efetuados pelo torcedor visitante	177
GRÁFICO 23 – Avaliação do aspecto turístico da Pampulha	191

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Viagens do torcedor visitante do Cruzeiro no ano de 2013	148
TABELA 2 – Viagens do torcedor visitante do Cruzeiro no ano de 2014	150
TABELA 3 – Motivo da viagem – relação com a classificação dos torcedores	152
TABELA 4 – Aspectos relacionados com a atratividade turística do “novo” Mineirão	155
TABELA 5 – Meio de transporte utilizado até Belo Horizonte – relação com a variável localidade de moradia habitual do torcedor	158
TABELA 6 – Categoria turista/excursionista – relação entre variáveis	160
TABELA 7 – Número de pernoites realizadas em Belo Horizonte – relação entre variáveis	162
TABELA 8 – Meios de hospedagem utilizados pelos torcedores turistas – relação com a variável renda	165
TABELA 9 – Localização dos meios de hospedagem utilizados pelo torcedor turista – relação com a variável motivação da viagem	167
TABELA 10 – Localização da hospedagem (hotel/pousada) – relação com a variável motivação da viagem	170
TABELA 11 – Gastos efetuados com a viagem – relação entre variáveis	175
TABELA 12 – Principal gasto efetuado com a viagem – relação entre variáveis	178
TABELA 13 – Consumo turístico na Pampulha – relação entre variáveis	181
TABELA 14 – Visita aos atrativos turísticos da Pampulha	182
TABELA 15 – Principais dificuldades encontradas pelo torcedor visitante na Pampulha	189
TABELA 16 – Principais barreiras que impedem o torcedor visitante do Cruzeiro frequentar mais o “novo” Mineirão	194

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
1 A CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO URBANO DA PAMPULHA: LÓCUS PRIVILEGIADO PARA VIVÊNCIAS SOCIAIS	38
1.1 Símbolo da modernidade belo-horizontina	39
1.2 Lazer, esporte e turismo: vivências sociais intrínsecas na dinâmica do espaço projetado (1943-1954)	43
1.3 Da decadência ao ressurgimento	48
<i>1.3.1 A reconstrução da barragem e a construção de novos equipamentos de lazer</i>	<i>49</i>
1.3.1.1 Fatores que engendraram a construção do Estádio Governador Magalhães Pinto – “Mineirão”	51
1.4 Proteção ao patrimônio histórico e cultural	57
1.5 A “oficialização” da Pampulha como espaço de lazer e turismo da capital mineira	61
1.6 Planos e programas municipais que versam sobre desenvolvimento turístico da Pampulha	77
2. FUTEBOL, MERCADO E TURISMO	90
2.1 Futebol – de símbolo de uma paixão nacional a um negócio mercadológico apropriado pela indústria do lazer e do entretenimento	91
2.2 Copa do Mundo e a efervescência da lógica mercadológica – proliferação das arenas multiuso e reflexos na vivência do torcer	95
2.3 A Copa do Mundo em Belo Horizonte – o “novo” Mineirão e as transformações no espaço urbano da capital mineira com foco na atividade turística na Pampulha	104
2.4 Turismo esportivo	117
<i>2.4.1 Turismo de eventos esportivos</i>	<i>123</i>
2.4.2 Turismo futebolístico	127
3. A PRÁTICA DO TURISMO FUTEBOLÍSTICO EM BELO HORIZONTE: APROXIMAÇÕES ENTRE O “NOVO” MINEIRÃO E A PAMPULHA	130
3.1 Informações gerais sobre a pesquisa e os participantes	130
<i>3.1.1 Competições</i>	<i>130</i>
<i>3.1.2 Dias e horários de realização da pesquisa</i>	<i>131</i>
<i>3.1.3 Classificação do torcedor</i>	<i>131</i>
<i>3.1.4 Clubes e seus respectivos Estados</i>	<i>132</i>
<i>3.1.5 Localidade de moradia habitual</i>	<i>133</i>

3.2 Perfil socioeconômico do torcedor visitante	135
3.2.1 <i>Gênero</i>	135
3.2.2 <i>Estado civil</i>	136
3.2.3 <i>Faixa etária</i>	137
3.2.4 <i>Escolaridade</i>	138
3.2.5 <i>Renda média familiar</i>	138
3.2.6 <i>Ocupação profissional</i>	140
3.2.7 <i>Sócio-Torcedor</i>	141
3.2.8 <i>Torcida organizada</i>	142
3.3 Composição do grupo de viagem	142
3.4 Viagens e fatores motivacionais	144
3.4.1 <i>Assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão</i>	144
3.4.2 <i>Fatores motivacionais</i>	151
3.4.2.1 <i>Principal motivo da viagem até Belo Horizonte</i>	151
3.4.2.1.1 <i>Outros tipos de motivação da viagem até Belo Horizonte</i>	153
3.4.2.2 <i>Reforma do Mineirão como fator motivador da ida do torcedor visitante ao estádio</i>	154
3.5 Utilização de serviços turísticos	156
3.5.1 <i>Meio de transporte</i>	156
3.5.2 <i>Turistas / Excursionistas</i>	159
3.5.2.1 <i>Pernoites</i>	161
3.5.3 <i>Meio de hospedagem</i>	163
3.5.3.1 <i>Localização da hospedagem</i>	165
3.5.3.1.1 <i>Localização dos meios de hospedagem comercial (hotel/pousada)</i>	169
3.5.3.1.1.1 <i>Avaliação dos meios de hospedagem comercial da Pampulha (hotel/pousada)</i>	170
3.5.3.1.2 <i>Motivo de não ter utilizado hospedagem comercial (hotel/pousada) na Pampulha</i>	172
3.6 Gastos com a viagem e consumo turismo na Pampulha	173
3.6.1 <i>Gastos totais com a viagem</i>	173
3.6.2 <i>Consumo turístico na Pampulha</i>	179
3.6.2.1 <i>Visita aos atrativos turísticos da Pampulha</i>	182

3.6.2.2 Motivo de não ter ocorrido consumo turístico na Pampulha	187
3.6.2.3 Consumo de serviços de ambulantes e barraqueiros	187
3.6.2.3 Principais dificuldades encontradas pelo torcedor visitante na Pampulha e a avaliação do aspecto turístico da região	189
3.6.2.4 Visita aos demais atrativos turísticos da cidade	192
3.7 Principais barreiras que impedem o torcedor visitante frequentar mais o “novo” Mineirão	193
CONSIDERAÇÕES FINAIS	196
DOCUMENTOS	203
RELATÓRIOS DE EXERCÍCIOS DOS PREFEITOS	205
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	206
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO	219
APÊNDICE B – FORMULÁRIO	220
ANEXO A – DOCUMENTO DE APROVAÇÃO DO COEP	223
ANEXO B – PAMPULHA – ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS)	224

INTRODUÇÃO

Minha ligação com o universo esportivo, em particular, com o futebol, vem desde criança, principalmente, como torcedor. Se houvesse espaço para narrar todos os acontecimentos futebolísticos que marcaram a minha infância e que me vêm à memória neste momento, possivelmente, demandaria grande parte deste trabalho. Dentre tantos fatos dos quais me recordo, existe um que jamais me esquecerei: a primeira vez que fui ao Mineirão, no ano de 1997, aos 10 anos de idade. Para uma criança do interior que vivenciava o futebol apenas através da TV e do rádio – esta segunda opção sempre foi a mais recorrente, pois, na década de 1990, o número de jogos transmitidos pela TV era mais reduzido – poder assistir a um jogo de futebol no estádio era a realização de um sonho.

A paixão pelo futebol me acompanha por toda a vida, exercendo, inclusive, grande influência em minha trajetória acadêmica. Ainda enquanto aluno do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), recordo-me da disciplina de “História da Cultura” – cursada no 1º período do curso –, pois foi quando pude, pela primeira vez, desenvolver um trabalho acadêmico sobre o futebol. Contudo, foi apenas com a participação no projeto de pesquisa intitulado “Perfil socioeconômico e comportamento do torcedor que se desloca em razão dos jogos de organizações desportivas no Campeonato Mineiro de Futebol 2010” que emergiram os primeiros *insights* sobre a temática do turismo futebolístico.

Com o fim da participação no projeto supracitado e aproximando-se a etapa final do curso, procurei o Professor Héber Eustáquio – que já havia sido professor da cadeira de “Introdução aos Estudos do Lazer – para me orientar na realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) sobre o tema “futebol e turismo”. Ressalto a importância deste momento, tanto pelas conversas com o orientador, quanto pelas referências bibliográficas indicadas por ele. A literatura que me foi apresentada foi fundamental, pois me proporcionou grande estímulo, uma vez que dialogava com os conteúdos das disciplinas que mais me interessavam: Antropologia, Geografia e Sociologia.

Nesse momento de realização de TCC, pude conhecer os trabalhos – artigos, dissertações e teses – produzidos pelo Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcida (GEFuT). Depois de ter obtido conhecimento sobre a exigência deste grupo e a abrangência dos estudos realizados, tive ampliada a minha perspectiva em relação às possibilidades de investigação sobre o futebol no âmbito das Ciências Humanas e Sociais. A oportunidade de ter conhecido

os trabalhos produzidos pelo GEFuT fez com o que eu descobrisse seu vínculo com o Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos da Lazer (PPGIEL) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Com isso, considero esse momento muito importante para o prosseguimento da minha trajetória acadêmica.

Em 2012, um ano após a conclusão do curso de Bacharelado em Turismo, tive a oportunidade de cursar, como aluno especial, a disciplina “Futebol e Cultura”, ofertada pelo PPGIEL. A participação nesta disciplina também me proporcionou uma experiência ímpar, pois pude conhecer novos referenciais, que, inclusive, são utilizados na construção do arcabouço teórico deste trabalho.

Após o encerramento desta disciplina, sentia-me motivando a prosseguir nos estudos sobre o futebol e via o PPGIEL como o espaço mais apropriado, tanto pelo vínculo existente com o GEFuT, quanto por ser uma área interdisciplinar que dialoga com as disciplinas que mencionei anteriormente. Desta forma, no ano de 2013, obtive aprovação no mestrado em Estudos do Lazer, com um projeto que possuía, como objetivo geral, pesquisar a prática do turismo futebolístico na Pampulha, região turística da cidade de Belo Horizonte-MG.

O ingresso no mestrado e a participação nos grupos de pesquisa, GEFuT e no Grupo em Políticas Públicas de Esporte e Lazer (POLIS/UFMG), foram essenciais na minha formação e no desenvolvimento deste trabalho. Sobre o GEFuT, tive oportunidade de me envolver em algumas de suas pesquisas coletivas – “Percepções e manifestações do torcedor mineiro sobre o ‘novo’ Mineirão” e “Impactos turísticos e econômicos proporcionados pela realização da Copa do Mundo FIFA 2014”.

A participação na pesquisa sobre o Mineirão foi muito instigadora, pois obtive conhecimentos e acesso a um universo que, quando criança, fazia parte apenas de um imaginário muito distante. Apesar de sempre ter refutado estudar a prática do turismo futebolístico envolvendo a participação em megaeventos – pois, acredito que, neste campo do conhecimento, a lacuna ainda a ser preenchida é sobre a demanda oriunda da temporada regular do futebol brasileiro (competições de clubes ao nível regional, nacional e continental) –, considero a participação na pesquisa da “Copa” também como uma oportunidade ímpar, uma vez que pude ter contado com diversas culturas e, ainda, conhecer empiricamente os diferentes tipos de comportamentos dos torcedores oriundos de várias partes do mundo. Além das pesquisas, as leituras e as discussões proporcionadas pelo GEFuT foram fundamentais e contribuíram, inclusive, em muitas das reflexões presentes neste trabalho. Sem dúvida, a participação neste grupo serviu-me como uma segunda orientação na minha formação.

Tão importante quanto a participação no GEFuT, foi a participação no Polis. A oportunidade de ter participado do Polis também foi muito enriquecedora, e contribuiu demasiadamente para o delineamento deste trabalho. Neste grupo, também pude me envolver em uma pesquisa coletiva – “Políticas públicas de esporte e lazer: trajetória da Secretaria Municipal de Esporte e Lazer de Belo Horizonte (1973-2012)”. A partir das leituras realizadas neste grupo – relatórios dos prefeitos de Belo Horizonte e artigos, dissertações e teses sobre a história da capital mineira – pude conhecer mais detalhadamente a história da cidade e, por conseguinte, a história da Pampulha. Diante dos novos conhecimentos adquiridos, tornou-se necessário rever os métodos de pesquisa e mobilizar novas referências para a elaboração desta pesquisa.

Assim, tornou-se necessário recorrer à pesquisa documental para conhecer o tratamento que a Pampulha recebia pelo poder público municipal. Nesta etapa da pesquisa, surgiram diferentes inquietações e questionamentos: Como a legislação trata o aspecto do lazer e do turismo na região? Quais são as diretrizes que subsidiam as ações do poder público em relação ao desenvolvimento turístico da localidade? Existem ações previstas para a ampliação e melhoria da infraestrutura turística? A prestação de serviços turísticos é regulamentada? Há algum tipo de impedimento? Há propostas para a diversificação da demanda turística e o incentivo ao fomento do turismo esportivo?

Ademais, devido ao momento no qual a pesquisa foi realizada, tornou-se necessário também pesquisar documentos específicos sobre a Copa do Mundo, em especial, os que tratavam particularmente sobre a capital mineira. Dessa forma, buscando responder a tais indagações, reformulei os objetivos e os métodos desta dissertação, buscando contribuir, ainda que limitadamente, com o campo acadêmico, poder público e sociedade em geral.

I Problematização e justificativa

Belo Horizonte foi concebida, no final do século XIX, para ser a capital moderna do Estado de Minas Gerais. O mito do progresso e o desejo universal de modernizar as cidades constituíram-se como a tônica deste período, no qual o ideal republicano aliava-se ao desejo de ruptura com o passado colonial, e sinalizava a contraposição ao velho e ao tradicional da ordem monárquica. Assim, ao ser planejada, a nova capital mineira deveria se inserir no contexto nacional e mundial das novas experiências sociais e urbanas que

aconteceram naquele final de século, das quais, certamente, o lazer e o esporte não só foram uma delas, como talvez as mais típicas desse processo (MELO; PERES, 2005).

De acordo com Couto (2004, p. 1), “a construção dos cenários físico e cultural de Belo Horizonte obedeceu a uma lógica mundial de aspiração modernizadora”. Dessa forma, a preocupação com a criação de espaços destinados à vivência do lazer e à prática esportiva pôde ser notada desde a constituição da cidade.

Dos espaços idealizados especificamente para o lazer no planejamento de Belo Horizonte, o mais significativo foi o Parque Municipal, que nos seus anos iniciais foi o cenário privilegiado para a realização das primeiras atividades físicas, esportivas e de diferentes interesses no lazer (RODRIGUES, 2006, p. 46-47).

Especialmente em relação ao fenômeno esportivo, o Parque Municipal, inaugurado em 1897, foi apropriado inicialmente pelo ciclismo, que foi uma das modalidades esportivas projetadas para a nova capital mineira.¹ Para além das práticas projetadas, nos primeiros anos do século XX, o primeiro esporte que surgiu em Belo Horizonte, pelo interesse da população, foi o futebol, que também teve sua origem ligada ao Parque Municipal (RODRIGUES, 2006).²

A inserção do futebol na capital mineira, assim como ocorreu no Rio de Janeiro e em São Paulo – que foram precursores deste esporte na sociedade brasileira – passou por diferentes fases. Em seu primeiro momento, na sua fase amadora, os valores atribuídos ao futebol mantiveram-se atrelados a um estilo de vida requerido pelas elites locais, como um hábito elegante e saudável (COUTO, 2004).

Ainda de acordo com Couto (2004), ao ganhar maior notoriedade entre a elite, o futebol foi se expandindo para outros lugares da cidade, principalmente, durante a década de 1920, quando o esporte passou a ser incentivado pelo Estado, que cedeu importantes áreas no centro da cidade, como também no Prado Mineiro para a construção de estádios. A participação da elite nos ensejos das partidas realizadas em Belo Horizonte pôde ser notada durante toda a fase amadora do futebol mineiro, que se estendeu por duas décadas. Contudo, com a profissionalização do futebol no ano de 1933, o esporte ganhou novas representações socioculturais que se mostraram distintas daquelas encontradas nas duas primeiras décadas do século XX.

¹ De acordo com Rodrigues (2006), a planta do Parque Municipal já previa a construção de um velódromo. É importante ressaltar também que, além do Parque Municipal, Belo Horizonte foi planejada para ter outros espaços projetados para o lazer e o esporte, como o Hipódromo e o Jardim Zoológico, além de algumas praças. Dentre esses espaços, destaca-se o Hipódromo, pois o turfe foi a outra modalidade esportiva projetada Belo Horizonte no início do século XX.

² Para saber mais sobre a história do futebol em Belo Horizonte, ver: RIBEIRO (2012).

A profissionalização do futebol mineiro – seguindo uma tendência ocorrida no restante do país – culminou com um processo de grande efervescência popular em torno do esporte. Neste contexto, há que se ressaltar que o futebol transformava-se em um dos principais fenômenos culturais inerentes à sociedade brasileira, constituindo-se, inclusive, em um símbolo da identidade do país e uma paixão nacional.

Em Belo Horizonte, o crescimento populacional que acontecia década após década também contribuía para houvesse o aumento da popularização do futebol na cidade. De acordo com Paula *et al.* (2013), a cidade que havia sido planejada para abrigar uma população de, no máximo, 200 mil habitantes, no início da década de 1940, já havia superado este número. Segundo Assumpção (2004), o intenso processo de metropolização da capital mineira, atraindo populações do interior do Estado, encontrava-se em pleno curso nos anos 1940.

Visando solucionar os diversos problemas que emergiam como consequência de um crescimento urbano desordenado, já que o processo de metropolização da capital mineira ocorria de forma não planejada, Juscelino Kubitschek – JK, prefeito da cidade entre os anos de 1940 a 1945, decidiu criar espaços específicos para o desempenho das diversas atividades que aconteciam em Belo Horizonte naquele momento. Assim, JK idealizou a criação da Pampulha, que deveria ser a região do lazer, do esporte e também do turismo.

Destaca-se também que a construção desta região retomava a aspiração modernizadora existente desde a idealização da cidade, pois, além de constituir um espaço no qual as vivências públicas pudessem se tornar referência, a própria edificação erguida na localidade, através de um conjunto arquitetônico – composto por equipamentos destinados ao lazer, esporte e turismo – conferia à Pampulha o “título” de principal símbolo da modernidade na capital mineira.

Com a inauguração do Conjunto Arquitetônico da Pampulha, no início da década de 1940, a apropriação da região para fins de lazer, esporte e turismo foi, nos seus anos iniciais, marcada por um caráter essencialmente elitista. Todavia, no fim da década de 1950, com a construção de equipamentos de lazer mais populares, começava-se a notar a presença de um público mais diversificado na localidade. Este processo iniciou-se com a criação do Zoológico, ainda no fim dos anos 1950, e se intensificou com a inauguração do Estádio Governador Magalhães Pinto, o Mineirão, em 1965.

É importante ressaltar que a construção do Mineirão manteve-se associada a um conjunto de fatores, que emergiram de um empenho político-ideológico, pois havia grande interesse do representante do governo do Estado de Minas Gerais de manter seu nome

vinculado a um estádio que iria se constituir em uma das expressões da “monumentalidade”, representando o que de mais moderno poderia existir na cidade. Além do viés político, a construção do Mineirão era tida como uma necessidade para alavancar o futebol mineiro, e permitia que os clubes da capital assumissem um papel de protagonistas junto com os times de São Paulo e Rio de Janeiro – considerados como centros hegemônicos do futebol brasileiro na década de 1960.

A construção do Mineirão, um estádio com capacidade para receber um público de mais de 100 mil torcedores, tornava-se também uma necessidade devido ao crescimento vertiginoso da capital mineira, pois, se na década de 1940, a população da cidade já havia superado a estimativa de 200 mil habitantes, na década de 1960, este número aproximava-se dos 700 mil. Assim, o maior estádio existente em Belo Horizonte na época, o Independência, com capacidade para 30 mil torcedores, já não comportava a demanda de público, uma vez que, dentre as atividades de lazer demandadas pela população belo-horizontina, o futebol era a mais procurada.

A partir da inauguração do Mineirão, o estádio tornou-se também uma referência turística da capital mineira, pois, situado ao lado do Conjunto Arquitetônico e da Lagoa da Pampulha, transformou-se no principal cartão postal de Belo Horizonte. Segundo Pereira (2004), desde os primeiros jogos que foram realizados no Mineirão, já se notava uma movimentação, na cidade, diferente do habitual, com torcedores vindo do interior de Minas Gerais e até mesmo de outros Estados. Apesar de o futebol ter contribuído para o aumento da demanda turística na capital mineira, ainda não era possível falar em turismo futebolístico na Pampulha, já que, na década de 1960, a oferta turística da região restringia-se apenas aos seus atrativos, assim, não havia prestação de serviços de hospedagem, alimentos e bebidas, que são essenciais para o desenvolvimento de qualquer segmento do turismo.

Apesar de haver grande potencial para o desenvolvimento do turismo futebolístico na Pampulha – devido à formação de grande fluxo turístico proveniente da demanda futebolística –, este fenômeno foi impedido de acontecer por muitos anos. Sobre este aspecto, observa-se uma grande contradição. A partir dos anos 1990, das diversas leis municipais que foram promulgadas, destaca-se a Lei nº. 7.165/1996, que instituiu o Plano Diretor da cidade. Dentre as diversas diretrizes que formam o Plano Diretor, existe uma que trata a Pampulha como o espaço oficial do lazer e do turismo na capital mineira, todavia, a Lei nº. 7.166/1996, que é hierarquicamente superior ao Plano Diretor, impedia o desenvolvimento de atividades econômicas na região.

A implantação de atividades econômicas na Pampulha tornou-se legalmente permitida apenas no ano de 2005, quando foi promulgada a Lei nº. 9.037/2005 – Área de Diretrizes Especiais da Pampulha. Contudo, esta lei ainda não autorizava a estabelecimento de todos os tipos de serviços turísticos, como, por exemplo, os serviços de hospedagem, dentro da área tombada pelo Instituto do Patrimônio Artístico e Nacional (IPHAN), Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico (IEPHA) e Fundação Municipal de Cultura.

A instalação de meios de hospedagem comerciais na Pampulha tornou-se permitida apenas com a promulgação da Lei nº. 9.959/2010. Ressaltam-se estes aspectos, sobre a permissividade de atividades econômicas na região, pois o turista, para poder usufruir de um atrativo, necessita também consumir serviços turísticos.

O processo de desenvolvimento turístico da Pampulha, diante da diversificação da oferta dos serviços turísticos existentes na região, aconteceu no período no qual a mercantilização do futebol brasileiro começava a se acentuar.³ A transformação do futebol brasileiro em um negócio mercadológico apresenta diversas implicações, que refletem, sobretudo, na vivência do torcer, pois o torcedor passa a ser tratado como consumidor, ou seja, um sujeito com potencial de compra. É importante ressaltar que esta concepção acerca do torcedor consumidor foi intensificada a partir do contexto que envolveu a realização da Copa do Mundo no Brasil.

Para o Brasil poder sediar a Copa do Mundo de 2014, o país teve que acatar uma série de exigências da Fédération Internationale de Football Association (FIFA), principalmente, em relação aos estádios⁴, que deveriam nivelar-se ao padrão desejado pela entidade máxima responsável pelo futebol em escala planetária. Dentre as doze cidades que sediaram a Copa, Belo Horizonte foi uma das escolhidas. Assim, para poder se adequar ao “padrão FIFA”, o Mineirão passou por uma grande reforma entre os anos de 2010 a 2012.

Mascarenhas (2009), Barreto e Nascimento (2001), Curi (2012) e Damo e Oliven (2013) são autores que fazem críticas a implantação dos estádios “padrão FIFA” no país, pois, nestes espaços, privilegia-se a presença de um público mais abastado economicamente em

³ De acordo com Pereira (2003), o futebol, no Brasil, pode ser analisado através de três fases distintas. Primeiramente, até o início da década de 1930, durante a fase amadora do futebol, percebia-se pouco envolvimento do Estado e o esporte foi caracterizado como um fenômeno essencialmente elitista. No decorrer da década de 1930, nota-se a passagem da fase amadora à categoria profissional. Nessa segunda fase, observa-se a interferência do estado no crescimento e na popularização do futebol. A terceira e atual fase inicia-se no final dos anos 1980, após a ditadura militar, e tem sido marcada pela substituição do Estado pelo mercado, no processo de transformação do futebol em um negócio de entretenimento e lazer.

⁴ Além da questão da infraestrutura esportiva, a FIFA também exigiu outras intervenções do governo brasileiro visando à ampliação e melhoria em áreas como, por exemplo, mobilidade urbana e infraestrutura turística. Ressalta-se que estes aspectos serão tratados detalhadamente no segundo capítulo deste trabalho.

detrimento do torcedor tradicional – acostumado a gastar menos dinheiro nas bilheteiras. Os estádios brasileiros que serviram à Copa foram idealizados como “cópia” dos principais modelos de estádios existentes na Europa, voltados para a questão de conforto e segurança, e ainda, dentro da concepção de arenas multiusos, oferecem uma variada opção de produtos e serviços ligados diretamente e indiretamente ao espetáculo esportivo.

Diante deste novo cenário, os grandes estádios de futebol, que sempre possuíram notória vocação para a atividade do turismo (PINHEIRO, 2012), como, por exemplo, o Mineirão, têm a sua relevância turística acentuada, pois os valores que são intrínsecos aos estádios “padrão FIFA” – conforto, segurança, ofertada diversificada de produtos e serviços – somam-se, em muitos casos, ao desejo de viajar para assistir a uma partida de futebol. Assim, neste momento no qual se aquecem as discussões sobre o torcedor consumidor, as arenas multiuso tornam-se espaços para a fruição do torcedor visitante – o sujeito que viaja para assistir a jogos de futebol – uma vez que o turismo futebolístico também recai sobre a lógica mercadológica, pois se torna uma prática intrinsecamente associada às demandas do espetáculo e do consumo esportivo e requer dividendos econômicos para usufruí-lo.

A partir destas transformações que abarcaram o futebol brasileiro de forma mais ampla, surgiram várias indagações a respeito de um contexto mais específico envolvendo o “novo” Mineirão e a sua relação com a atividade turística na Pampulha: Qual o perfil socioeconômico do torcedor visitante que frequenta o Mineirão após a sua reforma? Quais são as motivações que levam o torcer a viajar de sua cidade para assistir a um jogo de futebol no estádio? A reforma do Mineirão é um fator que motiva este tipo de torcedor a frequentar o estádio? Qual a assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão? Existe uma diferença na frequência antes e depois da reforma do estádio? Quais são os principais aspectos que influenciam as viagens futebolísticas? O que o torcedor visitante consome além do espetáculo futebolístico? Existe consumo turístico na Pampulha? Os torcedores frequentam os bares e restaurantes do entorno do estádio? Hospedam-se na localidade? Visitam os demais atrativos turísticos da região?

Os diversos questionamentos que são suscitados quando se reflete sobre a prática do turismo futebolístico, demonstram o quanto é complexo este fenômeno. No âmbito acadêmico, o tema “turismo futebolístico” se insere no segmento do turismo esportivo. Autores como Higham e Hinch (2003), Gibson *et al.* (2003) e Carvalho e Lourenço (2003) concordam que, nas últimas décadas, a literatura internacional existente sobre o tema “turismo esportivo”, no seu sentido mais amplo, vem apresentando grande crescimento; em

contrapartida, no contexto brasileiro, os estudos nesta área ainda são incipientes (CARNEIRO, 2000).⁵

Especificamente sobre o tema “turismo futebolístico”, apesar de haver crescimento desta prática de turismo no Brasil⁶, envolvendo a temporada regular, ou seja, as competições de clube ao nível regional, nacional e continental, ainda existe uma grande lacuna a ser preenchida na sua abordagem enquanto assunto acadêmico. Dessa forma, este estudo busca contribuir com o desenvolvimento do turismo esportivo no país, em especial, o turismo futebolístico na sua perspectiva científica e na sua abrangência enquanto fenômeno sociocultural, apresentando resultados condizentes com as peculiaridades do local em que ele foi realizado. Assim, os resultados atingidos poderão também oferecer contribuições para o poder público municipal da cidade de Belo Horizonte, assim como para o *trade* turístico local, visando o melhor aproveitamento turístico da Pampulha através da demanda futebolística.

II Objetivos

II.1 Objetivo geral

- Pesquisar a prática do turismo futebolístico na Pampulha, a partir do contexto do “novo” Mineirão e da lógica oriunda do novo ordenamento do futebol brasileiro.

⁵ Fazendo uma busca no diretório no qual se encontram cadastrados os grupos de pesquisas vinculados ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, com o uso das palavras-chave “turismo” e “esporte”, o resultado da pesquisa não remeteu a nenhum grupo específico que se dedica, de maneira direta ou indireta, à pesquisa na área do turismo esportivo.

⁶ Paz (2006) e Pinheiro (2012) concordam que, nos últimos anos, os brasileiros têm viajado mais para assistir a jogos de futebol no país. O crescimento desta modalidade de turismo no Brasil também é reconhecido pelo ex-secretário nacional de Políticas de Turismo, Vinícius Lummertz. Em decorrência deste crescimento, vem aumentando também o número de empresas especializadas no turismo futebolístico, especialmente, as agências de viagens. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140325_2.html e em:

<http://revistapegn.globo.com/Noticias/noticia/2014/12/empresa-fatura-r-7-milhoes-com-turismo-do-futebol.html>. (Acesso em: 09/05/2015.)

II.2 Objetivos específicos

- Identificar, através dos instrumentos legais, qual o tratamento que a Pampulha recebe pelo poder público municipal em relação ao aspecto do lazer e do turismo;
- Analisar o perfil socioeconômico dos torcedores visitantes que frequentam o “novo” Mineirão;
- Identificar as razões que motivam o torcedor a viajar para assistir a uma partida de futebol no estádio;
- Investigar a atratividade turística exercida pelo “novo” Mineirão;
- Avaliar o consumo turístico efetuado pelo torcedor visitante na Pampulha.

III Metodologia

A metodologia empregada no desenvolvimento de uma pesquisa científica é a maneira concreta, racional e eficiente de se realizar a busca do conhecimento, pois um determinado problema de investigação torna-se conhecido não por intermédio do senso comum⁷, mas ao se utilizar de uma linguagem própria (SANTOS FILHO, 2007). Dessa maneira, torna-se necessário descrever os procedimentos metodológicos que foram seguidos para atingir os objetivos propostos neste trabalho, explicitando-se as abordagens de pesquisa, e detalhando-se os tipos de pesquisas empregados, as informações acerca do universo a ser investigado, da extensão da amostra e da maneira como os sujeitos da pesquisa foram selecionados; além da descrição da técnica utilizada para a coleta de dados e dos procedimentos que foram utilizados para análise dos dados (GIL, 2009).

⁷ De acordo com Gomes e Amaral (2005), enquanto o senso comum está baseado no conhecimento imediato, a atitude científica tem por base a problematização. Assim, a ciência distingue-se do senso comum porque enquanto este representa uma opinião baseada em hábitos, preconceitos e tradições cristalizadas, a primeira baseia-se em pesquisas, investigações metódicas e sistemáticas.

III.1 Abordagens

De acordo com Gomes e Amaral (2005), é a natureza do problema de investigação ou o seu nível de profundidade que definirá a escolha da abordagem, isto é, se o problema deverá ser tratado pela vertente qualitativa, pela quantitativa ou por ambas. Neste trabalho, devido à complexidade do problema investigado, foi necessário combinar a abordagem qualitativa com a abordagem quantitativa.⁸ Segundo Dencker (1998), os paradigmas adotados na realização de uma pesquisa científica e a natureza do problema de investigação definem também os tipos de pesquisas a serem utilizadas.

III.1.1 Tipos de pesquisa

Segundo uma recomendação proposta por Dencker (1998) e por Gomes e Amaral (2005), esta pesquisa inicia-se a partir de um *estudo exploratório*. Este tipo de estudo pode ser interpretado como uma das dimensões da abordagem qualitativa, pois seu objetivo é proporcionar ao pesquisador maior familiaridade com o problema estudado, ou uma nova forma de considerá-lo, ajudando-o a decidir quais serão as técnicas necessárias a serem empregadas para as fases posteriores da pesquisa.

A pesquisa exploratória consiste em buscar elementos que visam a uma compreensão geral das características apresentadas pelo objeto de pesquisa. Esse procedimento é escolhido quando o pesquisador não está muito familiarizado com o objeto estudado, sendo um trabalho de investigação que propicia descobertas. Para alcançar os objetivos citados, o pesquisador deve, em um primeiro momento, efetuar um levantamento criterioso dos estudos anteriores sobre o tema para, em seguida, planejar uma estratégia de estudo que possibilite uma espécie de sondagem a respeito do tema/problema (GOMES; AMARAL, 2005, p. 66).

De acordo com Gil (2009), o planejamento do *estudo exploratório* é bastante flexível, uma vez que aceita diferentes formas de pesquisa, como, por exemplo, a bibliográfica e a documental, que foram utilizadas no delineamento deste estudo.

⁸ Neste caso, adota-se a “tese da diversidade complementar” dos diferentes paradigmas de pesquisas nas Ciências Humanas e Sociais, pois se entende que as abordagens científicas e humanísticas não são exclusivas, mas complementares entre si (SANTOS FILHO, 2007).

A pesquisa bibliográfica, realizada através de consultas a livros (especialmente, os do campo do turismo), a artigos publicados em revistas acadêmicas, a anais de eventos científicos e a dissertações e teses produzidas em diferentes áreas do conhecimento, visou aumentar a compreensão e obter novas descobertas acerca das características que abarcam o objeto de investigação deste estudo.

Assim, a literatura mobilizada neste trabalho abarcou, inicialmente, estudos mais amplos que privilegiaram a história da cidade de Belo Horizonte e estudos mais específicos em relação à constituição do espaço urbano da Pampulha, com ênfase nas pesquisas que abordaram a temática do lazer, do esporte e do turismo. A utilização desses referenciais foi fundamental para aumentar a compreensão acerca da importância que as vivências sociais tiveram no contexto do desenvolvimento da capital mineira, especialmente, a partir da inauguração da Pampulha, que foi a região idealizada com o propósito de se tornar o espaço de referência da cidade em termos de lazer, esporte e turismo.

Dentre os trabalhos existentes sobre a Pampulha envolvendo estas temáticas, foi necessário recorrer aos estudos mais específicos sobre o Mineirão. Os trabalhos localizados abrangiam, principalmente, dois momentos distintos: a construção do estádio na década de 1960 e a reforma ocorrida recentemente, com o objetivo de tornar o estádio adequado às exigências da FIFA para a realização de jogos da Copa do Mundo de 2014. A bibliografia utilizada sobre o Mineirão foi importante, pois ampliou a concepção acerca de sua funcionalidade, que excede sua dimensão esportiva, uma vez que, desde a sua inauguração, o estádio constituiu-se como um marco simbólico da modernidade na capital mineira e uma das principais atrações turísticas da cidade, tendo, inclusive, esta função ampliada após as intervenções realizadas para a realização da Copa.

Além dos estudos de cunho historiográfico, foi necessário localizar outras referências sobre os aspectos do lazer, do esporte e do turismo na Pampulha, através de pesquisas realizadas em um contexto mais recente, pois este trabalho extrapola a dimensão histórica. Dessa forma, buscaram-se novos referenciais que abordassem as transformações ocorridas no espaço urbano da Pampulha em decorrência da capital mineira ter se adequado para a realização da Copa do Mundo. Os referenciais encontrados foram de suma importância, pois sustentaram a discussão sobre a potencialidade que a região possui para fins de turismo esportivo, especialmente, turismo futebolístico.

Ainda no que tange a Pampulha e à sua função turística, tornou-se importante recorrer à literatura existente sobre as dimensões e as abrangências da política de proteção patrimonial vigente no país, uma vez que a região é tombada pelo IPHAN, IEPHA e

Fundação Municipal de Cultura, e ainda vem pleiteando sua inscrição na lista do Patrimônio da Humanidade, título concedido pela Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (UNESCO).

Devido ao problema de investigação deste estudo, que se refere à prática do turismo futebolístico na Pampulha a partir do contexto que envolve a modernização do Mineirão, foi preciso se debruçar também sobre uma literatura mais específica do turismo. É importante ressaltar que este momento dividiu-se em duas etapas. Primeiramente, recorreu-se aos referenciais que discutem os limites e as aproximações existentes entre o campo do turismo e o campo do lazer, e também as referências que tratam sobre as concepções teórico-conceituais existentes sobre a atividade turística, como, por exemplo, definições sobre produto turístico, serviços turísticos, oferta e demanda turística e etc. A literatura mobilizada nesta etapa foi de grande valia, pois permitiu caracterizar o espaço urbano da Pampulha de acordo com a oferta turística existente na localidade.

Em outro momento, tornou-se necessário aprofundar o debate a respeito do segmento do turismo esportivo. Assim, mobilizou-se grande referencial sobre o assunto, principalmente, na língua estrangeira, pois, no Brasil, a literatura existente ainda é incipiente. Ressalta-se que, dentro da concepção do turismo esportivo, priorizaram-se os referenciais sobre o turismo de eventos esportivos – a literatura indica que o turismo esportivo divide-se em três tipologias: turismo de prática esportiva, turismo de eventos esportivos e outros contextos de turísticos esportivos – especialmente, o turismo futebolístico.

Para poder compreender a prática do turismo futebolístico no Brasil, sobretudo, em Belo Horizonte, foi indispensável lançar mão de uma literatura sobre a dinâmica do futebol brasileiro, uma vez que as características que abarcam o cenário futebolístico brasileiro num sentido mais amplo refletem-se também em contextos mais específicos. Assim, as referências utilizadas nesta dissertação elucidam o processo em que o futebol brasileiro passou a ser apropriado pela indústria do entretenimento e lazer, destacando-se a movimentação ocorrida mais recentemente, quando, em decorrência da organização da Copa do Mundo, a lógica mercadológica tornou-se mais explícita, pois, com a proliferação das arenas multiuso no país, passou-se a privilegiar a presença do torcedor consumidor, categoria na qual se insere o torcedor visitante.

Ainda como parte do *estudo exploratório*, a pesquisa documental foi utilizada como complemento à pesquisa bibliográfica. Tal modalidade foi empregada neste estudo em três momentos. Primeiramente, recorreu-se aos relatórios de exercício dos prefeitos da cidade de Belo Horizonte, publicados entre o período de 1939 e 1957. Esta fonte foi utilizada com o

objetivo de subsidiar a discussão sobre a constituição do espaço urbano da Pampulha, buscando-se identificar, através dos discursos oficiais, o tratamento que a região recebia em relação aos aspectos do lazer, do esporte e do turismo.⁹

Em outro momento, a pesquisa documental foi utilizada com o propósito de analisar a legislação municipal que trata do aspecto turístico da capital mineira, com especial atenção a Pampulha. Assim, foram analisadas as diversas diretrizes referentes à Lei Orgânica Municipal, ao Plano Diretor Municipal (Lei n.º. 7.165/1996), às Leis de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo (Lei n.º. 7.166/1996, Lei n.º. 8.137/2000 e Lei n.º. 9.959/2010) e à Área de Diretrizes Especiais – Pampulha (Lei n.º. 9.037/2005).¹⁰

Ainda buscando identificar o tratamento dado pelo poder público municipal de Belo Horizonte ao aspecto turístico da Pampulha, também foram analisadas as prerrogativas contidas no Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Município de Belo Horizonte – PDITS/BH¹¹, no Programa BH Metas e Resultados¹², no Programa de Trabalho da Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – Belotur¹³, do ano de 2014, e nos trabalhos da IV Conferência Municipal de Política Urbana – IV CMPU¹⁴. Ressalta-se a importância da IV CMPU, pois os trabalhos realizados nesta conferência suscitaram o Plano Diretor da Pampulha.

A pesquisa documental também foi empregada neste estudo com o objetivo de identificar as determinações da FIFA em termos de adequação da capital mineira em relação à ampliação e melhoria da infraestrutura esportiva, infraestrutura turística e mobilidade urbana. Assim, buscou-se analisar as diretrizes que constituíram a Matriz de Responsabilidade¹⁵ e o Planejamento Estratégico Integrado – PEI¹⁶, especialmente, as ações com foco na Pampulha.

Devido à complexidade do problema de pesquisa deste estudo – cuja especificidade do tema delimitador encontra-se em processo de desenvolvimento – em

⁹ Os relatórios de exercício dos prefeitos da cidade de Belo Horizonte encontram-se disponíveis no site da Prefeitura de Belo Horizonte – PBH, no seguinte endereço eletrônico. Disponível em: <http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/contents.do?evento=conteudo&idConteudo=24201&chPlc=24201>. (Acesso em: 18/05/2015.)

¹⁰ Toda a legislação municipal da cidade de Belo Horizonte encontra-se disponibilizada no endereço eletrônico da Câmara Municipal. Disponível em: <http://www.cmbh.mg.gov.br/leis/legislacao>. (Acesso em: 18/05/2015.)

¹¹ Este documento foi disponibilizado através de correio eletrônico pela Belotur.

¹² Disponível em: <https://bhmetasresultados.pbh.gov.br/content/pampulha-viva>. (Acesso em: 18/05/2015.)

¹³ Este documento foi disponibilizado através de correio eletrônico pela Belotur.

¹⁴ Os documentos referentes à IV CMPU, inclusive o diagnóstico do Plano Diretor da Pampulha, encontram-se disponíveis no endereço eletrônico da PBH. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/IVCMPU/>. (Acesso em: 18/05/2015.)

¹⁵ Disponível em: <http://www.copa2014.gov.br/pt-br/brasilecopa/sobreacopa/matriz-responsabilidades>. (Acesso em: 18/05/2015.)

¹⁶ Disponível em:

http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=tr ansparenciacopa2014&tax=29326&lang=pt_br&pg=9841&taxp=0&. (Acesso em: 18/05/2015.)

complemento à *pesquisa exploratória*, tornou-se necessário desenvolver também uma *pesquisa descritiva*. A *pesquisa descritiva*, desenvolvida como parte da abordagem quantitativa deste trabalho, foi empregada, pois se trata da maneira mais eficiente de atingir os objetivos – geral e específicos – propostos neste estudo, e, ainda, por ser a forma mais racional para se alcançar as respostas em relação aos problemas desta investigação.

“Entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar características de um grupo, sua distribuição por idade, sexo, procedência, nível de escolaridade, estado de saúde física e mental etc.” (GIL, 2009, p. 42). Assim, a partir da realização da *pesquisa descritiva*, foi possível obter informações a respeito do perfil socioeconômico do torcedor visitante que frequenta o “novo” Mineirão e das demais variáveis que se buscou investigar, como, por exemplo, as motivações que levam o torcer a viajar de sua cidade para assistir a um jogo de futebol no estádio, a atratividade turística exercida pelo Mineirão após a sua reforma e etc.

De acordo com Dencker (1998), caracterizam-se também como *pesquisas descritivas* aquelas que visam descobrir a existência de associações entre variáveis. Nesse estudo foram estabelecidas diversas associações entre as variáveis, como, por exemplo, a relação existente o nível de renda familiar do torcedor visitante e o consumo turístico na Pampulha.

São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob este título e uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como os questionários, a observação sistêmica e os formulários (GIL, 2009). Ressalta-se que, nesta pesquisa, a técnica utilizada para coleta dos dados empíricos¹⁷ foi o formulário. Contudo, além de descrever as características do formulário aplicado aos torcedores visitantes, é importante elucidar também todo o procedimento que envolveu a fase de coleta de dados.

¹⁷Entende-se como dados empíricos desta pesquisa os resultados obtidos através da realização da *pesquisa de campo* com os torcedores visitantes frequentadores do “novo” Mineirão.

III.1.2 Coleta de dados empíricos

A *pesquisa empírica* foi realizada com o objetivo de buscar uma compreensão geral sobre o objeto de estudo através da produção e análise de dados, e possibilitou uma maior argumentação a respeito do fenômeno investigado.

Assim, torna-se necessário apresentar todos os detalhes e procedimentos que envolveram a realização da pesquisa empírica, como a permissão oficial para ida a campo, o contexto no qual a pesquisa foi realizada, as características da população e da amostra, os recursos humanos utilizados, as características acerca do instrumento de coleta de dados e a descrição de como foi feita a análise dos dados.

III.1.2.1 Procedimentos legais

O primeiro passo para este estudo se tornar exequível foi a sua aprovação pelo Comitê de Ética em Pesquisa (COEP/UFMG).¹⁸ Assim, no desenvolvimento da pesquisa, respeitaram-se todas as normas estabelecidas pelo Conselho Nacional de Saúde (Resolução nº. 196 de 1996) envolvendo pesquisa com seres humanos.

III.1.2.2 Contexto em que a pesquisa foi realizada

A pesquisa empírica foi realizada com os torcedores visitantes – sujeitos que não possuem moradia fixa em Belo Horizonte – presentes nos jogos realizados no “novo” Mineirão. A pesquisa foi realizada nas áreas internas e externas do estádio¹⁹ até trinta minutos antes do início das partidas, e aconteceu entre os meses de abril e dezembro do ano de 2014,

¹⁸ O número de registro desta pesquisa junto ao COEP/UFMG é 35500714.9.0000.5149.

¹⁹ Entende-se como área interna do estádio, a esplanada do Mineirão – pois apenas o torcedor com ingresso da partida tem acesso a este espaço – e as cadeiras que substituem as antigas arquibancadas. Já a área externa, compreende-se o entorno do estádio, em locais próximos aos bares e restaurantes, hotéis e atrativos turísticos da região. Ressalta-se que, para poder realizar a pesquisa na parte interna do estádio, a concessionária Minas Arenas, responsável pela administração do Mineirão, disponibilizou-se duas credenciais por jogo.

ou seja, apenas um ano após a reinauguração do estádio. Dessa forma, no contexto no qual a pesquisa foi realizada, o “novo” estádio ainda era novidade.

A pesquisa abarcou um total de 24 jogos transcorridos em cinco diferentes competições, entre os principais torneios e campeonatos ao nível estadual, nacional e continental, como: Campeonato Mineiro (1), Campeonato Brasileiro (15), Copa do Brasil (5), Taça Libertadores da América (2) e Recopa Sul-Americana (1).²⁰

III.1.2.3 Características sobre a população e a amostra

De acordo com Levin (1987) e com Marconi e Lakatos (2009), a população (ou universo) consiste em um conjunto de indivíduos que partilham de, pelo menos, uma característica comum. A partir desta definição, a população desta pesquisa compreende-se como todos os torcedores que viajam para assistir a jogos da temporada regular do futebol brasileiro (competições de clube ao nível regional, nacional e continental) no “novo” Mineirão. Ressalta-se que este fluxo de torcedores pode ser proveniente do interior de Minas Gerais, de outros Estados brasileiros ou, até mesmo, de outros países.

Posto que o pesquisador trabalha com tempo, energia e recursos econômicos limitados, ele raras vezes estuda individualmente todos os sujeitos da população na qual está interessado. Em lugar disso, o pesquisador estuda apenas uma amostra – **que se constitui de um número menor de sujeitos tirados de uma determinada população** (LEVIN, 1987, p. 119, grifo nosso).

Segundo Gil (2009), existem dois métodos principais de amostragem, que são a probabilística e a não-probabilística. Devido às especificidades deste estudo, optou-se por adotar o método de amostra não-probabilística. “Entende-se por amostragem não-probabilística qualquer tipo de amostragem em que a possibilidade de escolher um determinado elemento do universo é desconhecida” (DENCKER, 1998, p. 179). Este método de amostragem tornou-se o mais apropriado para este estudo, pois, quando o torcedor foi abordado para participar da pesquisa, a localidade de sua moradia habitual era desconhecida.

²⁰ Os números entre parênteses à frente de cada competição representam a quantidade de jogos pesquisados em cada competição específica.

Destaca-se este aspecto, uma vez que um dos critérios de exclusão para participação nesta pesquisa era o fato do torcedor possuir moradia fixa na cidade de Belo Horizonte.

Dentre os tipos de amostragem não-probabilística que existem, definiu-se que a amostragem acidental seria a mais adequada para este estudo, pois ela permite ao pesquisador incluir “os sujeitos convenientes na amostra, dela excluindo os inconvenientes” (LEVIN, 1987, p. 120). Assim, para efeito de seleção dos participantes desta pesquisa, consideraram-se os torcedores de ambos os sexos, que não mantêm moradia fixa na capital mineira e com idade igual ou superior a dezoito anos. Os participantes poderiam ser torcedores dos clubes que realizaram jogos como mandantes no Mineirão, dos clubes que jogaram como adversários dos times mandantes e de outros times quaisquer (independente de mandante ou adversário). Ao final da realização da pesquisa, houve a participação de um total de 335 torcedores.

III.1.2.4 Recursos humanos utilizados

A coleta de dados foi realizada por quatro pesquisadores. Além do autor da pesquisa, participaram alunos de graduação e de pós-graduação da UFMG. O aluno de graduação que colaborou com esta etapa da pesquisa é estudante do curso de Bacharelado em Turismo²¹, já os alunos da pós-graduação são estudantes de mestrado do Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer²² e do Programa de Pós-Graduação em Geografia²³. Ressalta-se que, devido ao limite de credencias disponibilizadas, em cada jogo, houve a participação de no máximo dois pesquisadores.

III.1.2.5 Instrumento de coleta de dados

Conforme dito anteriormente, o instrumento utilizado para a coleta de dados foi o formulário (Apêndice B). De acordo com Dencker (1998), no âmbito das Ciências Humanas e Sociais, o formulário situa-se entre os instrumentos de pesquisa mais utilizados. Basicamente,

²¹ André Luiz Jório.

²² Ronaldo Flaviano de Souza Júnior.

²³ Sidney Daniel Batista.

o formulário constitui uma lista de indagações formuladas pelo pesquisador para o levantamento das informações desejadas.

É importante ressaltar que a utilização do formulário, enquanto técnica de coleta de dados, deve seguir um “roteiro de perguntas enunciadas pelo entrevistador e preenchidas por ele com as respostas do pesquisado” (MARCONI; LAKATOS, 2009, p. 111). “Ao fazer as perguntas, o pesquisado deve, ainda, ter a preocupação de formulá-las exatamente como se encontram redigidas. Caso uma pergunta não seja entendida, o melhor é repeti-la, evitando as explicações pessoais” (GIL, 2009, p. 119). Dessa forma, impede-se que as repostas dos participantes sejam enviesadas.

Assim, o formulário utilizado nesta pesquisa foi composto por *perguntas fechadas*, que limitam as respostas às alternativas apresentadas; *pergunta aberta*, que dá aos respondentes uma liberdade maior para responder, pois eles o fazem de uma maneira adequada à sua interpretação; *perguntas semiabertas*, quando o participante tem que explicar os motivos que levaram a escolher tal resposta; *pergunta encadeada*, quando a resposta da segunda pergunta está condicionada à primeira questão formulada e *pergunta-filtro*, quando há exigência de uma determinada resposta para prosseguir com as indagações (DENCKER, 1998).

III.1.2.5.1 Pré-teste do instrumento de coleta de dados

Após a formulação do instrumento de coleta de dados da pesquisa, foi necessário realizar um pré-teste antes de sua utilização com o objetivo de

desenvolver os procedimentos de aplicação; testar o vocabulário empregado nas questões; e assegurar-se de que as questões ou as observações a serem feitas possibilitem medir as variáveis que se pretende medir. É necessário que o pré-teste dos instrumentos seja feito com população tão similar quanto possível à que será estudada. Não requer, todavia, uma amostra rigorosamente representativa dessa população (GIL, 2009, p. 132)

Seguindo todas as recomendações propostas por Gil (2009), o pré-teste do instrumento de coleta de dados foi realizado no jogo da primeira fase do Campeonato Mineiro de 2014, durante a partida realizada entre o Cruzeiro Esporte Clube e Tupi Football Club. Foram aplicados um total de dez formulários com os torcedores visitantes. Não obstante,

ressalta-se que os formulários aplicados nesta partida não foram contabilizados, pois, após a realização do pré-teste, o mesmo precisou ser adaptado. Assim, o único jogo do Campeonato Mineiro no qual a pesquisa foi realizada, foi o da partida da final, no clássico entre Cruzeiro vs. Atlético.

III.1.2.6 Descrição sobre a análise dos dados

O processo de análise dos dados empíricos iniciou-se com a codificação das questões do formulário, pois este procedimento permite a “classificação das respostas em categorias analisáveis e significativas” (MAY, 2004, p. 132). Para a tabulação e análise dos dados dos formulários, utilizou-se o pacote estatístico StatisticalPackage for Social Sciences (SPSS-IBM) para Windows, versão 21.0, pois esse software permite gerar relatórios tabulados e gráficos geralmente utilizados na realização de análises descritivas.

Em decorrência das próprias limitações da amostragem não-probabilística, que não faz uso de uma forma aleatória de seleção, assim, não podendo ser objeto de certo tipos de tratamento estatístico (MARCONI; LAKATOS, 2009), os dados foram tratados através da combinação entre os tipos de análise quantitativa e qualitativa.

Desse modo, em um primeiro momento, a investigação quantitativa pode dar um panorama da situação. Em um segundo momento, a investigação qualitativa pode auxiliar a detectar a rede de vivências, de práticas e de significados que envolvem o cotidiano de uma determinada população, associando vários aspectos (GOMES; AMARAL, 2005, p. 47).

Diante desta compreensão, inicialmente, foi feita uma *análise descritiva* dos dados, com as frequências totais e absolutas em cada questão. Alguns resultados foram expostos em gráficos e tabelas, uma vez que esses recursos melhoram a visualização e facilitam o entendimento dos resultados. Nesta parte da pesquisa, foi analisado o perfil socioeconômico do torcedor visitante, a composição do grupo de viagem, a frequência das viagens futebolísticas envolvendo participação no “novo” Mineirão, os fatores motivacionais relacionados com as viagens, a utilização de serviços turísticos na cidade, os gastos efetuados com a viagem e o consumo turístico na Pampulha.

Concomitantemente à *análise descritiva*, em diversos momentos foi necessário também estabelecer uma associação entre as variáveis com o objetivo de inferir sobre a

intensidade de relação entre duas ou mais variáveis. Segundo May (2004, p. 140), o objetivo da análise dos resultados da aplicação de formulário “é examinar padrões entre as respostas às perguntas e explorar os relacionamentos entre as variáveis que as perguntas representam. Isso significa ver em que medida uma variável é influenciada por outra”. Portanto, este tipo de análise serviu para identificar diversos casos em que as frequências totais e absolutas sofriam alterações quando relacionadas com variáveis distintas.

III.2 Estrutura geral do trabalho

Além desta parte introdutória, o trabalho está estruturado em três capítulos mais as considerações finais.

O *Capítulo 1 – A constituição do espaço urbano da Pampulha: locus privilegiado para vivências sociais* buscou detalhar o processo de idealização, criação e desenvolvimento de uma região da capital mineira que se assume – diante do discurso oficial – como referência para vivência do lazer e para a prática de atividades esportivas e turísticas. Diante da discussão que esse capítulo se propôs a fazer, evidenciaram-se também os elementos que suscitaram a construção do Mineirão. As principais fontes utilizadas para a construção desse capítulo foram a fonte documental (relatório dos prefeitos, legislação municipal e planos e programas da PBH) e a fonte bibliográfica. Dentre os diversos autores que contribuíram para a elaboração da argumentação contida nesse capítulo, destacam-se alguns dos principais trabalhos publicados sobre os aspectos do lazer e do turismo na Pampulha: Assumpção (2004), Hübner (2004), Pereira (2004), Resende (2004), Santos (2005), Seixas *et al.* (2005), Rodrigues (2006), Souza; Álvares (2006), Assis; Capanema (2009), Bessa; Álvares (2010), Bahia (2011), Ribeiro (2011), Campos; Amaral (2013) e Viana (2013).

O *Capítulo 2 – Futebol, Mercado e Turismo* apresenta uma discussão sobre o momento em que se torna explícita a transformação do futebol brasileiro em um negócio mercadológico – apropriado pela indústria do lazer e do entretenimento – durante o advento da Copa do Mundo de 2014. Diante das diversas problematizações sobre a realização da Copa no país, discutiu-se, prioritariamente, o processo de transformação dos estádios em arenas, destacando-se o caso do Mineirão, e as implicações em relação à organização deste megaevento na dinâmica urbana da capital mineira. As principais referências utilizadas na construção desse capítulo concordam que, com o novo modelo de estádio, tende a emergir

também um novo tipo de público. Portanto, é através desta concepção que se passou a discutir a questão do turismo esportivo, mais especificamente, o turismo futebolístico. Os principais autores utilizados para discutir sobre o processo no qual se acentua a mercantilização do futebol brasileiro foram: Mascarenhas (2009), Barreto; Nascimento (2011), Curi (2012), Damo (2012) e Damo; Oliven (2013). Sobre os impactados da Copa do Mundo em Belo Horizonte, utilizou-se as referências de Campos e Silva (2013) e de Gomes *et al.* (2014), além da Matriz de Responsabilidade e do PEI. Já sobre o tema “turismo esportivo” e “turismo futebolístico”, recorreu-se, principalmente, a uma literatura estrangeira, sendo esses os principais autores utilizados: Gibson (1998), Standeven; De Knop (1999), Gibson *et al.* (2003), Pigeassou (2004), Kurtzman (2005), Carvalho; Lourenço (2008) e Higham; Hinch (2009).

Já no *Capítulo 3 – A prática do turismo futebolístico em Belo Horizonte – aproximações entre o “novo” Mineirão e a Pampulha* são apresentados os resultados obtidos a partir da realização da pesquisa empírica, através de uma análise descritiva e de associações entre variáveis. Sobre a discussão desses dados, ressalta-se uma grande dificuldade que é existência de um número reduzido de estudos já realizados sobre a temática do turismo futebolístico – sobretudo, no contexto da literatura brasileira – principalmente, estudos que apresentam resultados alcançados através de pesquisa de campo. Dessa forma, o debate que se propôs realizar nesse capítulo ficou restrito a um número limitado de fontes, sendo as principais delas, pesquisas desenvolvidos na Europa, como os estudos de Allan *et al.* (2007), Tikander (2010) e Raatikainen (2013). As principais referências produzidas no Brasil utilizadas nesta pesquisa foram o estudo de Pinheiro (2012) – cujo foco não é o turismo de eventos esportivos – e publicações mais gerais, como, por exemplo, os dados sobre o turismo na capital mineira e os dados sobre o turismo futebolístico praticado na Copa do Mundo de 2014.

Os três capítulos que constituem este trabalho podem oferecer contribuições a diferentes segmentos da sociedade. Em termos de academicismo, este estudo pode servir como referência para outras pesquisas no campo do turismo que tenham o futebol como objetivo de investigação, e também pode contribuir para estudos mais específicos sobre o futebol no âmbito das Ciências Humanas e Sociais, uma vez que apresenta dados relevantes sobre o novo contexto do futebol brasileiro. Este estudo também pode subsidiar as ações do governo, principalmente, na elaboração de públicas nas áreas do esporte, lazer e turismo na cidade de Belo Horizonte. E, ainda, as informações contidas em todo o trabalho podem ser

úteis à sociedade de maneira geral, especialmente para o *trade* turístico. Portanto, convida-se a todos que tenham interesse sobre os temas “futebol” e “turismo” à leitura deste trabalho.

1 A CONSTITUIÇÃO DO ESPAÇO URBANO DA PAMPULHA: LÓCUS PRIVILEGIADO PARA VIVÊNCIAS SOCIAIS

Antes de aprofundar o debate envolvendo as interfaces entre o futebol e o turismo a partir das relações que se estabelecem entre o “novo” Mineirão e a Pampulha, torna-se necessário apresentar uma discussão mais detalhada a respeito da criação e do desenvolvimento desta região enquanto espaço privilegiado para a vivência do lazer e do turismo na cidade de Belo Horizonte-MG.

Dessa forma, foi mobilizada uma literatura que privilegiou estudos históricos mais abrangentes sobre a cidade de Belo Horizonte e mais específicos em relação a Pampulha. Ainda no sentido de reconstruir a história de uma região que foi idealizada concomitantemente ao projeto de modernização da capital mineira, também se recorreu aos relatórios de exercício dos prefeitos da cidade, buscando, assim, identificar discursos e ações referentes aos aspectos do lazer e do turismo.

Como a proposta deste capítulo excede a perspectiva histórica, também serão apresentados os resultados provenientes de uma vasta pesquisa documental que visou elucidar o desenvolvimento turístico da Pampulha, bem como sua consolidação como produto turístico de relevância no contexto do turismo da capital mineira. Os documentos analisados nesse capítulo referem-se à Lei Orgânica Municipal, ao Plano Diretor Municipal (Lei 7.165/1996), às Leis de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo (Lei n.º. 7.166/1996 – Lei n.º. 8.137/2000 – Lei n.º. 9.959/2010) e à Área de Diretrizes Especiais – Pampulha (Lei n.º. 9.037/2005).

E, ainda, como complemento da pesquisa documental, serão minudenciados o PDITS/BH, o Programa BH Metas e Resultados, o Programa de Trabalho da Belotur 2014 e os trabalhos da IV CMPU, pois se tratam de instrumentos elaborados recentemente com o objetivo de subsidiar as ações do poder público em cumprimento à legislação vigente.

1.1 Símbolo da modernidade belo-horizontina

Como foi explicitado na parte introdutória deste trabalho, Belo Horizonte foi concebida no final do século XIX para ser a capital moderna do estado de Minas Gerais. A nova cidade deveria sucumbir ao ideário do progresso republicano em detrimento às tradições arcaicas advindas desde o período colonial. Para tanto, era necessário inserir-se no contexto nacional e mundial das novas experiências sociais e urbanas que aconteceram naquele final de século (RODRIGUES, 2006).

Belo Horizonte foi planejada e construída para se tornar centro político e administrativo de Minas Gerais. O governo do Estado esperava que a cidade se sustentasse através de atividades ligadas ao serviço e ao comércio e que fossem capazes de complementar os desempenhos das atividades governamentais e administrativas. Notava-se, “no plano, a tese de que a cidade que se iria construir não teria vocação industrial, não reivindicaria ser polo econômico” (PAULA *et al.*, 2013, p. 12). Contudo, este ideário conseguiu se sustentar apenas nas duas primeiras décadas do século XX, uma vez que, no início dos anos 1930, mesmo com ares ainda provincianos – apesar de idealizada mediante um plano urbanístico moderno – a capital mineira já apresentava um tímido processo de industrialização (ASSUMPTÃO, 2004; HÜBNER, 2004).

A industrialização que ainda era incipiente até a metade da década de 1930 intensificou-se no começo da década seguinte. Neste contexto, ressalta-se a influência do prefeito Juscelino Kubitschek (1940-1945). Enquanto prefeito de Belo Horizonte, JK pôde dar início à sua ideologia desenvolvimentista – a florada quando foi governador do Estado de Minas Gerais (1951-1955), e, sobretudo, durante seu mandato como presidente da República (1956-1961) –, pois se comprometeu com o progresso e a ampliação da cidade.

É importante dizer que, no âmbito socioeconômico, o desenvolvimentismo é visto como uma dimensão política, pautada em uma perspectiva de um projeto de superação intencional de um atraso econômico e social através da importância de planos de desenvolvimento com ênfase na industrialização (MESQUITA, 2013). Desse modo, o impulso para que isso ocorresse em Belo Horizonte foi dado pela criação, em 1941, de um parque industrial. Esta medida fez com que a cidade passasse a ganhar várias indústrias e, conseqüentemente, abandonasse os traços de uma capital provinciana.

Se a mudança da capital mineira, no final do século XIX, já possuía o objetivo de polarizar o fluxo de progresso e modernidade, pode-se compreender o desenvolvimento industrial da década de 40 como uma reatualização do projeto inicial de mudança da capital (ASSUMPCÃO, 2004, p. 114).

Não obstante, essas mudanças, processadas tão rapidamente, trouxeram muitos problemas para a jovem capital²⁴, já que, ao mesmo tempo em que a cidade crescia, havia desemprego, miséria, falta de moradia, violência, concentração de renda e crescimento de ocupações irregulares (MESQUITA, 2013). Os problemas tipicamente urbanos que atingiam a capital mineira motivaram JK a realizar profundas transformações na cidade, com a criação de espaços específicos para as diversas atividades que aconteciam. Neste contexto, entre suas principais propostas estava a criação do Conjunto Arquitetônico da Pampulha, que seria a imagem do moderno, da cidade que pensa o futuro, alinhada com seus governantes.

A barragem da Pampulha – inaugurada no ano de 1938, durante o primeiro mandato do então prefeito-engenheiro Otacílio Negrão de Lima (1935-1938) – despertou a atenção de JK, pois a região apresentava todas as características necessárias para a idealização do seu projeto que, além do Conjunto Arquitetônico, contava ainda com a criação de um bairro residencial de luxo²⁵ articulado a um centro de esportes e diversões que se constituísse em um atrativo para o desenvolvimento do turismo.

Ressalta-se que, mesmo antes de ser construída a barragem da Pampulha, já existiam, em terras ao lado, alguns colonos que vieram de Portugal e da Itália (RESENDE, 2004). Portanto, antes de discorrer a respeito do Conjunto Arquitetônico da Pampulha, é necessário conhecer, ainda que sucintamente, que função era exercida na região antes da inauguração deste símbolo da modernidade da capital mineira.

A literatura que privilegia a história da constituição do espaço da Pampulha apresenta algumas contradições, entretanto, existe uma corrente mais expressiva que considera que a apropriação mais sistemática deste espaço começou no século XIX, antes mesmo da construção de Belo Horizonte. Na época do Curral Del Rei – o arraial que deu lugar à nova capital –, a região já era conhecida como Arraial de Santo Antônio da Pampulha.

²⁴ A população da cidade crescia demasiadamente, em grande medida, pela migração dos habitantes do interior do Estado, pois, após a crise de 1929, a economia agrária no continente sul americano passou por muitas transformações e ocorreram diversas crises no campo provocadas pela diminuição das importações por parte da Europa e dos Estados Unidos, que tentavam rearticular suas economias em época. Essa crise do setor rural gerou uma massa de miseráveis, sem emprego, sem terra e sem perspectivas no campo, e ocorreu simultaneamente ao desenvolvimento de trabalhos urbanos ligados, principalmente, à indústria (MESQUITA, 2013).

²⁵ “A elite belo-horizontina, incomodada com os novos problemas urbanos e com a ampliação das favelas, buscou o isolamento em bairros nobres e condomínios de luxo que surgiram no arredor da cidade” (MESQUITA, 2013, p. 59).

Durante as últimas décadas do século XIX e nas primeiras décadas do século XX, após a inauguração da nova capital, a região da Pampulha caracterizou-se pelo desempenho de atividades rurais, quando se constituiu os primeiros polos de abastecimento de Belo Horizonte.

Desde os primeiros anos de Belo Horizonte, a Pampulha desempenhou uma função importante no desenvolvimento da cidade. As atividades agropecuárias de suas inúmeras fazendas, sítios e chácaras abasteciam os mercados dos bairros das regiões mais centrais. Além da criação de gado e da produção de leite, plantavam-se milho, batatas, feijão, mandioca e hortaliças. Algumas fazendas podiam contar com engenhos de cana e moinhos d'água para produzir farinha. Os ofícios que eram realizados aí (por exemplo, carpintaria, tecelagem, selaria e fiação) favoreciam o contato da região também com outros municípios próximos, como Contagem e Santa Luzia (RIBEIRO, 2011, p. 19-20).

O desempenho das atividades rurais perdurou até a segunda metade da década de 1930, quando passaram a acontecer as primeiras intervenções do poder público, que não estava satisfeito com a “forma como o local estava sendo aproveitado. Para as autoridades da época, a Pampulha poderia trazer um progresso maior para Belo Horizonte” (RIBEIRO, 2011, p. 19), e assim, materializar as ambições em torno da construção de uma capital moderna.

Porém, as primeiras intervenções realizadas pelo poder público na Pampulha foram mais de ordem utilitária do que de caráter simbólico. Segundo Carsalade (2007), a década de 1930 foi marcada pela insuficiência de infraestrutura urbana devido ao crescimento populacional e territorial que começava a se delinear, sendo a falta de água potável um grave problema. Dessa forma, a solução encontrada foi dada na primeira gestão do prefeito Otacílio Negrão de Lima, que indicava a necessidade de avanço da saúde pública através da melhoria das condições sanitárias.

Foi com essa visão que, na década de 1930, começaram as obras de construção de uma barragem que iria deter o curso das águas do Ribeirão Pampulha, formando uma represa que serviria de reservatório de água para a capital. A barragem era um bloco maciço de quase 20 metros de altura, feito de cimento, alvenaria e terra. Ela sustentava o volume de água que formava um amplo lago artificial, a Lagoa da Pampulha, inaugurada em 1938 (RIBEIRO, 2011, p. 19).

A construção da barragem onde antes existia apenas um ribeirão representou a primeira intervenção pública na Pampulha. No entanto, com a ascensão de JK à prefeitura, assumiu-se uma importante fase na história da cidade, pois se idealizou a construção de um conjunto arquitetônico que representaria, na época, um marco pioneiro da arte moderna no Brasil (HÜBNER, 2004). Concomitantemente ao processo de expansão urbana de Belo

Horizonte, a arquitetura ia ao encontro da necessidade de conferir visibilidade à modernidade. Assim, JK utilizava um discurso que recusava admitir o passado como modelo e deixava clara a intenção de levar a capital ao reconhecimento internacional, nivelando-a com as grandes metrópoles já conhecidas, onde o moderno era sinônimo de progresso (RESENDE, 2004).

Ainda, a arquitetura deveria se revelar como um meio eficiente de comunicação, do qual se serviam os governantes para materializarem suas concepções e atribuírem significados ao espaço social que edificavam (SOUZA; ÁLVARES, 2006). Para tanto, era necessário haver uma mudança de paradigma, conferindo novas aspirações ao morar e ao convívio social, imprimindo, nos habitantes, o desejo de serem modernos para serem atuais (BESSA; ÁLVARES, 2010). Percebia-se, por conseguinte, o esforço desempenhado a favor da construção de um imaginário social coerente às ambições do governante.

No caso da Pampulha, a concepção do ser moderno excedia apenas o aspecto arquitetônico, uma vez que, projetou-se um novo espaço – voltado para elite sociocultural da capital mineira – onde as vivências públicas também pudessem se tornar referência. Existia a intenção de se criar um centro de vida ativa para seus moradores e um espaço turístico e de lazer. Buscou-se criar, para Belo Horizonte, o que há muito se reclamava e que, em todas as grandes cidades já existia e era preocupação dos governantes – a atração para o turismo (Juscelino Kubitschek, 1940-1941). JK tinha a intenção de aumentar o número de atrações como forma de fomentar a atividade turística no município, vista, por ele, como uma atividade promissora capaz de se juntar ao setor industrial e alavancar a economia da cidade (VIANA, 2013).

De todo modo, pode-se dizer que JK conseguiu, de fato, alcançar o ideário proposto a partir da construção da Pampulha, sobretudo, no que concerne ao embelezamento da capital mineira, criando o principal cartão postal da cidade.

Ademais, os autores utilizados para a construção deste trecho compartilham da mesma opinião ao considerarem a Pampulha como um espaço construído com o objetivo de simbolizar a modernidade, não apenas através de sua forma arquitetônica e urbanística, pois seria também um espaço de vivências sociais que expressariam seus valores, constituindo novos hábitos e costumes. Assim, torna-se importante analisar as práticas de lazer, de esporte e de turismo que emergiram após a inauguração do conjunto arquitetônico, seja a partir dos usos e desusos dos equipamentos que foram construídos mediante o plano original, seja através de outras práticas que ali também se estabeleceram para além dos espaços projetados oficialmente.

1.2 Lazer, esporte e turismo: vivências sociais intrínsecas na dinâmica do espaço projetado (1943-1954)

A discussão realizada na seção anterior reconstruiu a intenção de um prefeito com ambições desenvolvimentistas na construção de uma região que deveria simbolizar a modernidade belo-horizontina²⁶ – retomando as pretensões do período no qual a cidade foi planejada – através da construção do Conjunto Arquitetônico da Pampulha. Esse conjunto possuía, no seu projeto inicial, equipamentos específicos para a vivência do lazer e do turismo, pois, neste contexto, a Pampulha tornou-se a principal atração turística da capital mineira.

A criação de um centro turístico e de lazer para Belo Horizonte ao redor do lago artificial formado pela barragem era uma ideia que combinava dois interesses: primeiro, oferecer à população um espaço que concentrasse as principais opções de lazer da cidade; segundo, fazer dessa área um símbolo da modernidade e do progresso de Belo Horizonte (RIBEIRO, 2011, p. 22).

Apesar do conjunto arquitetônico ter sido oficialmente inaugurado em 16 de março de 1943, dois equipamentos já tiveram as suas atividades iniciadas no ano de 1942: o Cassino e a Casa do Baile.

De acordo com Bahia (2011), o edifício do Cassino foi construído como um dos mais emblemáticos projetos de modernização empreendido politicamente e o que melhor expressava as mudanças de costumes e as novas formas de sociabilidade. No ano de sua inauguração, o Cassino representou a primeira atração noturna da Pampulha e uma das primeiras de Belo Horizonte. Originalmente, o edifício foi dividido em duas partes: um salão de jogos, onde eram recebidos os seus jogadores e suas esposas, e um *grillroom*, onde acontecia uma programação de apresentações musicais com atrações internacionais para receber a elite belo-horizontina, tornando-se um ponto de encontro da alta sociedade da época (VIANA, 2013).

As citações acima reportam ao Cassino como espaço de vivência de lazer da elite belo-horizontina, atraindo para os jogos e shows os sujeitos dos mais altos segmentos sociais,

²⁶A Pampulha também simbolizaria a modernidade através de outros aspectos, pois também serviu de espaço para a edificação da Universidade de Minas Gerais – UMG e para a construção de um aeroporto. No entanto, por não serem objetos de investigação deste estudo, as discussões a respeito desses espaços aparecerão apenas como pano de fundo.

mas no relatório do exercício de 1942, o prefeito JK destacou a importância do Cassino também para o turismo, colocando a cidade nos circuitos nacionais e internacionais.

O Cassino da Pampulha, que constitui excelente instrumento para o **desenvolvimento do turismo** pelos prazeres que pode oferecer aos visitantes, alcançou, ao abrir os seus salões, um notável sucesso [...] estava cheio dos elementos mais destacados de nossa sociedade e de distintas famílias, que trouxeram dali magnífica impressão, diante do espetáculo da beleza, apuro, graça, arte e elegância que puderam admirar (Minas Gerais, 03/05/1942, p. 11 *apud* RESENDE, 2004, p. 71, grifo nosso).

Apesar do sucesso inicial, o Cassino teve uma vida efêmera, funcionando plenamente por apenas quatro anos, pois, em 1946, foi desativo devido à proibição de jogos de azar no país. Dessa forma, o edifício acabou recebendo outras funcionalidades distintas de sua função original.

No mesmo ano de inauguração do Cassino, também houve a abertura da Casa do Baile. O edifício onde funcionou representou um estilo inovadoramente moderno e arrojado. Executado em uma ilha artificial, seu espaço dividia-se entre um salão circular para os *dancings* e outro ambiente onde havia bares e restaurantes. Este equipamento foi considerado como um contraponto ao Cassino, uma vez que tinha o ideal de realizar bailes populares, ampliando o lazer a outros segmentos sociais e animando as tardes e as noites na Pampulha (RESENDE, 2004; SOUZA; ÁLVARES, 2006; CARSALADE, 2007; VIANA, 2013).

Ao se assumir um discurso que declarava a Casa do Baile como um equipamento popular, deve-se pensar no contexto da época em que a Pampulha foi inaugurada, período no qual a cidade crescia em número populacional e as classes menos abastadas começavam a se constituírem nas áreas periféricas da cidade, afastadas, inclusive, dos serviços de infraestrutura básica. Assim, corroborando com Bahia (2011), acredita-se ser importante desconfiar de certas afirmações, indagando-se sobre o que se entendia por “popular”.

De todo modo, assim como o Cassino, as atividades da Casa do Baile perduraram por pouco tempo, já que, em 1948, dois anos após a desativação do Cassino, a Casa do Baile também foi fechada devido à inviabilidade econômica.

Nos anos subsequentes à inauguração do Conjunto Arquitetônico da Pampulha, as construções de outros dois equipamentos que constavam no projeto original foram finalizadas: a Igreja de São Francisco de Assis e o Iate Golfê Clube. Do projeto original, apenas a igreja tinha sido idealizada sem a finalidade de se servir para a diversão, já que a intenção de JK era homenagear seu pai através de seu santo de devoção e, considerando o imenso sentimento

religioso e o catolicismo mineiro, abençoar as obras da Pampulha com a presença sagrada (VIANA, 2013).

O último equipamento a ser inaugurado foi o Iate Golfe Clube. O Iate foi construído com o objetivo de ser tornar o espaço de referência da cidade para a prática de esportes náuticos. Além das instalações esportivas, o clube também possuía outro espaço para a realização de eventos sociais e, assim como o Cassino, também se caracterizou como um espaço de lazer da camada da população mais abastada da cidade (RESENDE, 2004).

O Iate constitui o ponto alto dos domingos flamejantes de sol: sua bela piscina, sob o esplendor das manhãs se colore de mocidade feliz que se espraia, radiosa, pelas quadras de tênis e através do lago acolhedor em barcos modernos, fechando o dia no enleio das horas dançantes, quando a tarde desce, envolvente, sobre o bairro aristocrático (FRAD, 1960, p. 55 *apud* RESENDE, 2004, p. 76).

No que se refere especificamente à prática de esportes náuticos, destacam-se o remo, a vela e as regatas. Neste contexto, ganhava força a difusão dos esportes como aperfeiçoamento do físico e da raça (VIANA, 2013), sendo as competições bem divulgadas pela imprensa e, certamente, servindo de incentivo indutor para a promoção da Pampulha como um sofisticado espaço de lazer (BAHIA, 2011).

Não estaria completa a Pampulha se ali não fossem feitas obras destinadas ao aperfeiçoamento físico do homem, pelos exercícios esportivos. O próprio lago com suas dimensões imensas era um convite à administração, para que não tardasse com os trabalhos destinados à prática de esportes. Não hesitamos em dar à Pampulha os elementos destinados ao aprimoramento do corpo. Conhecedores que somos da importância dos exercícios ao ar livre, preparamos um centro de prática intensiva dos esportes. Surgiu, então, o Iate Golfe Clube, dotado de instalações modernas, para que os esportes como os do remo e vela possam ser praticados pela mocidade, completando as finalidades de um plano de aperfeiçoamento da raça (Juscelino Kubitschek, 1940-1941, p. 43).

A partir do incentivo à prática de esportes náuticos, observava-se um discurso que propagava um novo estilo de vida concomitantemente a uma nova opção de prazer, novo códigos de conduta e uma nova relação com o corpo, o que parecia bastante desejável na projeção da capital mineira.²⁷ De acordo com Melo (2001), os esportes náuticos incorporaram perfeitamente a modernidade dos primeiros anos do século XX. O moderno tinha relação com o indivíduo audaz, conquistador, vencedor. Os esportes náuticos simbolizavam representações

²⁷As intervenções realizadas na paisagem urbana da Pampulha pareceu encontrarem no Rio de Janeiro uma referência, desde a construção da barragem – o mar de Minas – às práticas de esportes náuticos, pois, na década de 1940, esportes como remo, vela e regatas já possuíam grande notoriedade no contexto das vivências tipicamente urbanas do cenário carioca (VIANA, 2013).

da saúde, do desafio, que educa o músculo e a moral; do progresso, do limpo e do belo, da vida e da ordem. Os esportes de uma juventude ativa, forte e com “liberdade de espírito” suficiente para conduzir a nação ao progresso necessário.

Ainda sobre o Iate, destaca-se a função social do clube, onde aconteciam, esporadicamente, bailes e festas. Segundo Carsalade (2007), havia, no clube, uma tradição festiva que resistiu por muitos anos, tornando-se célebre o seu anual “Baile do Marinheiro”, aonde todos iam de branco ou fantasiados de marinheiros, para celebrar o mar de Minas e seu ancoradouro, cais inventado para quem queria se soltar.

Comparando-se ao Cassino e à Casa do Baile, que tiveram vida efêmera, o Iate Clube prolongou suas atividades originais por quase duas décadas, sendo interrompido este ciclo apenas em 1961, quando, na administração de Amintas de Barros (1959-1962), o Iate Golfe Clube foi vendido, passando a ser propriedade privada e mudando seu nome para Iate Tênis Clube (BAHIA, 2011).

Além das práticas prescritas (bailes, jogos e esportes náuticos), a própria lagoa e o seu entorno serviram para que outros tipos de divertimentos pudessem ter emergido, principalmente, no final da década de 1940, quando o Cassino e a Casa do Baile já tinham as suas atividades interrompidas. Das atividades “imprevistas” destacou-se a prática da pesca. Durante o segundo mandato do prefeito Otacílio Negrão de Lima (1947-1951), a pesca na Lagoa da Pampulha tornou-se permitida²⁸ e controlada, restrita a determinados dias (domingos e feriados santos) e com a finalidade de recuperar as energias do trabalho (VIANA, 2013).

Sobre este aspecto, percebe-se uma concepção do lazer em oposição ao trabalho, no qual o caráter hedonístico de um se contrapõe à rotina produtiva do outro. É importante ressaltar que, no final da década de 1940, Belo Horizonte se consolidava como centro urbano de projeção nacional devido ao advento do setor industrial (BAHIA, 2011). Dessa forma, ao se inserir neste contexto, passou-se a observar mudanças em relação à dinâmica da própria cidade, implicando em consequências para a reorganização da vida social, delimitando tempos de trabalho e não trabalho²⁹ (VIANA, 2013).

²⁸ A prática da pesca na Lagoa da Pampulha estava proibida desde 1938 (Juscelino Kubitschek, 1940-1941).

²⁹ No Brasil, a preocupação com a instituição de um tempo específico para o não trabalho remonta à década de 1930 e às lutas operárias em prol da diminuição das abusivas jornadas de trabalho. Assim, a Constituição Federal de 1934 definiu a jornada de trabalho diário em oito horas, repouso semanal e férias remuneradas. Em grande medida, a constituição supracitada subsidiou a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) no ano de 1943.

Assim, o próprio prefeito, no relatório do exercício de 1948, elucidou sua intenção de liberar a pescaria na Lagoa da Pampulha – no dia de descanso semanal –, para possibilitar uma opção de lazer para a classe operária ainda emergente na cidade e, possivelmente, limitada a um repertório menos amplo de atividades.

Recanto incomparável para recreio e descanso, a Pampulha deve ser franqueada a todas as classes, sobretudo, aos trabalhadores que ali poderão refazer as energias gastas durante a semana. Não foi com outro pensamento que liberamos a pesca aos domingos no lago, e é com viva satisfação que temos observado ser cada semana maior o número de pessoas que afluem à Pampulha (Otacílio Negrão de Lima, 1948, p. 144).

Além da pesca, as corridas automotivas (motocicletas e carros) também fizeram parte do contexto das atividades “imprevistas” (VIANA, 2013).

Com a valiosa cooperação do Cicle Moto Clube de Míntas, foi promovida, como parte do programa de **incentivo aos esportes**, uma corrida de motocicletas na pista que circunda o lago da Pampulha. A organização e direção dessa prova estiveram a cargo dos diretores do Cicle Moto, cabendo à Prefeitura o pagamento das despesas e dos prêmios. É nosso pensamento aproveitar melhor o lago da Pampulha para as atividades esportivas, que ali se poderão exercer não só através do late Golfe Clube, a que já devemos brilhantes realizações, como por intermédio de outras organizações que venham a ser fundadas (Otacílio Negrão de Lima, 1948, p. 144, grifo nosso).

Percebe-se um esforço do poder público em consolidar a Pampulha como espaço para as praticas esportivas. Primeiramente, com o incentivo às modalidades náuticas, e, depois, com as corridas automotivas. Neste sentido, também há registro do preparo de uma pista no entorno da lagoa para a realização de uma corrida de automóveis.

Entre os serviços de remodelação e conservação de calçamento levados a efeito em 1949, é justo salientar-se, pelo seu vulto, o preparo da pista da Pampulha, executado a fim de nela se realizar a grande corrida de automóveis promovida pelo Automóvel Clube do Brasil e patrocinada pela Prefeitura, em setembro daquele ano (Otacílio Negrão de Lima, 1949, p. 129).

Com a inauguração de tal pista, a prefeitura não hesitou ao criar o chamado Circuito da Pampulha. Sobre a realização deste evento, destaca-se a quantidade de pessoas que foram prestigiar a corrida. “O Circuito da Pampulha concentrou as atenções do povo do nosso e de outros estados, e constituiu um espetáculo realmente empolgante, levando ao mais belo recanto da cidade cerca de 100.000 assistentes, segundo a estimativa feita pelos jornais” (Otacílio Negrão de Lima, 1949, p. 201). Mesmo tratando-se de uma estimativa

aparentemente otimista, este é o primeiro registro de uma atividade esportiva realizada na Pampulha a atrair um fluxo turístico relativamente alto para a região.

Portanto, pode-se dizer que, na primeira década após a sua inauguração, a Pampulha exerceu a função para qual foi projetada, servindo para a vivência do lazer, do turismo, e também do esporte, mesmo que parecendo “claro a quais camadas sociais determinadas práticas de diversão e lazer estavam orientadas” (VIANA, 2013, p. 19). Ademais, os bailes, as festas, os jogos e as práticas esportivas trouxeram – não apenas para a Pampulha, mas para toda a Belo Horizonte – novos elementos para uma mudança de mentalidade intrinsecamente associada aos valores da modernidade, onde a sociabilidade, depois de confinada ao espaço privado, começava a ganhar os espaços públicos da cidade diante do hábito do esporte, da vida ao ar livre e da comunicabilidade entre estranhos (CARSLADE, 2007).

1.3 Da decadência ao ressurgimento

Os primeiros anos que se passaram após a inauguração do Conjunto Arquitetônico da Pampulha protagonizaram um período de grande efervescência, pois o bairro consolidava-se como a principal atração turística de Belo Horizonte, uma vez que, além do seu aspecto estético – que por si só já chamava a atenção – o lazer e os eventos esportivos despertavam o interesse não apenas dos moradores da capital, mas também dos visitantes que vinham do interior do Estado e do restante do país.

Apesar de ter sido um início empolgante, alguns acontecimentos fizeram retroceder o projeto turístico e de lazer da Pampulha (SOUZA; ÁLVARES, 2006, ASSIS; CAPANEMA, 2009, BESSA; ÁLVARES, 2010). Um dos primeiros episódios que esses autores pontuam como o início da decadência da Pampulha foi a proibição do jogo de azar no Brasil. Segundo Viana (2013), a Pampulha passava por maus momentos no final de década de 1940, devido à proibição dos jogos no Cassino. Não obstante, neste momento ainda não se pode dizer que houve uma interrupção das vivências sociais, até porque, paralelamente às outras atividades “projetadas” que conseguiram se manter por um período mais extenso do que as atividades que aconteciam no Cassino, via-se também florescerem outros tipos de divertimento no contexto das atividades tidas como “imprevistas”.

Assim, o pior ainda estava por vir com o rompimento da barragem, em 1954 (VIANA, 2013).

Em 1954 uma onda de desalento invadiu a cidade. Uma fenda se abriu na barragem da Pampulha, de alto a baixo, fazendo desaparecer a lagoa. Assim que o vazamento foi detectado, as autoridades acionadas fizeram de tudo, com apoio a técnicos, para tentar evitar o rompimento. Não teve jeito. A região foi evacuada, o aeroporto da Pampulha interditado e os bombeiros ficaram em alerta. Em 20 de abril, a barragem cedeu e a água se espalhou por toda a área, atingindo casas, olarias e o aeroporto (FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO, 1995, p. 52 *apud* RESENDE, 2004, p. 68).

Diante do ocorrido, além das avarias materiais, dois aspectos de ordem simbólica tornaram-se centrais: o valor turístico da região e a ameaça dos principais ícones da modernidade belo-horizontina tornarem-se obsoletos. A preocupação em relação ao aspecto turístico justificava-se, pois, segundo Bruand (2003), o rompimento da barragem ocasionou o desuso dos artefatos arquitetônicos, que, com toda sua beleza formal, seguiram isolados e sem utilidade definida até quando foi reconstruída a barragem.

Em relação aos valores da modernidade, corria-se o risco de pôr o sonho por água abaixo. Mesmo já incorporada à paisagem urbana da cidade, o rompimento da barragem suscitou um questionamento sobre o “signo da modernidade” que marcou a gestão de JK, nos anos de 1940, pois, com as águas escorridas pelo rompimento da barragem, varria-se também o orgulho de grande cidade (CARSALADE, 2007).

Os fatos elucidados acima fizeram com que as preocupações do poder público se aliassem às de toda população em decorrência da dificuldade em custear a reconstrução da barragem. Entretanto, as preocupações de ordem financeira foram rapidamente superadas devido ao apoio espontâneo do Estado e da União, o que possibilitou o início imediato das obras de recuperação (Celso Mello Azevedo, 1957) que foram concluídas em 1958 com a reconstrução da barragem e do seu entorno (VIANA, 2013). Repetindo a ocasião de inauguração do conjunto arquitetônico no ano de 1943, a (re)inauguração da barragem foi realizada sob um clima festivo e de grande entusiasmo, contanto com a presença de milhares de espectadores, entre eles, os representantes do governo e a própria população belo-horizontina.

1.3.1 A reconstrução da barragem e a construção de novos equipamentos de lazer

A reinauguração da barragem no ano de 1958 marcou um novo período no qual a Pampulha voltava a ser alvo de investimentos públicos. Antes de elucidar os principais equipamentos inaugurados neste contexto, é importante destacar que houve a recuperação dos edifícios do antigo Cassino³⁰ e da Casa do Baile³¹.

Após a inauguração da nova barragem da Pampulha, o objetivo do poder público tornava-se recuperar os antigos equipamentos que se encontravam abandonados e construir novos equipamentos também com a finalidade de lazer e turismo. Assim sendo, o primeiro a ser inaugurado, foi o Jardim Zoológico.

O Jardim Zoológico de Belo Horizonte, por certo será, no gênero, dos mais amplos e atraentes logradouros do país. Com sua construção já em franco progresso, idealizadas suas obras segundo a melhor técnica para exposição da fauna, constituirá o Zoo belo-horizontino motivo de orgulho e satisfação para Minas e para a Cidade, que ali terá o seu mais interessante ponto de recreio e turismo [...]. A Capital é carente de atrativos, principalmente para aqueles que, relacionados com a natureza, são de gosto do povo. Entre estes, alinha-se o Jardim Zoológico, lacuna ainda não preenchida. Localizado na Pampulha, ao lado de sua função cultural, constituirá, por certo, frequentado sítio de recreio (Américo René Giannetti, 1952, p. 98).

Apesar do zoológico não fazer parte oficialmente do conjunto, sua construção também veio suprir a idealização de um parque que constava no projeto original, mas que, na época, não foi finalizado.

Foi idealizado um parque, numa área de 386.000m², com campo de golfe, pista para equitação e hipismo e um clube de caçadores, além de várias cabanas para aqueles que ali quisessem passar os finais de semana. Esse parque não chegou a ser concluído, ficando, posteriormente, essa área destinada ao Jardim Zoológico da cidade (RESENDE, 2004, p. 84).

Mesmo que, no final da década de 1940, já houvesse um discurso oficial considerando a Pampulha como um espaço que comportava desde os elementos das classes

³⁰ Segundo Resende (2005), com a proibição dos jogos de azar, o prédio onde era o Cassino passou a servir a outras funcionalidades, como: espaço para audições artísticas; recepções de formatura; Exposição de Arte Tradicional de Minas (certame de êxito na época); hotel; shows; e até mesmo depósito da Prefeitura de Belo Horizonte - PBH. Todavia, a Lei n.º. 674, de 23 de dezembro de 1957, instituiu a criação do Museu de Arte Moderna. Ressalta-se que esse museu ainda encontra-se em pleno funcionamento e se constituiu, ao longo do tempo, como um dos principais equipamentos museológicos da cidade.

³¹ A Casa do Baile, após alguns anos, transformou-se em restaurante privado, sofrendo várias intervenções danosas, porém reversíveis. Esteve alternadamente sob administração privada e pública, abrigando vários usos e passando por lamentáveis períodos de descaso do poder público. Após permanecer um longo período desocupada, chegou a ficar em péssimo estado de conservação, até passar por obras de reforma e restauração, em 2002, quando foi reaberta como um espaço cultural vinculado à Secretaria Municipal de Cultura (hoje Fundação Municipal de Cultura), com o propósito de constituir um centro de referência de Arquitetura, Urbanismo e Design, ainda em vigor (BAHIA, 2011).

mais abastadas da sociedade belo-horizontina até uma classe operária emergente na cidade, foi a partir da inauguração dos novos equipamentos – iniciando pelo zoológico – que houve, de fato, uma mudança de apropriação de uso desse espaço, recebendo grande número de pessoas e contribuindo para sua maior utilização e fruição (SOUZA; ÁLVARES, 2006; BESSA; ÁLVARES, 2010; ASSIS; CAPANEMA, 2009).

Seguindo a lógica de diversificação da Pampulha, foi dada continuidade à construção de equipamentos de natureza mais popular e, ainda no ano de 1959, iniciaram-se as obras de construção do Estádio Governador Magalhães Pinto (Mineirão), que seria o novo palco do futebol mineiro. É importante ressaltar que, neste período, o futebol já havia se tornado símbolo da cultura brasileira – notoriamente reconhecido devido ao grande apelo popular existente ao seu entorno – representando, inclusive, um dos principais símbolos da identidade nacional.³²

1.3.1.1 Fatores que engendraram a construção do Estádio Governador Magalhães Pinto – “Mineirão”

O início da construção do Mineirão no final da década de 1950 estava associado a um conjunto de fatores tanto de ordem material quanto de caráter simbólico. Partindo do plano político-ideológico, o governo do Estado de Minas Gerais manteve-se envolvido durante todo o processo, desde a idealização do projeto até a inauguração do estádio. O comprometimento do governo mineiro com a construção do Mineirão condizia com a existência de uma política nacional envolvente sobre o esporte, que já vinha se desenhando desde o início da década de 1930, através da intervenção do presidente Getúlio Vargas – durando até seu mandato como chefe do Governo Provisório (1930-1934) – no processo de profissionalização do futebol brasileiro.

O advento do profissionalismo culminou com um processo de grande efervescência popular, pois houve o acirramento da competição e da rivalidade entre os clubes, e o futebol deixou de ser um esporte exclusivo das elites³³, tornando-se também um esporte das massas. Segundo Mascarenhas (2005), a popularização do futebol suscitou um

³² Existe uma vasta literatura a respeito do futebol como elemento da cultura popular brasileira. Para saber mais sobre o assunto, consultar SILVA, S. R. *et al.*, 2009.

³³ Sobre o processo de desenvolvimento do futebol brasileiro, ver PRONI, 2000.

novo padrão de estádio, na forma de um grande equipamento, através de mudanças em relação ao seu porte, à localização e ao significado.³⁴ Neste contexto, o Estado despontou como agente majoritário, construindo grandes estádios pelo país, como o Pacaembu (São Paulo, 1940), o Maracanã (Rio de Janeiro, 1950) e o Fonte Nova (Salvador, 1951), que foram precedentes do Mineirão.

A construção de estádios de grande porte dialogava com as necessidades de legitimação ideológica por via populista e, partir dos anos 1950, essas construções seriam uma das expressões da “monumentalidade”, um dos marcos de uma ideologia nacional de Estado, um ideário decorrente de uma arquitetura monumental do nacional-desenvolvimentismo sobre a influência de JK, neste momento presidente da república (PEREIRA, 2004). Dialogando com estas prerrogativas, o Mineirão deveria representar “o que de mais moderno poderia existir na cidade” (CAMPOS; AMARAL, 2013, p. 45). Construído em uma região moderna, sendo ele próprio um edifício moderno e arrojado, deveria ser também símbolo de desenvolvimento, representante concreto do progresso, do trabalho rumo às conquistas e à prosperidade (ASSUMPCÃO, 2004).

Diante desta ideologia, em 12 de agosto de 1959 – durante o mandato de governador José Francisco Bias Fortes (1956-1961) – houve a aprovação do projeto de lei que previa a construção do estádio (ASSUMPCÃO, 2004).

Sancionada a lei e definido o terreno³⁵ onde seria construído o Mineirão, iniciaram-se as obras de construção do estádio que levaria seis anos até a sua inauguração. Esse longo período de construção pode ser explicado em decorrência do viés político, pois houve alternância de poder no Governo estadual. Oriundo de um partido de oposição ao de Bias Fortes, José de Magalhães Pinto (1961-1966) assumiu seu mandato tomando como iniciativa a paralisação das obras de construção do Mineirão.

O Mineirão leva o nome do ex-governador Magalhães Pinto. O batismo se justifica pelo empenho do líder da UDN (União Democrática Nacional) em ver o estádio

³⁴ Houve, portanto, grande mudança nas dimensões do estádio, uma vez que, durante o amadorismo, a existência de estádios menores e mais acanhados condizia com a participação de um público mais restrito e seletivo. Em Belo Horizonte, percebia-se, antes da profissionalização, o incentivo do Estado na construção de pequenos estádios para servirem à elite local. “Ao ganhar notoriedade nas camadas mais abastadas da população, o esporte passou a ser incentivado pelo Estado, que cedeu importantes áreas no centro da cidade, como também no Prado Mineiro, para a construção de estádios” (COUTO, 2004, p. 2).

³⁵ Um ponto decisivo para a concretização do sonho do grande estádio ocorreu em 27 de fevereiro de 1960. Neste dia foi firmado um convênio entre o Ministério da Educação e Cultura, a Universidade de Minas Gerais - UMG, o Conselho de Administração do Estádio Minas Gerais e a Diretoria de Esportes do Estado de Minas Gerais. A assinatura desse convênio garantiu a construção do estádio em um terreno cedido pela UMG (SANTOS, 2005).

erguido [...], porém, antes de jogar todo seu prestígio e abrir os cofres do Estado, Magalhães resistia e não escondia a má vontade em dar continuidade ao empreendimento [...] o transitório desprezo se fixava na motivação política, dada a renhida rivalidade mantida com José Francisco Bias Fortes, seu antecessor no Palácio da Liberdade e líder do PSD [...] o projeto do Mineirão quase emperrou devido ao lendário confronto partidário mantido por PSD e UDN [...] Magalhães entendia que o novo campo também traria glórias ao arquirrival Bias Fortes, responsável pelos primeiros procedimentos, e, portanto, a divisão dos méritos lhe esfriara o entusiasmo (SEIXAS *et al.*, 2005, p. 22-23).

A concepção de Magalhães Pinto sobre a construção do Mineirão começou a mudar devido ao título nacional da seleção mineira no ano de 1963, uma vez que, após a conquista houve grande mobilização popular pelas ruas de Belo Horizonte. Após receber uma calorosa manifestação popular, Magalhães Pinto, em uma jogada política decidiu retomar as obras de construção do estádio (ASSUMPCÃO, 2004).

FIGURA 1 – Imagem da construção do Mineirão na década de 1960, com a presença, supostamente, de técnicos responsáveis pelas obras do estádio.



Fonte: Revista Veja BH.

Disponível em: http://vejabh.abril.com.br/imagem/2277_mineirao08_dest.jpg

(Acesso em: 28/janeiro/2015.)

A decisão do governador em dar continuidade às obras de construção do Mineirão retomou também com as esperanças de uma população que crescia³⁶ e, por conseguinte, demandava novas atividades de lazer, sendo o futebol uma das mais procuradas. Assim, o Mineirão deveria se constituir como um importante equipamento de lazer para a população, já que, na segunda metade da década de 1950, o estádio Independência³⁷, com apenas cinco anos de existência, já não comportava toda a demanda de público existente na cidade (ASSUMPÇÃO, 2004).

O retorno das obras do Mineirão simbolizava o entendimento diante do fato de que possuir um equipamento de lazer de grande porte tornava-se também uma necessidade distintiva ou, ainda, uma espécie de marco simbólico que representaria a desenvoltura e a altivez do Estado mineiro. Tomado como estratégia de criação de um canal que pudesse dar vazão ao discurso e ao pensamento oficial, a classe política mineira buscava capitalizar ao máximo a construção do estádio, reforçando a noção de protagonismo que o Estado de Minas Gerais deveria assumir (SOUZA NETO, 2013) e, ainda, produzindo um efeito multiplicador, causando um sentimento de mineiridade e de adesão aos clubes de Minas (SEIXAS *et al.*, 2005).

Assim sendo, “um grande estádio seria o ponto de partida, um importante passo que alçaria o esporte mineiro, em especial o futebol, à projeção e ao reconhecimento de que este era merecedor” (SANTOS, 2005, p. 1). Enquanto São Paulo e Rio de Janeiro – centros hegemônicos do futebol brasileiro no final da década de 1950 – tinham o Pacaembu (70.000 torcedores) e Maracanã (200.000 torcedores), Belo Horizonte possuía apenas o estádio Independência (30.000 torcedores) em condições de proporcionar bons espetáculos e, mesmo assim, já não suportava o número crescente de torcedores (SEIXAS *et al.*, 2005).

Antes da inauguração do Mineirão, o cenário de hegemonia do futebol paulista e carioca expressava-se perante as campanhas protagonizadas pelos clubes destes estados, cabendo aos times da capital mineira apenas o papel de coadjuvantes. Um dos fatores que implicava na manutenção deste cenário era a ausência de um grande estádio, já que estádio pequeno era sinônimo de rendas baixas que, por consequência, não davam condições aos clubes mineiros de permanecerem com os jogadores que mais se destacassem, uma vez que as equipes não possuíam patrocinadores e as despesas com os salários de jogadores eram

³⁶“Entre 1940 e 1960, Belo Horizonte passou de 211.377 habitantes para 693.328” (MESQUITA, 2013, p. 46).

³⁷ O estádio Independência foi o primeiro de “maior porte” a ser construído em Belo Horizonte. Foi inaugurado em 1950 para sediar os jogos da Copa do Mundo daquele ano.

cobertas fundamentalmente a partir da obtenção das rendas oriundas da bilheteria (PRONI, 2000).

Diante do cenário de supremacia das equipes paulistas e cariocas e da significância de um grande estádio neste contexto, a inauguração do Mineirão – com capacidade original para receber 130.000 mil torcedores – em cinco de setembro de 1965 trouxe grande euforia no meio esportivo da capital mineira diante da confiança de que um grande estádio era o que entravava o futebol mineiro e gerava a certeza de que este pudesse, então, se expressar nacionalmente. A inauguração do estádio assinalaria novos rumos para o futebol mineiro, impulsionando a ascensão dos clubes da capital, principalmente, Cruzeiro e Atlético.³⁸

Assim, pode-se aferir que o futebol mineiro cresceu com o Mineirão, pois o estádio passou a dar grandes lucros para Cruzeiro e Atlético. No ano de 1970, superando estádios como o Maracanã e o Pacaembu, o Mineirão obteve a maior média de arrecadação por jogo do futebol brasileiro. Segundo Assumpção (2004), esse dado ilustra o crescimento do futebol mineiro após a inauguração do estádio. Com os cofres recheados – em razão do faturamento nas bilheterias – e oferecendo-lhes altos salários, Cruzeiro e Atlético deixavam de ser apenas exportadores de jogadores e tornaram-se também importadores de estrelas nacionais e internacionais (SEIXAS *et al.*, 2005). Além de poder protagonizar o futebol mineiro perante o cenário nacional, o Mineirão inaugurou uma nova fase, despertando o mineirismo, o regionalismo e o amor aos times do Estado (ASSUMPCÃO, 2004).

Ademais, a construção do Mineirão manteve-se em diálogo com o contexto político-ideológico e, a partir da sua inauguração, o estádio também se constituiu como um dos símbolos da modernidade belo-horizontina, possibilitando uma nova opção de lazer para a população da capital, e ainda, ao lado do Conjunto Arquitetônico da Pampulha, tornou-se referência como atração turística da cidade.

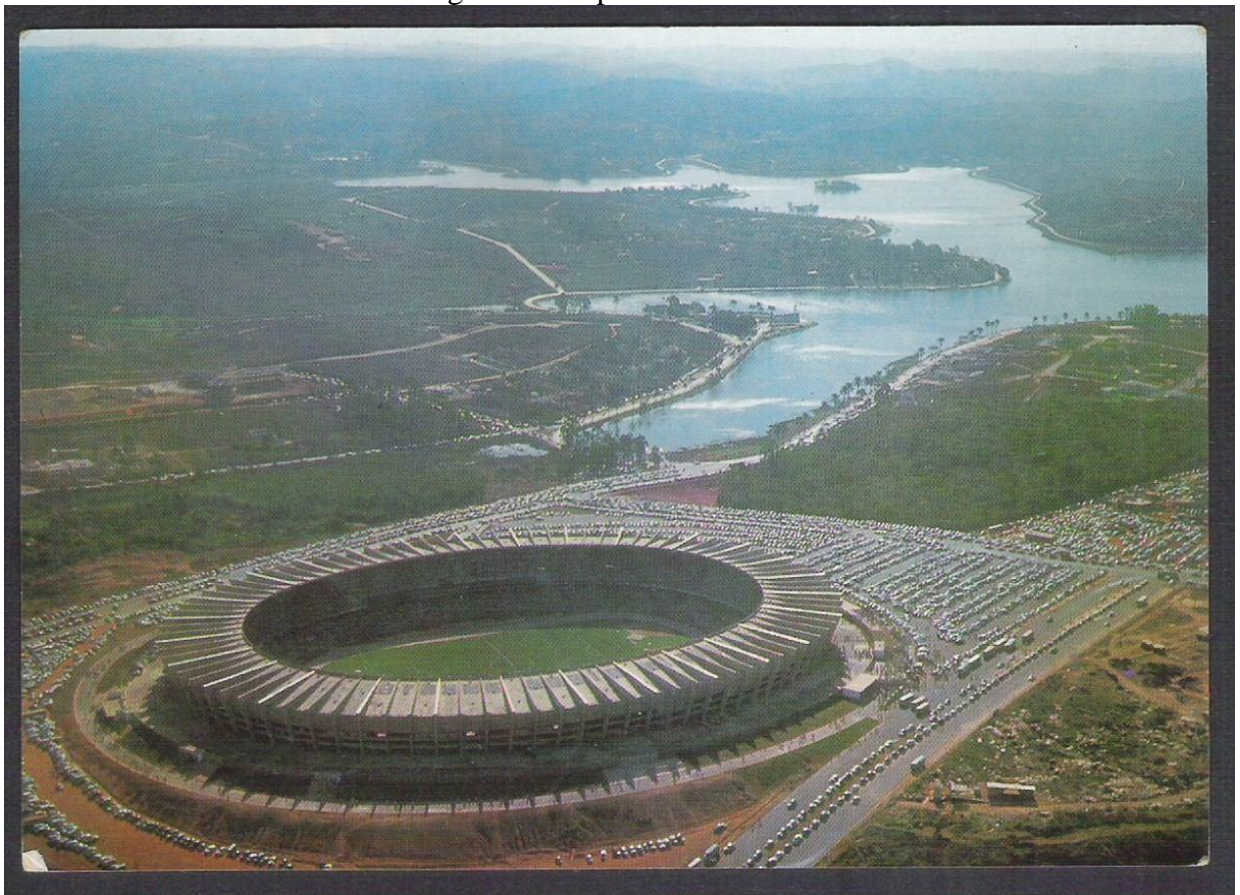
Segundo Pinheiro *et al.* (2011), os grandes estádios de futebol possuem notória vocação para a atividade turística, seja pelas equipes que neles atuam, por suas aparições na mídia, por terem sediado jogos de evidente importância ou mesmo por diferenciais

³⁸ Pode-se considerar como grande marco deste processo o título da Taça Brasil de 1966, conquistado pelo Cruzeiro apenas um ano após a inauguração do Mineirão. Segundo Santos (2012), naquele ano, o Cruzeiro destacou-se perante as equipes paulistas e cariocas e, pela primeira vez, Minas Gerais conquistava um título nacional de competições de clubes. “Cruzeiro se transformou, então, num símbolo da renovação do futebol brasileiro” (ASSUMPCÃO, 2004, p. 179), pois “o título da Taça Brasil provocou a dilatação das fronteiras do futebol brasileiro. Dirigentes cariocas e paulistas, então donatários das competições mais importantes, entendiam ser impossível um campeonato sem a participação dos clubes de Minas e de seu novo símbolo: o Mineirão” (SEIXAS *et al.*, 2005, p. 38).

arquitetônicos. Estes espaços trazem fortes imagens populares, adquiridas pela capacidade do esporte em transformar os locais de suas práticas em ícones, e criam, assim, a habilidade de atrair visitantes, tornando-se parte significativa de muitas destinações turísticas.

O Mineirão, desde quando inaugurado, despertava a atenção devido ao seu diferencial arquitetônico – representando um marco da monumentalidade na capital mineira – e ao seu destaque como ícone do futebol mineiro. Inserido na Pampulha – símbolo do lazer e do turismo na capital mineira –, o Mineirão também se constituiu em uma importante atração turística de Belo Horizonte, sendo um cartão postal da cidade, reconhecido internacionalmente e visto como símbolo da cidade, um ponto de referência (PEREIRA, 2004).

FIGURA 2 – Imagem do Mineirão na década de 1970 com vista para a Lagoa da Pampulha ao fundo.



Fonte: <http://www.skyscrapercity.com/showthread.php?t=902792&page=543>
(Acesso em: 28/01/2015.)

De acordo com Assumpção (2004), milhares de pessoas já visitavam o estádio antes das obras serem concluídas e, a partir da realização dos jogos, a capital mineira teve seu

panorama alterado em razão do grande fluxo de pessoas que circulavam pela cidade a caminho do Mineirão.

A grande euforia que dominou as comemorações de inauguração do Gigante da Pampulha também esteve presente nos festejos de um ano do estádio: as estatísticas que indicavam que 2 milhões de torcedores já haviam passado pelo estádio, o sucesso dos clubes mineiros, que desfilavam craques que eram cobiçados, sem sucesso, pelos grandes clubes do Rio de Janeiro e de São Paulo, os visitantes que faziam do estádio escala obrigatória na **rota do turismo em Minas Gerais** (SANTOS, 2005, p. 1, grifo nosso).

Nos primeiros anos seguintes à sua inauguração, o estádio já estava inserido no “roteiro turístico” tanto de Belo Horizonte, quanto do Estado de Minas Gerais. Como consequência do aumento da demanda turística interessada pelo futebol e/ou conhecer o Mineirão, havia grande movimentação na rede de hotéis da cidade – os meios de hospedagem da cidade se readequavam em condições de proporcionar a necessária acomodação aos turistas –, nas lojas e nos meios de transporte (PEREIRA, 2004). Percebia-se, então, na capital mineira, uma incipiência na relação entre o futebol e o consumo de serviços turísticos.

1.4 Proteção ao patrimônio histórico e cultural

A Pampulha tornou-se referência emblemática, principalmente, em decorrência da singularidade do seu conjunto arquitetônico. Na época de sua inauguração, o rompimento com os projetos arquitetônicos poucos originais, como os prédios ecléticos típicos da capital ou mesmo os retilíneos edifícios da arquitetura moderna europeia, ajudaram a projetar internacionalmente o jovem arquiteto Oscar Niemeyer³⁹ (SOUZA; ÁLVARES, 2006). O trabalho de Niemeyer foi ainda mais valorizado devido à contribuição de renomados artistas do contexto internacional. Destacou-se o projeto paisagístico de Burle Max, os painéis do pintor Cândido Portinari e as esculturas de Ceschiatti, Zamoiski e José Pedrosa (HÜBNER, 2004).

³⁹ Os projetos da Pampulha são considerados, por Niemeyer, como as primeiras obras de real importância a ele entregues (PIRES; ÁLVARES, 2004).

Não só o conjunto (composto originalmente pelo Cassino, Casa do Baile, Igreja de São Francisco de Assis e Iate Clube), mas a casa de JK⁴⁰—residência também projetada por Oscar Niemeyer no ano de 1943 para o prefeito Juscelino Kubitschek, às margens da lagoa, construída para ser um modelo de bem viver, com sua espacialização tipicamente moderna, com áreas sociais, íntimas e de serviço, integrando ambientes internos e externos, com espaços para diversão e notável clareza formal (BAHIA, 2011) – e o Mineirão também são importantes ícones arquitetônicos inseridos na paisagem urbana da Pampulha.

A notoriedade da arquitetura moderna da Pampulha chamava a atenção desde a sua inauguração na década de 1940, recebendo reconhecimento no cenário nacional e internacional. Paradoxalmente, foi apenas no começo da década de 1980 que se iniciaram os primeiros movimentos em direção à instauração de uma política de proteção ao patrimônio arquitetônico.

A política de proteção ao patrimônio (cultural ou natural) abarca dois conceitos distintos, o de preservação e o de conservação. Neste caso, a preservação relaciona-se às propostas de não intervenção humana e a conservação diz respeito às formas racionais de apropriação. No Brasil, a política de proteção pode acontecer através de mecanismos como o tombamento, inventários e planos diretores (SILVA, 2005). Porém, devido ao fato da Pampulha ser tombada nas esferas federal, estadual e municipal, apenas este mecanismo de proteção será evidenciado.

“O bem tombado pode ser de caráter público ou privado” (SILVA, 2013, p. 2). No tombamento, o poder público busca garantir, pela conservação ou preservação de uso e obrigação de manutenção das características originais impedindo que venham a ser destruídos, que determinados bens de certo valor histórico, artístico ou arquitetônico possam ser protegidos (OLIVEIRA; GOMES, 2011). É importante ressaltar que “a aplicação do tombamento é extensa aos bens móveis e imóveis, de interesse cultural e ambiental e, quando o tombamento é aplicado aos bens materiais, deve estar relacionado à preservação da memória coletiva” (SILVA, 2005, p. 26).

O conjunto da Pampulha obteve seu primeiro registro de tombamento em 1984. Neste ano, os edifícios projetados originalmente, mais a lagoa, foram tombados pelo

⁴⁰No ano de 2013, a casa de JK tornou-se um espaço cultural e herdou o nome do antigo prefeito (Casa Kubitschek). Este espaço dedica-se a contar a história de uma casa modernista por meio de espacializações, objetos e estímulos sensoriais. A ideia é ampliar a experiência do visitante em relação aos modos de habitar dos anos 1940, 1950 e 1960, período singular para consolidação do pensamento modernista em Minas Gerais, e suas manifestações na arquitetura, no urbanismo, no paisagismo e nas artes.

IEPHA⁴¹, e 25 anos após estes tombamentos, a antiga casa de JK também se tornou protegida pelo IEPHA.

Essencialmente, as principais prerrogativas que constituíram a gênese da política de proteção patrimonial no país condizem com a conservação de bens de valor histórico, cultural, arquitetônico, ambiental e também de valor afetivo para a população, impedindo a destruição e/ou descaracterização de tais bens.⁴²No entanto, a partir dos anos 1990,

a preservação do patrimônio adquire dupla funcionalidade, contraditoriamente; por um lado assume a busca da identidade, do saber, da história e da memória, que não se pode negar; por outro lado, o patrimônio adquire um caráter mercadológico, é um produto cultural fabricado, empacotado e vendido para plateias exclusivas; é uma dialética que envolve a questão patrimonial, hoje, sobretudo nas grandes cidades (COSTA, 2010, p. 9).

Corroborando com Costa (2010), Oliveira e Gomes (2011) são enfáticos ao afirmarem que, no início dos anos 1990, passou a haver uma forte repercussão econômica advinda do tombamento, através de uma espécie de mercantilização da propriedade tombada e do próprio espaço geográfico de seu entorno. Assim, os espaços constituídos por significativo acervo arquitetônico, ou seja, espaços urbanos possuidores de bens materiais símbolos de identidade, cultura e memória, passaram a vislumbrar um interesse no incremento do desenvolvimento econômico local e regional, alterando seus “valores” e lhes imprimindo uma nova lógica.

Dentro dessa “nova” lógica de conjunto arquitetônico tombado, enviesado pela perspectiva econômica, a atividade turística motivada pela visita ao patrimônio protegido emergiu como um grande alento para o desenvolvimento econômico. Neste contexto, a Pampulha iniciou seu processo de tombamento ao nível federal, através da titulação concedida pelo IPHAN. Este processo, que começou de forma provisória em 1994, tornou-se definitivo em 1996 e a delimitação da área tombada também incluiu os equipamentos projetados originalmente, mais a casa de JK e a lagoa (RESENDE, 2004). Dessa forma, assim como o

⁴¹ Os objetivos e as competências do IEPHA estão explicitados no sítio eletrônico do órgão. Disponível em: <http://www.iepha.mg.gov.br/institucional/objetivo-operacional-e-competencias-legais>. (Acesso em: 28/01/2015.)

⁴² Informações obtidas de acordo com o sítio eletrônico do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, principal órgão responsável pela proteção do patrimônio histórico do país. Atualmente, o IPHAN é responsável pelo tombamento de bens de interesse nacional. De acordo com as informações do próprio site do órgão, estão sob a tutela do IPHAN mais de 45 mil bens imóveis tombados, inseridos em 97 núcleos históricos protegidos. O Instituto registra, ainda, o tombamento de 910 edificações isoladas, equipamentos urbanos e de infraestrutura, um conjunto rural, dezesseis paisagens naturais, dezesseis ruínas, dez jardins e parques históricos, seis terreiros, seis sítios arqueológicos e um sítio paleontológico. Destacam-se, também, 417 mil objetos e bens integrados tombados individualmente e sete coleções e acervos arqueológicos. Disponível em: portal.iphan.gov.br. (Acesso em: 28/01/2015.)

IEPHA, o IPHAN reconheceu não apenas os valores arquitetônicos da região, mas também os valores históricos, sociais, culturais e até mesmo ambientais.

Além das esferas federal e estadual, a Pampulha também é tombada no âmbito municipal.⁴³ O início deste processo ocorreu na década de 1990 com a proteção do conjunto arquitetônico, ou seja, os equipamentos construídos a partir do projeto original mais a lagoa, e, na década seguinte, mais especificamente no ano de 2003, houve o tombamento da casa de JK e do Estádio Governador Magalhães Pinto. Sobre o Mineirão⁴⁴, é importante destacar que o seu tombamento foi uma forma de reconhecer sua importância perante a paisagem urbana da Pampulha, evidenciando tanto o seu valor arquitetônico quanto o seu valor social.

A Pampulha também vem pleiteando sua inscrição na lista do Patrimônio da Humanidade. A Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural é um “instrumento” utilizado pela UNESCO para a definição das áreas de interesses para proteção cultural e natural. O objetivo da UNESCO, com a titulação de Patrimônio da Humanidade, é “estabelecer um sistema eficaz de proteção coletiva para os bens considerados únicos, insubstituíveis e de valor excepcional⁴⁵ para a humanidade” (WIDMER; PIRES, 2008, p. 53). São considerados patrimônio cultural os monumentos, os conjuntos e lugares notáveis. Assim, a Pampulha vem concorrendo nas “categorias” monumentos e conjuntos.⁴⁶

Percebe-se que o foco principal da UNESCO é a proteção e conservação do patrimônio de interesse e importância mundial. Todavia, ainda que implicitamente, o processo de inscrição de determinado bem na lista de Patrimônio da Humanidade também é regido por princípios de mercado e das oportunidades de fazer negócio. Dessa forma, a convenção torna-se uma espécie de inventário mundial capaz de induzir a atividade turística sobre as localidades que se inscrevem como Patrimônio da Humanidade (WIDMER; PIRES, 2008).

⁴³ Em Belo Horizonte, o órgão responsável pelo tombamento dos bens materiais e imateriais do município é a Fundação Municipal de Cultura.

⁴⁴ Entre os anos 2010 e 2012, o Mineirão passou por uma grande intervenção. O estádio foi “modernizado” para poder sediar alguns jogos da Copa do Mundo de 2014, contudo, devido ao tombamento municipal, sua faixa externa – incorporada à paisagem urbana da Pampulha – não pôde ser descaracterizada.

⁴⁵ De acordo com Pureza (1998) *apud* Widmer e Pires (2008), considera-se excepcional algo que se destaca do comum dentro de sua época e de seu espaço, reunindo a capacidade de ser considerado extraordinário e representativo do patrimônio cultural das presentes e futuras gerações que congreguem o sentido de humanidade.

⁴⁶ Segundo Widmer e Pires (2008), os **monumentos** são obras arquitetônicas, esculturas ou pinturas monumentais, objetos ou estruturas arqueológicas, inscrições, grutas e conjuntos de valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência e os **conjuntos** são grupos de construções isoladas ou reunidas, que, por sua arquitetura, unidade ou integração à paisagem, têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência.

Nesta perspectiva, a titulação se insere à lógica do capital, agregando valor e servindo como uma espécie de certificação em relação à importância e qualidade do patrimônio.

Acredita-se que a atribuição do título de Patrimônio da Humanidade contribui para legitimar, por meio de uma espécie de chancela de caráter internacional fundamentada em normas, não só o valor cultural ou natural destes sítios, mas também seu valor como elementos que devem ser conhecidos e admirados pelas presentes e futuras gerações, despertando ou enfatizando indiretamente o potencial destes sítios como geradores de atividade turística (WIDMER; PIRES, 2008, p. 62).

Portanto, especificamente sobre a Pampulha, a busca pela inscrição na lista de Patrimônio da Humanidade da UNESCO condiz com duas premissas: consolidar-se o aspecto envolvendo a proteção do conjunto arquitetônico e maximizar a imagem da cidade internacionalmente. Atrelado a esta segunda perspectiva busca-se também alavancar a economia belo-horizontina através do fomento da atividade turística. Por fim, ressalta-se que este processo se iniciou no ano de 2013 e o dossiê final da candidatura foi entregue ao IPHAN (órgão responsável por repassar as candidaturas brasileiras para a UNESCO) no dia 12 de dezembro de 2014. A importância deste evento pôde ser atestada devido à grande cobertura midiática – regional e também nacional – e ao grande engajamento político em torno de todo o projeto. Ademais, o resultado final deste processo está previsto para ser divulgado no ano de 2016.

1.5 A “oficialização” da Pampulha como espaço de lazer e turismo da capital mineira

A construção da Pampulha na década de 1940 fez parte do conjunto da política de modernização da cidade implantada pelo prefeito JK. Diante da propagação da imagem de um homem moderno e futurista, a intenção era fazer da Pampulha um instrumento de ascensão política, abrindo caminho para que o prefeito pudesse galgar aos cargos de governador do Estado de Minas Gerais e de presidente da República. Atrelado aos aspectos político/ideológico deveria a Pampulha tornar-se lócus para a vivência do lazer e do turismo.

O interesse do poder público em radicar a Pampulha como espaço de lazer e do turismo da capital mineira não ficou restrito apenas no desígnio de JK, pois este discurso

manteve-se presente no ideário dos demais prefeitos que o sucederam, sendo, inclusive, constantemente reatualizado até os dias atuais.

O lazer e o turismo são fenômenos socioculturais que emergiram a partir da Revolução Industrial, ou seja, são fenômenos modernos cujos campos de conhecimentos e estudo são ainda recentes, sobretudo, no contexto brasileiro. De acordo com Taveira e Gonçalves (2012), as delimitações entre o lazer e o turismo são pouco claras, o que se reflete tanto na teoria quanto na prática. Por serem permeáveis, as fronteiras e os limites entre esses fenômenos muitas vezes são interpretados pelo senso comum.

No âmbito acadêmico também não há um consenso teórico/conceitual. Grosso modo, este entendimento muitas vezes é polarizando entre aqueles que compreendem o lazer como um segmento do turismo e por outros que enxergam o turismo como uma dimensão do lazer. Entretanto, acredita-se ser mais coerente corroborar com a segunda opção, pois o lazer pode ser considerado um fenômeno mais amplo que remete aos diversos tipos de interesses, como: físico/esportivo, social, artístico, intelectual, manual e turístico.

De acordo com o sociólogo francês Joffre Dumazedier, a escolha pessoal é uma das propriedades do lazer⁴⁷, ou seja, quando comparada a outras atividades, a do lazer se mostra como uma que tem maior gama de opções, apresentando, assim, uma maior liberdade de decisão. Dessa forma, o sujeito pode, no seu tempo livre, optar por vivenciar uma determinada atividade de lazer de acordo com o seu próprio interesse.

Para Dumazedier (1973), o descanso, o divertimento e o desenvolvimento são as funções mais importantes do lazer. Segundo Taveira e Gonçalves (2012, p. 11), essas funções apresentam-se intrinsecamente relacionadas com o turismo, pois

a viagem turística proporciona conhecimento e enriquecimento pessoal e cultural não apenas relacionados ao destino visitado, mas também às relações humanas, ambientais, econômicas e políticas que se apresentam nos lugares de estada e passeios [...] por mais que o motivo da viagem seja o de participar de uma rodada de negócios ou reuniões de trabalho, em dados momentos do dia, o turista irá procurar atividades que proporcionem diversão, como: passeios turísticos, visitas a teatros e/ou museus, cinemas, ida a boates e/ou bares. Ou seja, o lugar turístico (urbano ou rural), geralmente, possui uma gama de possibilidades de experiências de lazer para as populações residente e visitante [...] entende-se este como um momento de contemplação, puramente de ócio, relaxamento ou de permanência nas instalações de um meio de hospedagem sem preocupações com atividades obrigatórias ou de desgaste físico e mental.

⁴⁷ As outras propriedades do lazer são: liberalidade, gratuidade e hedonia.

Portanto, “deve-se ver o tempo de lazer como algo precioso, pois ele aloja várias outras atividades necessárias para se ter uma vida de qualidade, tais como o **turismo**, o entretenimento, a recreação, a convivência familiar e a prática de jogos sem compromisso” (LOHMANN; PANOSSO, 2008, p. 74-75, grifo nosso).

A compreensão acerca das interseções entre o lazer e o turismo é importante, já que as diretrizes que serão suscitadas pelos documentos analisados nesta seção não possuem o mesmo rigor metodológico em relação à aplicabilidade dos conceitos de ambos os fenômenos. Algumas vezes, o lazer e o turismo aparecerão como fenômenos distintos, abordados de maneiras específicas, e outras, surgirão como sinônimos – tratados dentro das mesmas prerrogativas. É importante ressaltar que, devido ao objetivo principal deste estudo estar focado no turismo, as diretrizes acerca deste fenômeno serão elucidadas com mais veemência.

A história da Pampulha “é recheada de intervenções da esfera pública, com seus objetivos econômicos e políticos, sempre no intuito de promovê-la como produto turístico” (ASSIS; CAPANEMA, 2009, p. 6). O produto turístico é constituído pela composição de elementos que formam a oferta turística (atrativos turísticos, serviços turísticos, serviços públicos e infraestrutura básica). Tais elementos isoladamente possuem pouco valor turístico, pois o turista, no seu ato de consumo, necessita deste conjunto de elementos para satisfazer às suas necessidades.

O turista tem por objetivo, geralmente, conhecer um atrativo. Mas para isso ele tem necessidade de consumir um outro conjunto de componentes. O turista precisa de transportes, de hospedagem, de alimentação, de diversões, de informações turísticas, de comércio, de serviços públicos etc. (IGNARRA, 2001, p. 47).

Mesmo diante da proposta de promover a Pampulha como produto turístico, as diversas intervenções realizadas pelo poder público – balizadas em ações para revitalizar os edifícios projetados originalmente, dando a eles novas funcionalidades, e em investimentos na construção de novos equipamentos – ao longo do tempo não atingiram tal objetivo, uma vez que, até a década de 1980, a oferta turística da Pampulha resumia-se apenas aos atrativos e faltava-lhe, ainda, uma oferta mais diversificada de serviços, como, por exemplo, hospedagem e alimentação.

Não obstante, os atrativos são um dos principais elementos da oferta turística, pois “proporcionam aos destinos a razão mais importante para o turismo de lazer [...] um [atrativo] turístico é foco para atividades recreativas e, em parte, educativas, desempenhadas tanto por excursionistas quanto por turistas, e que são frequentemente divididos com a população local” (COOPER *et al.*, 2007, p. 346).

De acordo com Ignarra (2001), os atrativos turísticos podem ser classificados como naturais (montanhas, planaltos e planícies, costas ou litoral etc.) e culturais (monumentos, sítios, instituições de pesquisa e lazer etc.). Assim, dentro de cada classificação existem também diversas tipologias. Em referência a Pampulha, exceto a lagoa – “mesmo tendo sido construída em cima de uma barragem pré-existente é considerada um atrativo turístico natural” (RESENDE, 2004, p. 32) –, os demais atrativos compõem a oferta de atrativos turísticos culturais.

Assim, evidenciam-se os tipos de atrativos culturais classificados como instituições e estabelecimento de pesquisas e lazer (Museu de Arte, Casa do Baile, Casa Kubitschek e o Mineirão), realizações técnicas e científicas contemporâneas (os jardins de Burle Marx e o Zoológico) e os acontecimentos programados (no caso das realizações esportivas que acontecem no Mineirão, Mineirinho⁴⁸ e na orla da lagoa). Apropriando-se da classificação proposta por Swarbrooke (1995) *apud* Sancho (2001), pode-se considerar a Igreja de São Francisco de Assis um atrativo turístico pertencente aos tipos de atrativos criados pelo homem não planejados com a intenção de atrair visitantes.

Desse modo, a Pampulha podia ser considerada apenas uma atração turística da capital mineira, onde o conjunto de seus atrativos – naturais e culturais – atraíam visitantes para a localidade. Cabia este conceito, já que faltava, na região, a oferta de outros elementos que compõem a oferta turística, uma vez que “muitos dos componentes da viagem de turismo – por exemplo, o transporte e o alojamento – são demandas derivadas do desejo do consumidor de gozar o que um destino tem de oferecer em termos de ‘coisas para ver e fazer’” (COOPER *et al.*, 2007, p. 346).

Neste contexto, as intervenções realizadas na Pampulha dialogavam apenas com os interesses políticos e econômicos de cada prefeito. A legislação turística⁴⁹ do município era executada única e exclusivamente através da política municipal de turismo – Lei n.º. 3.237/1980 – que orientava as ações do poder público, especialmente, no que concernia à definição das áreas especiais e locais da cidade de interesse turístico⁵⁰, todavia, a Pampulha ainda sequer era mencionada. Contudo, este cenário começava a entrar em mutação – mesmo que ainda de forma tímida – no início da década de 1990, quando o município de Belo

⁴⁸ Em 1980, foi inaugurado o Estádio Poliesportivo Jornalista Felipe Drumond, o Mineirinho, consolidando o caráter esportivo, de lazer e de turismo da região (Belo Horizonte, 2014a).

⁴⁹ Conjunto de leis que regem e regulamentam as ações do Estado referentes ao turismo (LOHMANN; PANOSSO, 2008).

⁵⁰ Para saber mais, ver: LOBO, 2005.

Horizonte, seguindo uma tendência nacional e baseada no seu histórico de desenvolvimento no setor terciário, busca desenvolver-se como destino turístico (ASSIS; CAPANEMA, 2009).

Concomitantemente à busca pela valorização da atividade turística, destaca-se a promulgação da Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte no ano de 1990⁵¹, pois as diretrizes que constam neste documento responsabilizam o poder público do município pelo desenvolvimento turístico da capital mineira e ainda, mesmo que implicitamente, algumas de suas prerrogativas condizem com os aspectos turísticos mais relevantes da Pampulha.

O primeiro aspecto a ser destacado desse documento é o reconhecimento da importância do patrimônio cultural. De acordo com o capítulo VI “Da cultura”, artigo 167, “constituem patrimônio cultural do Município os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, que contenham referência à identidade, à ação e à memória do povo belo-horizontino” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 59). Ainda sobre esse artigo, ressalta-se o inciso IV, que inclui ao patrimônio cultural do município “as obras, os objetos, os documentos, as **edificações** e outros espaços destinados a manifestações artísticas e culturais, nesta incluídas todas as formas de expressão popular” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 59, grifo nosso) e o inciso V, que contempla “**os conjuntos urbanos e os sítios de valor histórico, artístico, paisagístico**, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 59, grifo nosso).

Conforme visto nas seções anteriores deste capítulo, a Pampulha representa o principal conjunto arquitetônico e paisagístico da cidade, em que os valores histórico, cultural, social e natural são notoriamente reconhecidos, tornando-se o conjunto o principal símbolo do turismo da capital mineira. Neste sentido, há de se ressaltar a importância dos registros de tombamento como mecanismos fundamentais para a propagação da imagem da Pampulha no cenário nacional e internacional. Dessa mesma forma, as prerrogativas contidas na Lei Orgânica do Município (LOM), através do artigo supracitado, reforçam a preocupação do poder público com a proteção do patrimônio e com a fomentação do turismo na região a partir destes mecanismos.

Ainda sobre a LOM, enfatiza-se o capítulo XVI “Do turismo”. Neste capítulo específico sobre a atividade turística, destaca-se seu artigo 124: “O Município, colaborando com os segmentos do setor, apoiará e incentivará o turismo como atividade econômica, reconhecendo-o como forma de promoção e desenvolvimento social e cultural” (BELO

⁵¹“A Lei Orgânica Municipal é o conjunto de leis básicas de cada município e passou a ser de formulação obrigatória a partir da Constituição Federal de 1988” (KALIFE, 2004, p. 278).

HORIZONTE, 1990, p. 75). Assim, percebe-se um entendimento mais amplo por parte do poder público acerca do desenvolvimento da atividade turística, compreendendo este fenômeno não apenas diante da sua dimensão econômica.

Neste mesmo capítulo, evidencia-se o artigo 124: “Cabe ao Município, observadas as legislações federal e estadual, definir a política municipal de turismo” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 75). É importante lembrar que a gênese da Política Municipal de Turismo da cidade de Belo Horizonte é a Lei nº. 3.237/1980, contudo, existe outra lei, já aprovada e minutada na Câmara Municipal, que irá instituir a nova política de turismo do município, mas como este documento não se encontra disponível para consulta, existe ainda certa consternação sobre o tratamento que a Pampulha irá receber.

Ainda no que tange ao artigo 124, é importante destacar os seus quatro primeiros incisos, nos quais são expostas as diretrizes e as ações de responsabilidade do poder público municipal. O inciso I trata da adoção “por meio de lei [...] do plano integrado e permanente de desenvolvimento do turismo em seu território” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 75). Na capital existe, desde o ano de 2012, o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável de Belo Horizonte⁵², no entanto, esse plano foi instituído de maneira independente à promulgação de uma lei específica.

O inciso II diz respeito às responsabilidades do poder público municipal com o desenvolvimento da infraestrutura turística (BELO HORIZONTE, 1990). De acordo com Lohmann e Panosso (2008, p. 382-383), a infraestrutura turística “constitui-se dos equipamentos que tiveram sua construção motivada pelo interesse turístico, ou que servem como apoio para os usuários, em sua maioria, turistas [...] por ser uma infraestrutura específica, não significa que os residentes não usufruam dela”. Assim, a infraestrutura turística serve para o desenvolvimento do turismo e contribui também para a vivência do lazer da população local.

Já o inciso III diz respeito ao estímulo e ao apoio que o município deve dar “a produção artesanal local, as feiras, exposições, **eventos turísticos** e programas de orientação e divulgação de projetos municipais, bem como elaborar o calendário de eventos” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 75, grifo nosso). Sobre os eventos turísticos – que se configuram como importantes atrações turísticas –, a Pampulha destaca-se especialmente em relação à

⁵² Será discorrido sobre o PDITS-BH de maneira sistemática na próxima seção deste capítulo, quando serão analisados os planos e programas municipais que norteiam as ações do poder público em relação ao desenvolvimento turístico da Pampulha.

realização de grandes eventos esportivos com capacidade de atrair grande fluxo turístico para a região, em especial, o futebol.⁵³

Por fim, o inciso IV regulamenta “o uso, ocupação e fruição de bens naturais e culturais de interesse turístico [...] através da proteção ao patrimônio ecológico e histórico-cultural” (BELO HORIZONTE, 1990, p. 75). Assim, nota-se, de forma contundente, a preocupação do poder público em proteger o seu patrimônio cultural e natural, categoria na qual se insere o conjunto arquitetônico da Pampulha.

É importante ressaltar que a LOM, enquanto lei máxima do município⁵⁴, através dos seus dispositivos sobre o turismo representou – quando promulgada – grande avanço ao atribuir responsabilidades ao poder público para com o fomento da atividade turística na cidade. No entanto, assim como a Lei nº. 3.237/1980, as diretrizes da LOM que foram apresentadas tratam o turismo na cidade de Belo Horizonte de maneira ampla, não existindo quaisquer prerrogativas específicas a respeito do compromisso que o executivo municipal deva ter com o desenvolvimento turístico da Pampulha.

Todavia, a partir da segunda metade da década de 1990, com a elaboração do Plano Diretor⁵⁵, as responsabilidades do poder público em relação ao desenvolvimento turístico da Pampulha – “região de maior visibilidade turística de Belo Horizonte” (ASSIS; CAPANEMA, 2009, p. 2) – tornam-se mais explícitas, já que este documento possui uma seção específica tratando das peculiaridades dessa região, inclusive, destacando diversos aspectos sobre o turismo. Porém, antes de apresentar as principais diretrizes específicas sobre a Pampulha, é necessário destacar as prerrogativas que complementam a LOM.

⁵³ A prática do turismo futebolístico é objeto de estudo empírico deste trabalho, contudo, conforme havia sido ressaltado anteriormente, não só o futebol, mas a realização de outras modalidades esportivas que fazem parte dos acontecimentos programados, motivam a prática do turismo esportivo na região, como as competições regionais, nacionais e internacionais de vôlei que acontecem no Mineirinho, e o calendário de corrida de rua da cidade, no qual a maioria das competições acontece na orla da lagoa, com destaque para Volta Internacional da Pampulha e a Meia Maratona Internacional de Belo Horizonte.

⁵⁴ No ordenamento jurídico brasileiro, a LOM está para o município assim como a Constituição está para o país.

⁵⁵ No que tange à Política Urbana Municipal, a promulgação dos Planos Diretores significa um avanço. Assim, é importante elucidar, ainda que sucintamente, como vem se desenvolvendo a política urbana do município de Belo Horizonte. A partir da Constituição Federal da República – CF/88, tornou-se obrigatório que os municípios com mais de 20 mil habitantes elaborassem seu Plano Diretor. Em Belo Horizonte, o Plano Diretor foi elaborado em 1996. Neste mesmo ano, foi criado o Conselho Municipal de Política Urbana (COMPUR), dentre as suas diversas atribuições, o Conselho é responsável por organizar, a cada quatro anos, a Conferência Municipal de Política Urbana – instrumento de discussão e monitoramento da política urbana de Belo Horizonte – realizada pela primeira vez no ano de 1986. Todavia, o maior avanço em relação ao desenvolvimento da Política Urbana Municipal se deu no ano de 2001 com a promulgação do Estatuto da Cidade – este é um importante instrumento no entendimento acerca das obrigações do poder público municipal sobre o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade. Dentre as principais diretrizes do estatuto, destaca-se a prerrogativa que define o Plano Diretor como o instrumento máximo para a execução da Política Urbana Municipal.

Destaca-se, primeiramente, o capítulo III “Das diretrizes”, seção II “Das diretrizes de intervenção pública na estrutura urbana”, subseção IV “Da proteção da memória do Patrimônio Cultural”, artigo 15, inciso VI, que faz referência à proteção ao “patrimônio cultural, por meio de pesquisas, inventários, registros, vigilância, **tombamento**, desapropriação e outras formas de acautelamento e preservação definidas em lei” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 7, grifo nosso). De acordo com essas diretrizes, percebe-se, outra vez, uma preocupação sistemática do poder público com a proteção do patrimônio cultural e natural do município.

Também sobre o capítulo III, seção II, ressalta-se a subseção VI “Do sistema viário e de transporte”⁵⁶, artigo 18, inciso VI, que diz respeito à melhoria da “acessibilidade da população aos locais de emprego, de serviços e de **equipamentos de lazer** (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 9, grifo nosso). Sabe-se que os equipamentos de lazer das cidades muitas vezes também são importantes atrativos turísticos, sendo este aspecto predominante na Pampulha. Assim, melhorar a acessibilidade aos equipamentos de lazer pode implicar na melhoria das condições turísticas.

Segundo Rosa (2014, p. 23), os equipamentos de lazer devem ser pensados “entre os diversos itens essenciais para a elaboração de políticas de lazer”. As políticas públicas de lazer que envolvem a gestão dos equipamentos de lazer públicos devem privilegiar, além da construção de equipamentos de lazer, a sua manutenção, programação de atividades, divulgação, “dessacralização”, incentivo à utilização, a conservação e revitalização dos equipamentos já existentes (MARCELLINO *et al.*, 2006).

Ainda em citação ao capítulo III, seção II, é importante evidenciar a subseção XII “Do turismo”, pois suas diretrizes são de suma importância para a tomada de decisão do poder público, incidindo, até mesmo, no desenvolvimento turístico da Pampulha. Dessa forma, destaca-se o artigo 33 e alguns de seus incisos. Dentre os principais incisos a serem salientados, o inciso I diz respeito às responsabilidades do executivo municipal em “ordenar, incentivar e fiscalizar o desenvolvimento das atividades relacionadas ao turismo” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 19). O inciso III também é importante, pois trata da responsabilidade do poder público em “promover e estimular a formação e a **ampliação dos fluxos turísticos regionais, nacionais e internacionais**” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 19, grifo nosso). Pensando estritamente na Pampulha, as partidas de futebol realizadas no Mineirão pelas

⁵⁶ “O transporte é um elemento essencial do produto turístico [...] ele prevê os meios para alcançar o destino; ele prevê os **meios necessários de locomoção no destino** (grifos nossos); e em alguns casos, o transporte é a própria atividade ou atração turística” (COOPER *et al.*, 2007, p. 450). O aspecto destacado é de suma importância para o desenvolvimento turístico da cidade e, sobretudo, para a consolidação do produto turístico da Pampulha.

competições ao nível regional, nacional, continental são importantes atrações esportivas e turísticas capazes de promoverem grandes fluxos turísticos regionais, nacionais e até mesmo internacionais.⁵⁷

Novamente a respeito da subseção “Do turismo”, ressaltam-se os incisos VII e VIII também do artigo 33. Estes incisos versam, respectivamente, sobre o papel que cabe ao poder público em relação à diligência “para que os empreendimentos e os **serviços turísticos** se revistam de boa qualidade”⁵⁸ (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 19, grifo nosso) e para criação de condições para a “melhoria dos **serviços turísticos**, mediante estímulos às iniciativas afins, estabelecendo critérios de **caracterização das atividades de turismo**, de recreação e de lazer” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 19, grifo nosso).

Conforme visto anteriormente, o produto turístico é composto, além dos atrativos, pelos serviços turísticos. O turista, para poder usufruir de um atrativo, necessita consumir uma série de serviços. Alguns destes, por atenderem exclusivamente ou preferencialmente turistas, são classificados com turísticos. Esses serviços são os mais variados possíveis, assim, formam uma diversificada lista de meios de hospedagem (hotéis, motéis, *flats*, pousadas e etc.); alimentação (restaurantes, lanchonetes e etc.); agenciamento (agências emissivas, agências receptivas); transportes turísticos (aéreo, rodoviário, ferroviário etc.); locação de veículos e equipamentos (carros, motos, bicicletas); eventos (organizadores de eventos, fornecedores de produto e serviços); espaço de eventos (centro de convenções, *buffets* e etc.); entretenimentos (bares, boates, parques de diversões etc.); informação turística (guias/mapas, postos de informações e etc.); passeios (cavalo, helicóptero etc.) e comércio turístico (*souvenirs*, artesanato e etc.) (IGNARRA, 2001).

Tão relevante quanto a seção que trata sobre o turismo é a seção III “Das diretrizes sociais”, subseção V “Da política de esporte e lazer”, artigo 39, do mesmo capítulo III, no qual o inciso IV trata da responsabilidade do poder público em “promover ações que tenham por objetivo consolidar a **Região da Pampulha [...] como complexo recreativo e de turismo ecológico**” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 22, grifo nosso). Este dispositivo é de suma importância, pois significa o reconhecimento oficial da Pampulha como espaço turístico da capital mineira.

Todavia, em consonância com o inciso VIII do artigo 33 que diz respeito à caracterização das atividades turísticas praticadas no município, acredita-se que o artigo 39

⁵⁷ Este aspecto será discutido a partir da análise dos dados empíricos deste estudo.

⁵⁸ Para saber mais a respeito da abrangência e da importância da qualidade na prestação de serviços turísticos, ver: CASTELLI, 2001.

necessita ser revisto, uma vez que a potencialidade turística da Pampulha não se limita apenas ao aspecto ecológico.⁵⁹ Ainda neste caso, a adoção do termo complexo turístico é imprópria, pois, segundo Beni (2004, p. 337), complexo turístico representa os “empreendimentos de grande envergadura, que apresentam instalações e serviços variados, como: meios de hospedagem, condomínios, equipamentos de esporte, lazer e outros. Estão situados em áreas delimitadas, onde já exista uma natural vocação recreacional”.

O mesmo capítulo III, citado incisivamente, na sua seção V “Da Pampulha” apresenta importantes diretrizes que legitimam a “oficialização” da Pampulha como espaço turístico da capital mineira. O seu artigo 44 diz que: “O Executivo deve encaminhar à Câmara Municipal, no prazo máximo de 18 (dezoito) meses, contados da vigência desta Lei, projeto de lei contendo plano de ação visando à recuperação da Represa da Pampulha” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 24). É importante frisar que este dispositivo é original à data promulgação do Plano Diretor, no entanto, o processo de recuperação da represa já tramitou por diversos outros planos, inclusive, fazendo parte, recentemente, do projeto de melhoria da Pampulha para sediar a Copa do Mundo. A degradação ambiental da represa é preocupante, pois a lagoa juntamente com a Igreja de São Francisco de Assis e com o Mineirinho e o Mineirão ao fundo, formam o principal cartão postal da cidade.

FIGURA 3 – Vista aérea da Lagoa da Pampulha, com o Mineirão e Mineirinho ao fundo e a Igreja de São Francisco de Assis do lado direito

⁵⁹ Conforme mencionado outras vezes, a Pampulha, historicamente, possui grande potencialidade para o desenvolvimento da prática do turismo esportivo, sobretudo, através do fenômeno futebolístico, como será visto adiante.



Fonte: <http://www.mapadaobra.com.br/img/gallery/tncb5gxhvx2.jpg>
(Acesso em: 28/01/2015.)

Complementando as prerrogativas citadas anteriormente, o artigo 45 prevê a recuperação da lagoa, “possibilitando a prática de esportes em seu interior e em sua orla” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 24). Devido à atual situação da lagoa – este assunto será destacado na próxima seção – torna-se impossível a prática de quaisquer esportes no seu interior, mas, conforme afirmado anteriormente, o seu entorno já é demasiadamente aproveitado para a prática esportiva dos belo-horizontinos e também para a prática do turismo esportivo.

O parágrafo único também da seção referente à Pampulha, no seu inciso VII, trata da “Instalação de equipamentos de lazer e turismo” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 24) no entorno da lagoa. Também na próxima seção – que tratará dos planos e programas do município específicos sobre o tratamento turístico da Pampulha – será apresentado um panorama das ações mais recentes do poder público em concordância com as prerrogativas contidas nesse inciso.

O último aspecto a ser destacado do capítulo III é o seu inciso VIII, alínea c, ainda da seção específica sobre a Pampulha, que delibera a respeito dos parâmetros urbanísticos que garantam “a existência de locais destinados à instalação de usos não residenciais” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 24). Esta diretriz, além de validar o dispositivo que “oficializa” a Pampulha como espaço do turismo em Belo Horizonte, também revoga o artigo inciso III do

artigo 90 da Lei nº. 7.166/1996 que permitia, na Pampulha, o “uso exclusivamente residencial” (BELO HORIZONTE, 1996b, p. 49).

Portanto, a partir da promulgação do Plano Diretor, abre-se caminho para o poder público consolidar o seu objetivo de fazer da Pampulha o principal produto turístico da capital mineira. Este documento ainda se tornaria o principal instrumento de execução da política urbana municipal, servindo como estratégia de organização espacial e de planejamento turístico (SANTIAGO *et al.*, 2008). No caso específico da capital mineira, o Plano Diretor, enquanto um conjunto de regras básicas de uso e ocupação do solo, submete-se à Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo (LPOUS), assim, a Lei nº. 8.137/2000 altera e acrescenta importantes diretrizes ao Plano Diretor, especialmente tratando-se da atividade turística, principalmente na Pampulha.

Dessa forma, uma das principais prerrogativas que se destacam é a busca pela consolidação do município como referência turística. De acordo com o capítulo II “Dos objetivos estratégico”, artigo 7º, inciso XXIV, cabe ao poder público:

a consolidação do Município como **centro de excelência** e referência em cultura, **turismo**, *design*, educação, esporte, **lazer**, artesanato, ciência e tecnologia, mediante otimização de sua infraestrutura e serviços básicos e de suas políticas de investimentos e financiamento de geração de ocupação e renda, sob a ótica da integração regional (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 3, grifo nosso).

Conforme capítulo III, seção I “Da política de desenvolvimento econômico”, artigo 9º, inciso II, para cumprir as prerrogativas citadas anteriormente, deve-se priorizar “o incentivo ao desenvolvimento do turismo receptivo, tanto no que se refere à implantação de equipamentos turísticos, como à criação **de programas que visem o incremento do turismo** de negócios, de eventos e **de lazer** no município” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 4, grifo nosso). No caso da Pampulha, ressalta-se, outra vez, a sua potencialidade para o desenvolvimento do turismo esportivo. Assim, cabe ao poder público enxergar este potencial e legitimar os esforços para que o esporte possa se consolidar como agente fomentador do turismo nesta região.

Na subseção específica sobre o turismo, a LPOUS/2000 acrescenta importantes diretrizes. No artigo 33, incisos IV, XI e XII, ressaltam-se, respectivamente, o compromisso do poder público em:

Estabelecer e manter **sistema de informações** sobre as condições turísticas, atrativos, equipamentos, infraestruturas, serviços e locais de interesse turístico [...] criar e manter **sistema de informações** e de publicações turísticas, nos moldes e nos

parâmetros internacionais [...] colocar, em pontos estratégicos, placas de **sinalização e identificação dos locais de importância turística** e cultural, com padrões internacionais (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 19, grifo nosso).

Segundo Gohr *et al.* (2009), no turismo, o sistema de informação – inserido no contexto dos serviços públicos – influencia na qualidade do produto turístico, pois constitui-se como um dos elementos responsáveis para a formação do produto turístico, logo, são também responsáveis pela permanência e pelo retorno do turista. O sistema de informação turístico é composto por um Centro de Informação ao Turista (CAT), atendentes, material impresso, sinalização turística etc. Na Pampulha⁶⁰, a sinalização foi reforçada recentemente com a instalação de nova sinalização turística.

Também em referência ao artigo 33, destaca-se o inciso VI que diz respeito ao comprometimento do executivo municipal em “promover e orientar a adequada **expansão de áreas, equipamentos, instalações, serviços e atividades de turismo, hospedagem, entretenimento e lazer**, em condições de acessibilidade ambiental para todos, inclusive pessoas com mobilidade reduzida”⁶¹ (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 19, grifo nosso).

De acordo com o inciso XXIII do artigo 33, as novas diretrizes da LPOUS/2000 também reforçam o tratamento oficial da Pampulha como espaço de turismo e lazer da capital mineira, pois esse dispositivo trata sobre as responsabilidades do executivo municipal em:

Promover ações para um melhor tratamento e aproveitamento turístico [...] da Pampulha, mediante a implantação de equipamentos turísticos geradores de **novas demandas** que proporcionem a criação de ocupação e renda e que se constituam em atrativo diferencial, considerada a preservação ambiental (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 20, grifo nosso).

Ainda em cumprimento às prerrogativas dos artigos XXIV e XXV, respectivamente, cabe ao poder público “estimular a implantação de equipamentos turísticos, de esporte e de lazer que visem ao desenvolvimento do setor [...] estimular novas alternativas de **hospedagem para atendimento a um segmento de mercado de baixa renda**” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 20, grifo nosso). É importante ressaltar que estas diretrizes ainda não eram inerentes à Pampulha, uma vez que as novas prerrogativas inseridas ao Plano Diretor através da LPOUS/2000 permitia a ampliação da oferta turística da região, entretanto, não

⁶⁰ Este aspecto será destacado na próxima seção, quando serão apresentadas as ações previstas no Programa BH Metas e Resultados que são concernentes a Pampulha.

⁶¹ Para saber sobre o assunto acessibilidade no turismo e no lazer, ver: FARIA; FERREIRA, 2009.

revogava a prerrogativa da antiga Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo (LPOUS/1996) – Lei nº. 7.166/1996 – concernente a não permissão de instalação de serviços de meios de hospedagem.

Ressalta-se também que a seção específica sobre a Pampulha foi atualizada, sendo, inclusive, reforçadas as diretrizes a respeito do aspecto em relação à proteção do patrimônio. O artigo 45, inciso VIII, alínea “d” e o inciso XII evidenciam-se a necessidade de “preservação do conjunto arquitetônico e urbanístico tombado (...) [e] **de fomento à promoção do patrimônio cultural tombado**” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 24, grifo nosso) através do turismo.

Cabe também ressaltar o capítulo V “Dos programas de revitalização urbana”, artigo 74-A, parágrafo 1º, inciso IV, que trata das “intervenções voltadas para os objetivos específicos como (...) o **incremento das atividades de turismo, esporte e lazer**” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 36-37, grifo nosso). Assim, legitimam-se as responsabilidades do poder público em estabelecer ações com o propósito de desenvolver a atividade turística na Pampulha, bem como o lazer e o esporte, no âmbito das práticas urbanas da cidade.

Ainda tratando-se do artigo 74-A, frisa-se a respeito do parágrafo 5º: cabe ao “Executivo estabelecer ordem de prioridades das áreas objeto dos projetos de revitalização urbana, considerando parâmetros de importância urbanística, histórica, habitacional, econômica, social e de lazer” (BELO HORIZONTE, 1996a, p. 37). Diante das prioridades em relação à política de revitalização urbana do município, a legislação urbanística busca consolidar a Pampulha como espaço oficial do lazer e do turismo da capital mineira.

As atualizações do Plano Diretor em obediência às diretrizes da LPOUS/2000 ampliaram as responsabilidades do poder público perante a questão do desenvolvimento urbano do município, tangenciando, inclusive, as prerrogativas sobre a consolidação da capital mineira como destino turístico e reforçando o tratamento oficial acerca da Pampulha como espaço prioritário para o incremento desta atividade.

Seguindo esta lógica, com a ascensão política de Fernando Pimentel⁶² à prefeitura em 2003, novas ações foram realizadas, principalmente, as que as diversificam o tipo de apropriação deste espaço. Neste sentido, as principais ações empreendidas durante o mandato de Pimentel foram a construção do Parque Ecológico Promotor Francisco Lins do Rego – de acordo com a classificação proposta por Ignarra (2001), este parque insere-se na categoria

⁶² Fernando Pimentel assumiu a PBH no ano de 2003, substituindo o então prefeito Célio de Castro, em razão de sua aposentadoria. Eleito nas eleições de 2004, Pimentel continuou exercendo o mandato de prefeito da cidade entre os anos de 2005 a 2008.

realizações técnicas e científicas contemporâneas –, bem como a realização de diversos e grandes eventos de apelo popular e cobertura midiática (SOUZA; ÁLVARES, 2006).

Neste contexto, a Pampulha voltava a ser vista como ícone, utilizada perante estratégias de *marketing* com o objetivo de vender a cidade, “tanto para a população interna, quanto para os investidores e turistas” (SOUZA; ÁLVARES, 2006, p. 13). Não obstante, apesar da realização destas ações, a Pampulha ainda se mantinha precária em relação ao aumento da oferta turística – mesmo com o Plano Diretor permitindo o incremento de serviços turísticos na região –, não excedendo sua função de atração turística da capital mineira. Falta ao executivo municipal executar com mais veemência as diretrizes referentes às políticas de lazer contidas no Plano Diretor, sobretudo, a respeito da consolidação da Pampulha como espaço oficial do turismo e sua consolidação como “produto turístico de qualidade e de aceitação por parte dos clientes/turistas” (ASSIS; CAPANEMA, 2009, p. 2).

Com o propósito de atingir estes objetivos, foi promulgada –em conformidade com a Lei nº. 7.165/96, a Lei nº. 8.137/2000 e a Lei nº. 9.037/2005 – a Área de Diretrizes Especiais da Pampulha – ADE Pampulha. Dentre os principais aspectos desta lei relacionados com a consolidação da Pampulha como espaço oficial do turismo, destaca-se, primeiramente, o capítulo I “Dos objetivos”, artigo 1º, inciso II, alínea “a”, que se refere à “requalificação urbana das áreas integrantes da bacia, de modo a propiciar a realização de potenciais econômicos, ampliar a oferta e as condições de apropriação de espaços públicos e **acentuar a atratividade da Pampulha como espaço de lazer, cultura e turismo de âmbito metropolitano**” (BELO HORIZONTE, 2005a, p. 1, grifo nosso).

De acordo com o capítulo II “Das ações”, artigo 3º, inciso III, o processo de consolidação da Pampulha como espaço oficial do turismo e de lazer passa pela “revitalização da orla da represa por meio da recuperação de áreas verdes, da preservação do patrimônio histórico-arquitetônico, da requalificação do espaço público e da redefinição do uso do solo, para **reforçar o turismo e o lazer na região**” (BELO HORIZONTE, 2005a, p. 2, grifo nosso).

Ainda em referência ao capítulo II, ressalta-se o artigo 4º, inciso VI, em relação “**a maximização do potencial turístico e de lazer** representado pela represa e seu entorno, por meio da **ampliação das possibilidades de localização de atividades econômicas**” (grifo nosso). Estas diretrizes são importantes, pois a ampliação das atividades econômicas possibilita a fomentação do potencial turístico da região, permitindo diversificar a oferta turística, oferecendo serviços de alimentação, estacionamentos, locação de bicicletas, serviços de apoio ao turista, serviços de diversão, comunicação e instituições culturais.

Devido à necessidade do Plano Diretor ser revisto a cada dez anos pelos municípios (SANTIAGO *et al.*, 2008), no ano de 2010 foi promulgada a nova Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo (LPOUS/2010) – Lei nº. 9.959/2010. Esta lei, além de poder alterar e acrescentar novas diretrizes ao Plano Diretor, também possui autonomia para mudar as prerrogativas referentes à ADE – Pampulha. Assim, ainda no desígnio de fomentar a oferta de serviços turísticos na Pampulha, fica acrescentado ao artigo 33 da Lei nº. 9.037/05 o parágrafo único que, de acordo com o seu texto original, permite o incremento da atividade hoteleira na região (BELO HORIZONTE, 2010, p. 47). Estas diretrizes são de suma importância, pois tratam não apenas do incentivo que o poder público deve dar à diversificação da oferta turística na região através do incremento dos meios de hospedagens, mas também porque condicionam o desenvolvimento deste tipo de serviço em cumprimento às prerrogativas presentes do artigo 33, inciso XXV do Plano Diretor (criação de meios de hospedagem para um público de menor poder aquisitivo).

Outro dos principais dispositivos a serem destacados nesta nova lei é o seu artigo 4º, que trata da responsabilidade do poder executivo, que deveria priorizar a implantação do “Programa de Recuperação da Bacia da Pampulha [...] para que esteja consolidado até o ano de 2014 [...] a finalização das obras físicas previstas” (BELO HORIZONTE, 2010, p. 45). Conforme elucidado anteriormente, a preocupação com a recuperação da lagoa é latente e é tratada no bojo das prioridades do poder público com vista à maximização da potencialidade turística da Pampulha.⁶³

Ademais, conforme puderam ser percebidas, as leis nº. 7.165/1996, nº. 8.137/2000, nº. 9.037/2005 e nº. 9.959/2010 tornaram-se instrumentos importantes para a reestruturação urbana do município, definindo as áreas prioritárias da cidade e a eleição da Pampulha como o espaço oficial do lazer e do turismo. Além disso, buscando-se avançar as diretrizes referentes à política urbana municipal, vêm sendo finalizados os Planos Diretores Regionais.⁶⁴

⁶³ O projeto de recuperação da lagoa até o ano de 2014 condiz com o plano de melhorias previstas para acontecerem em decorrência da realização da Copa do Mundo de 2014. Assim, na próxima seção será apresentado um panorama de como se encontram as atuais condições deste atrativo natural.

⁶⁴ A elaboração dos Planos Diretores Regionais vem sendo discutida desde a I Conferência Municipal de Política Urbana, todavia, apenas na IV Conferência, realizada em 2014, este documento começou a ser materializado. É importante ressaltar que a elaboração dos referidos planos passa por três etapas: Etapa 1 – Diagnóstico da dinâmica urbana (onde estamos e onde podemos chegar?); Etapa 2 – Definição da estrutura urbana dos projetos prioritários (onde queremos chegar?) e Etapa 3 – Aplicação dos instrumentos urbanísticos (como chegaremos lá?). Com o fim dos trabalhos da IV Conferência, grande parte dos Planos Diretores não foram finalizados, inclusive, o da região da Pampulha, que concluiu apenas a Etapa 1.

Estes planos são responsáveis por direcionarem o desenvolvimento de cada uma das nove regionais⁶⁵ de Belo Horizonte, no entanto, não têm o poder de resolver todos os problemas, mas indicam, por exemplo, em cada regional, as áreas que devem ser protegidas e as áreas que devem ser reservadas para as atividades econômicas (Belo Horizonte, 2014a). Assim, mesmo ainda não tendo sido finalizado, torna-se importante suscitar as questões mais relevantes do Plano Diretor da Pampulha, que, ainda na sua Etapa 1 (diagnóstico), já privilegia o desenvolvimento da atividade turística como atividade econômica a ser incentivada.

De acordo com o documento supracitado, a Pampulha caracteriza-se pelo relevo suave, baixa densidade e horizontalidade da ocupação, equilíbrio entre volumes construídos e maciços arbóreos. A paisagem do Conjunto Urbano e Paisagístico da Pampulha é reforçada pela orla da lagoa e pelos equipamentos que demarcam a paisagem urbana da região, sobretudo, os equipamentos de lazer e turismo.

A Pampulha é marcada por uma grande quantidade de equipamentos urbanos [...] que marcam sua inserção não somente na cidade mas na região metropolitana como um todo, atraindo grupos de usuários destes espaços de toda a região (**e, no caso do Mineirão, de uma escala ainda mais ampla**). Dois grandes grupos de equipamentos representam essa polarização e apropriação por parte da população metropolitana, definindo o caráter (e o grau) da centralidade que a região como um todo exerce na metrópole (BELO HORIZONTE, 2014a, p. 353, grifo nosso).

Para fins turísticos e de lazer, os equipamentos do primeiro grupo são considerados os de grande porte, que se destacam devido à sua ampla utilização: Mineirão, Mineirinho, Parque Ecológico, Jardim Zoológico e a própria lagoa da Pampulha que pode ser incluída como uma grande amenidade (BELO HORIZONTE, 2014a). A partir desta definição é importante frisar que os equipamentos de lazer também podem ser classificados de acordo com as suas dimensões e a quantidade de público que atendem. Assim, os equipamentos do primeiro grupo enquadram-se na categoria macroequipamentos polivalentes. Os equipamentos dessa categoria caracterizam-se devido às grandes dimensões e são adequados para receberem um grande número de pessoas, oferecendo a possibilidade de vivência dos diversos interesses do lazer (REQUIXA, 1980).

⁶⁵ As nove regionais de Belo Horizonte são: Barreiro, Centro-Sul, Leste, Nordeste, Noroeste, Norte, Oeste, Pampulha e Venda Nova. Sobre a Pampulha, a sua Região Administrativa foi criada em 1987 e ainda “permanece muito associada à imagem do Conjunto Urbano da Pampulha composto pela lagoa, pelos monumentos arquitetônicos concebidos pelo arquiteto Oscar Niemeyer, a orla e seu entorno que, além de ser considerado um dos principais pontos turísticos da cidade, é reconhecido internacionalmente por sua beleza e relevância cultural” (BELO HORIZONTE, 2014a, p. 100).

O segundo grupo refere-se aos “equipamentos exclusivamente ligados ao lazer e ao turismo, que são de médio ou pequeno porte, e que têm menor capacidade de polarização” (BELO HORIZONTE, 2014a, p. 253). Neste grupo, aparecem a Casa do Baile, o Museu de Arte da Pampulha e o Parque Guanabara. Seguindo a classificação proposta por Requixa (1980), esses equipamentos podem ser classificados como micro equipamentos especializados devido às pequenas dimensões, capazes de atender a uma população restrita, sendo voltados para interesses bastante específicos do lazer.

Por fim, a gênese do Plano Diretor da Pampulha evidencia as recentes obras, como a implantação do *Bus Rapid Transit* – BRT na Avenida Antônio Carlos, a estação de integração de transporte coletivo da Pampulha e novas interseções em viaduto para acesso ao Mineirão, pois “os principais impactos relacionados a estas obras referem-se ao reforço da Pampulha como importante polo de lazer, esporte e turismo” (BELO HORIZONTE, 2014a, p. 246).

Portanto, os documentos elucidados nesta seção destacam a função do poder público como elemento indispensável para o desenvolvimento bem-sucedido do turismo (LICKORISH; JENKINS, 2000), destacando o seu papel perante diversas intervenções, como: planejamento do fomento da atividade, controle e qualidade do produto, promoção institucional da destinação, controle do uso e da conservação do patrimônio cultural e natural, captação, tratamento e distribuição da informação turística, implantação e manutenção da infraestrutura urbana, prestação de serviços públicos e captação de investidores privados para o setor (IGNARRA, 2001).

1.6 Planos e programas municipais que versam sobre desenvolvimento turístico da Pampulha

Além da legislação apresentada anteriormente, o aspecto turístico da Pampulha também é tratado nos planos, nos programas e nas conferências realizadas pelo poder público municipal, sobretudo, no que concerne à melhoria da infraestrutura local – básica e turística – e à ampliação da oferta turística na região.

Conforme aclarado na seção anterior, a Lei Orgânica Municipal condiciona o desenvolvimento do turismo da cidade à elaboração de um Plano de Desenvolvimento Turístico e de uma Política Municipal de Turismo, assim, dentre os planos criados

recentemente, frisa-se o PDITS/BH⁶⁶, inaugurado no ano 2012. A respeito dos principais objetivos do PDITS/BH, salienta-se o tratamento especial que a Pampulha recebe, pois um dos objetivos específicos (instrumentais) desse plano diz respeito à melhoria da infraestrutura e dos serviços públicos, “especialmente as condições de acesso ao município, de mobilidade urbana e de acessibilidade aos atrativos e equipamentos turísticos, o saneamento urbano, com **especial foco na região da Pampulha**, e a efetividade dos sistemas de segurança pública na cidade” (BELO HORIZONTE, 2012, p. 6, grifo nosso).

O documento supracitado trata do aspecto turístico da Pampulha em diversas perspectivas, no entanto, o foco principal mantém-se em torno dos seus atrativos turísticos, que atendem à oferta nacional e complementam outros produtos de interesse da oferta internacional (BELO HORIZONTE, 2012). Da mesma forma como os atrativos são classificados segundo sua vocação cultural ou natural, eles também são hierarquizados de acordo com “as características de peculiaridade e o interesse que eles podem despertar nos turistas” (DANTAS; MELO, 2011, p. 156).

O processo de hierarquização dos atrativos preenche uma das etapas do planejamento turístico, assim, segundo Ignarra (2001), é recomendável que seja realizado por uma equipe interdisciplinar com formação profissional compatível com a categoria do atrativo e que seja capaz de mensurar a sua importância (alto, médio, baixo, nenhum), uma vez que, ao passo que as cidades vêm se tornando cada vez mais globalizadas, são os atrativos turísticos que proporcionam ao turista a sensação de realmente estar em um lugar diferente e único (LOHMANN; PANOSSO, 2008).

Neste sentido, a equipe técnica responsável pela elaboração do PDITS/BH hierarquizou os principais atrativos turísticos da cidade em consonância com o modelo proposto por Ruschmann (1997). Em referência aos atrativos da Pampulha, os mesmos foram divididos de acordo com as categorias de hierarquização apresentadas no quadro abaixo.

⁶⁶ O PDITS é um “instrumento de planejamento do turismo em uma área geográfica selecionada, que tem por objetivo principal orientar o crescimento do setor em bases sustentáveis, em curto, médio e longo prazo, estabelecendo as bases para a definição de ações, as prioridades, e a tomada de decisão. Deve, portanto, constituir o instrumento técnico de gestão, coordenação e condução das decisões da política turística e de apoio ao setor privado, de modo a dirigir seus investimentos e melhorar a capacidade empresarial e o acesso ao mercado turístico” (BELO HORIZONTE, 2012, p. 4).

QUADRO 1 – Hierarquização dos atrativos turísticos da Pampulha

Hierarquia	Características	Atrativos
Hierarquia 3 (alto)	Atrativo excepcional, altamente significativa para o mercado turístico internacional e capaz de, por si só, motivar um grande número de turistas.	Nenhum
Hierarquia 2 (médio)	Atrativo com aspectos excepcionais em um país, capaz de motivar uma corrente de turistas nacionais ou estrangeiros, por si só ou em conjunto com outras atrações.	Casa do Baile Igreja de São Francisco de Assis Museu de Arte da Pampulha Jardim Zoológico Volta Internacional da Pampulha
Hierarquia 1 (baixo)	Atrativo com alguns aspectos chamativos, capaz de interessar os turistas que vieram de longe para a região por outras motivações turísticas ou capaz de motivar correntes turísticas locais.	Parque Ecológico
Hierarquia 0 (nenhum)	Atrativo sem méritos suficientes para ser incluído nas hierarquias anteriores, que, porém, faz parte do patrimônio turístico como elemento que pode contemplar outros de maior interesse no desenvolvimento de complexos turísticos.	Nenhum

Fonte:PDITS/BH. Adaptado pelo autor da pesquisa.

Nota-se que os equipamentos construídos a partir do projeto original da Pampulha, juntamente com o Zoológico e a Volta Internacional da Pampulha, situam-se – sobre a ótica do poder público – entre os atrativos mais relevantes da região, pois fazem parte do contexto dos atrativos culturais e são acontecimentos programados com a capacidade de atrair grande fluxo de turistas para a localidade. Não obstante, é importante evidenciar os demais atrativos turísticos que não aparecerem nesta classificação.

O Mineirão, como foi visto anteriormente, é considerado um importante atrativo turístico inserido em duas lógicas. A sua construção mantém-se associada à imagem da cidade – atraindo turistas devido ao seu valor histórico, social e cultural – e, ainda, as partidas realizadas no estádio – que fazem parte dos acontecimentos programados – durante todo o ano também se configuram como atrações turísticas capazes de motivarem um fluxo turístico regional, nacional e internacional. Portanto, a partir dos resultados da pesquisa de campo, será possível identificar em qual nível de hierarquização o estádio poderá se inserir.

Não apenas o Mineirão, mas outros importantes atrativos não foram classificados. Neste contexto, destaca-se o Mineirinho, equipamento que pode servir tanto para a prática do turismo esportivo quanto para o turismo de lazer, devido à sua apropriação para fins distintos ao esporte, como, por exemplo, os eventos musicais. Ainda, como o PDITS/BH é do ano de

2012, a Casa Kubitschek também não foi hierarquizada, pois este importante atrativo foi inaugurado apenas em 2013.

Através da hierarquização dos atrativos nota-se que o atual uso turístico da Pampulha está mais vinculado aos atrativos culturais presentes no conjunto arquitetônico, em que a lagoa é mais um componente complementar daquela paisagem, que só atingirá seu potencial de exploração turística como atrativo natural após a recuperação ambiental da represa (BELO HORIZONTE, 2012). É importante lembrar que os principais elementos que compõem a oferta turística da Pampulha estão localizados no entorno da orla, assim, a situação de degradação ambiental incide diretamente na atratividade do local como um todo.

Neste sentido, torna-se importante explicitar os principais projetos⁶⁷ vinculados ao PDITS/BH direcionados à necessidade de recuperação da Bacia da Pampulha e da maximização do potencial turístico da região. Destaca-se, primeiramente, o projeto de “execução das obras de saneamento ambiental na região da Pampulha”, cujo objetivo é despoluir, retirar lançamentos de esgotos, adequar áreas ribeirinhas em todos os afluentes da Lagoa da Pampulha para melhorar as condições ambientais da região da Pampulha (BELO HORIZONTE, 2012).

Arelados a esse projeto existem dois outros. Um deles é o projeto de “tratamento urbanístico e paisagístico da lagoa e entorno”, que busca maximizar a demanda turística e de lazer local, despertando maior interesse na visitação aos atrativos, e, por conseguinte, aumentar também o grau de satisfação e o tempo de permanência do visitante na região. O segundo é o projeto de “elaboração do estudo de capacidade de carga da orla da Lagoa da Pampulha e regulamentação do uso da orla para eventos” de forma a definir padrões para a realização de eventos na orla e orientar o poder público e o privado em sua realização; planejamento turístico da orla, visando à exploração sustentável deste recurso e à melhoria do atendimento ao turista e da população local⁶⁸ (BELO HORIZONTE, 2012).

Além das problemáticas ambientais envolvendo a lagoa, o PDITS/BH identifica outros problemas relacionados ao aspecto turístico da Pampulha e busca resolver algumas de suas principais necessidades, como, por exemplo, investindo na mobilidade urbana,

⁶⁷ Esses projetos também se apresentam em consonância com as diretrizes da legislação municipal apresentadas anteriormente.

⁶⁸ As ações voltadas para a recuperação ambiental da Lagoa da Pampulha devem ser realizadas em consonância com a Lei municipal n.º. 9.037/2005, que instituiu o Programa de Recuperação e Desenvolvimento Ambiental da Bacia da Pampulha – PROPAM. Dentre os diversos objetivos explicitados no artigo 1º deste documento, destacam-se o objetivo referente à recuperação da represa da Pampulha, das ilhas, das enseadas e a revitalização da orla (BELO HORIZONTE, 2005b).

focando essencialmente em projetos associados à melhoria e à ampliação do transporte rodoviário e metroviário, pois, como já foi dito anteriormente, o transporte configura-se como um elemento essencial do produto turístico.

Conforme elucidado nas prerrogativas em referência ao Plano Diretor da Pampulha, o acesso à região da Pampulha e aos atrativos ali contidos foi ampliado após a inauguração do BRT da Avenida Presidente Antonio Carlos, no entanto, o PDITS/BH **prevê**, ainda, a ampliação deste sistema para a Avenida Presidente Carlos Luz – outra importante via de acesso entre a região central da cidade e a Pampulha (BELO HORIZONTE, 2012).

A respeito do transporte metroviário, “a linha atual é ineficiente, atende pequena parcela da população e não dá suporte ao turismo na Capital. As principais áreas para o turismo em Belo Horizonte encontram-se na regional Centro-Sul e na **Pampulha**, áreas não atendidas pelo metrô” (BELO HORIZONTE, 2012, p. 340, grifo nosso). Assim, consta no PDITS/BH, ainda que em formato de projeto, a ampliação da linha de metrô da cidade para atender especialmente as áreas da Pampulha e as demais áreas de interesse turístico da cidade (BELO HORIZONTE, 2012). Contudo, é importante ressaltar que as aspirações em torno da ampliação da malha metroviária da cidade são uma reivindicação antiga da população belo-horizontina e, mesmo diante da elaboração deste e de antigos projetos, a linha de metrô da capital mineira ainda se encontra em condições defasadas.

Pode-se considerar o PDITS/BH como um importante instrumento elaborado pelo poder público para subsidiar as ações necessárias em prol do fomento turístico da capital mineira, inclusive, com consequências sobre a melhoria da qualidade do produto turístico da Pampulha. Conforme dito na seção anterior, a legislação municipal atribui ao poder executivo municipal a responsabilidade de intervir na melhoria e na ampliação da oferta turística da Pampulha, assim, complementando as leis municipais e o próprio PDITS/BH, destacam-se também os Programas BH Metas e Resultados e o Programa de Trabalho Belotur⁶⁹ 2014 (BELO HORIZONTE, 2014b).

O Programa BH Metas e Resultados vem sendo executado desde o primeiro ano do mandato do atual prefeito Márcio Lacerda (2009-2016). Este programa está dividido em doze áreas do conhecimento⁷⁰, sendo que, em cada área específica, existem também vários projetos sustentadores. Dessa forma, cabe aqui ressaltar a área do conhecimento referente à

⁶⁹ Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – Belotur.

⁷⁰ Cidade Saudável, Educação, Cidade com Mobilidade, Cidade Segura, Prosperidade, Modernidade, Cidade com Todas as Vilas Vivas, Cidade Compartilhada, Cidade Sustentável, Cidade de Todos, Cultura e Integração Metropolitana.

Cidade Sustentável⁷¹, mais especificamente o projeto sustentador intitulado de Pampulha Viva⁷².

O principal objetivo do Projeto Pampulha Viva é recuperar e revitalizar o conjunto arquitetônico e paisagístico através de intervenções na orla, implantando equipamentos que possam dar melhores condições de apropriação dos espaços públicos, reforçando a finalidade de fazer da Pampulha um espaço oficial para a vivência do turismo e do lazer no âmbito municipal, além de trabalhar no seu reconhecimento como Patrimônio da Humanidade (PBH, 2009).

Logo, são quatro os principais resultados esperados com a execução desse projeto. Destaca-se, inicialmente, a intenção de buscar o reconhecimento da Pampulha como Patrimônio da Humanidade até 2016 – como foi visto anteriormente, o dossiê final deste processo foi entregue em dezembro de 2014. Os outros resultados esperados são: o desassoreamento e a despoluição da lagoa até 2014, a revitalização e requalificação da orla até 2014 e a restauração e revitalização arquitetônica, paisagística e artística até 2013 (PBH, 2009).

Conforme foi visto ao longo deste capítulo, a preocupação com a recuperação ambiental da lagoa é constante. Os resultados esperados com o desassoreamento e a despoluição da lagoa são reatualizações de antigas aspirações do poder público e das reivindicações da população belo-horizontina e dos visitantes que, no entanto, nunca foram totalmente atingidas. Mesmo o PDITS/BH elucidando as diversas problemáticas⁷³ que envolvem a poluição da lagoa e o seu reflexo negativo na atividade turística na Pampulha, a sua atual situação pode ser conferida a partir das imagens abaixo.

⁷¹ Os projetos sustentadores desta área de conhecimento são: Coleta, Destinação e Tratamento de Resíduos Sólidos; Gestão Ambiental; Planejamento e Estruturação Urbana; Movimento Respeito por BH; Manutenção da Cidade; Parques e Áreas Verdes e Pampulha Viva.

⁷² Além do Projeto Pampulha Viva, evidencia-se também, ainda que sucintamente, o Projeto Planejamento e Estruturação Urbana, cujo objetivo é assegurar o desenvolvimento urbano ordenado, por meio do monitoramento e da avaliação da dinâmica urbana, e a consequente adequação da legislação urbanística, promovendo a melhoria das condições urbanísticas, ambientais e econômicas da cidade, através da revitalização de espaços urbanos de importância simbólica de Belo Horizonte. Um dos principais resultados desse projeto refere-se à realização da IV Conferência Municipal de Política Urbana (PBH, 2009) e à elaboração dos planos diretores regionais, previstos para serem concluídos até 2013, mas, como foi visto anteriormente, os mesmos ainda estão em fase de elaboração.

⁷³ Associado às ações de maximização da qualidade ambiental da Pampulha, o projeto Pampulha Viva também prevê o manejo das capivaras da orla da lagoa, pois a presença destes animais representa riscos à saúde dos visitantes.

FIGURA 4 – Imagem da poluição da Lagoa da Pampulha em área próxima aos principais atrativos turísticos da localidade



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

No que concerne à recuperação e à revitalização da orla, as ações que estavam previstas para serem executadas até o final de 2014, de acordo com o Projeto Pampulha Viva, dialogam com as perspectivas do PDITS/BH em relação ao aumento da demanda turística na região, uma vez que há o resgate de antigas opções de lazer ao mesmo tempo em que também se criam novas possibilidades. Uma das primeiras ações finalizadas ainda no ano de 2013 foi a implantação de sete quilômetros de novas ciclovias e a recuperação de onze quilômetros de ciclovias já existentes. Atrelado ao projeto da ciclovia, houve o recapeamento de cerca de 20 km² do asfalto da orla e a recuperação de 24,5 km² de calçadas públicas no entorno da lagoa. Ademais, no ano de 2014 foram implantadas seis estações de bicicletas compartilhadas (PBH, 2009).

Ainda a respeito da revitalização⁷⁴ da orla para fins turísticos e de lazer, conforme enunciado anteriormente, no ano de 2013, iniciaram-se as ações de melhoria e ampliação da

⁷⁴ Em 2014 foram finalizadas as obras de revitalização da Praça do Aleijadinho e assinados os contratos para o início da execução das obras de revitalização da Praça Dino Barbieri, da Praça do Mirante do Vertedouro e da

sinalização turística da Pampulha. Primeiramente, ainda em 2013, foi finalizada a implantação da sinalização turística interpretativa. De acordo com o site oficial da PBH, essa sinalização foi implantada para facilitar a orientação e o deslocamento dos visitantes com placas interpretativas em três línguas: português, inglês e espanhol. Foram instaladas 68 placas nos principais atrativos turísticos circunscritos no entorno da lagoa (PBH, 2009).

FIGURA 5 – Imagem da nova sinalização turística interpretativa da Pampulha



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

A sinalização turística da Pampulha foi complementada em 2014 com a implantação da sinalização indicativa através da instalação de 29 placas por toda a orla. Além da melhoria em relação à sinalização turística, outra importante ação do poder público em prol

Praça do Aleijadinho/Barragem (PBH, 2009). Destacam-se essas ações em nota, pois não se tratam de atrativos relevantes no contexto da oferta turística da Pampulha.

da maximização da qualidade do sistema de informações turísticas da região foi a criação de um novo Centro de Atendimento ao Turista, o CAT Dino Barbieri.⁷⁵

Dentre os resultados esperados a partir da execução do Projeto Pampulha Viva, evidenciam-se também as intervenções do poder público que priorizam a restauração e revitalização arquitetônica, paisagística e artística do conjunto, abarcando ações inerentes ao Museu de Arte⁷⁶, à Casa do Baile⁷⁷, à Casa Kubitschek⁷⁸, à Igreja de São Francisco de Assis⁷⁹ e aos Jardins Burle Marx⁸⁰. É importante ressaltar que tais ações também se estendem à Fundação Zoobotânica de Belo Horizonte⁸¹ (PBH, 2009). As ações concernentes às melhorias desses atrativos visam atrair mais visitantes interessados em realizar roteiros turísticos específicos envolvendo os atrativos turísticos da Pampulha.⁸² Todavia, adverte-se que, na contramão da proposta de diversificação da demanda turística desta região, nenhum desses roteiros inclui visitação ao Mineirão, um dos mais significativos atrativos turísticos da capital mineira, considerado, inclusive, como o principal símbolo da modernidade belo-horizontina.

⁷⁵ O CAT Dino Barbieri será o segundo Centro de Atendimento ao Turismo existente na orla da lagoa, pois, com a promulgação da Lei n.º 9.304, ainda no ano de 2007, foi criado o CAT Álvaro Hardy (nos anexos da Casa do Baile). A criação do CAT Dino Barbieri é uma demanda tanto do Programa BH Metas e Resultados quanto do Programa de Trabalho da Belotur. É importante ressaltar que, até a presente data (25/05/2015), a construção deste CAT ainda continua em andamento, uma vez que houve atrasos nas obras previstas para serem concluídas em 2014.

⁷⁶ O Museu de Arte será restaurado com recursos do Programa de Aceleração do Crescimento – PAC Cidades Históricas. Em março de 2014, foi elaborado o projeto de restauração e, em abril, o projeto foi aprovado pelo IEPHA (PBH, 2009). Contudo, de acordo com as últimas informações atualizadas do sítio eletrônico do PAC, em outubro de 2014, o projeto ainda encontrava-se em fase de licitação. Ressalta-se que o projeto de restauração do Museu de Arte também faz parte das demandas do Programa de Trabalho da Belotur 2014. Disponível em: <http://www.pac.gov.br/obra/65148>. (Acesso em: 27/01/2015.)

⁷⁷ Em 2013, foram concluídas as obras de impermeabilização da cobertura; limpeza do revestimento em mármore da platibanda; restauração do piso interno em taquara; pintura interna e externa; e a recuperação de esquadrias (PBH, 2009).

⁷⁸ A Casa Kubitschek, citada anteriormente como uma recente atração turística da Pampulha, foi inaugurada no ano de 2013, em cumprimento aos objetivos do Projeto Pampulha Viva.

⁷⁹ O projeto de restauração da Igreja de São Francisco de Assis encontra-se na mesma situação que o do Museu de Arte.

⁸⁰ A restauração dos jardins de Burle Marx inclui o resgate dos projetos paisagísticos originais, contratados pela prefeitura na década de 1940, em conjunto com os projetos arquitetônicos da Lagoa da Pampulha. O projeto incluiu plantio de espécies, a revitalização dos sistemas de iluminação e irrigação dos jardins e a retirada de algumas árvores em mau estado fitossanitário. Foram restaurados os jardins da Casa do Baile, do Museu de Arte Kubitschek, da Praça Alberto Dalva Simão e da Igreja de São Francisco de Assis (PBH, 2009).

⁸¹ Para saber mais a respeito do projeto de restauração da Fundação Zoobotânica, acessar o sítio eletrônico da PBH. Disponível em: <https://bhmetasresultados.pbh.gov.br/content/pampulha-viva>. (Acesso em: 27/01/2015.)

⁸² São três os roteiros oficiais elaborados pela PBH que abrangem os atrativos turísticos da Pampulha: Marcos da Modernidade, Roteiro Niemeyer e Pampulha: o início de Niemeyer. Este último foi criado recentemente a partir do Programa de Trabalho da Belotur. Para conhecer mais a respeito de cada roteiro específico, consultar o sítio eletrônico da PBH. Disponível em: <http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/>. (Acesso em: 27/01/2015.)

FIGURA 6 – Foto do Museu de Arte da Pampulha

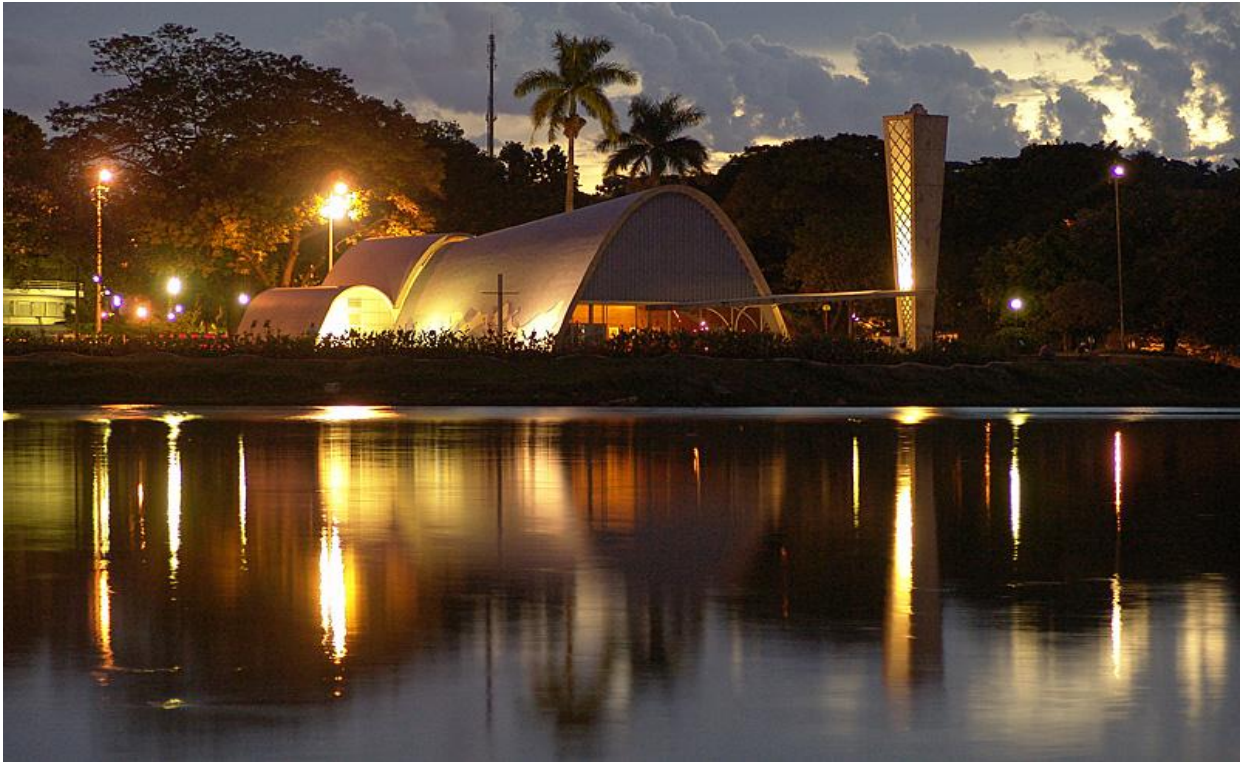


Fonte: Autor da pesquisa (2015)

FIGURA 7 – Foto da Casa do Baile



Fonte: Guia BH

FIGURA 8 – Foto da Igreja de São Francisco de Assis

Fonte: Guia BH

Por fim, com o propósito de melhorar o acesso aos atrativos turísticos da Pampulha, o Programa de Trabalho da Belotur 2014 previa a implantação de uma linha de ônibus turístico⁸³ com percursos diferenciados pela região⁸⁴, permitindo ao turista conhecer vários atrativos turísticos a bordo de um ônibus com características diferenciadas e capaz de proporcionar mais conforto e segurança, além de acesso a mapas, guias e a um sistema de som para fornecer informações sobre os locais visitados em dois idiomas: português e inglês. Contudo, mesmo com o poder público reconhecendo a importância desse tipo de serviço, o projeto do ônibus turístico da Pampulha foi retardado pelo prefeito Márcio Lacerda devido à alegação de inviabilidade econômica (PBH, 2009).

Tão importante quanto a execução de planos, como PDITS/BH, e programas, como o BH Metas e Resultados e o Programa de Trabalho da Belotur, são os resultados provenientes dos debates da Conferência Municipal de Política Urbana. Conforme dito

⁸³ Conforme explicitado anteriormente, o transporte turístico é um dos elementos básicos que compõe a oferta turística, incidindo, inclusive, no nível de satisfação do visitante. Assim, não adianta uma localidade possuir bons atrativos e bons serviços turísticos se não coloca à disposição do turista alguns serviços básicos como transporte público, por exemplo. Por esse motivo, a implantação de uma linha regular de turismo em Belo Horizonte é de extrema importância para melhorar a competitividade do destino e para facilitar e viabilizar o acesso dos turistas aos principais atrativos turísticos que estão espalhados por toda a cidade (PBH, 2009).

⁸⁴ Ressalta-se que o projeto de criação de um ônibus turístico para a Pampulha faz parte de um projeto mais amplo da PBH que abarca outros percursos pelas demais áreas de interesse turístico da cidade.

anteriormente, a CMPU é um importante espaço de discussão e de monitoramento da política urbana de Belo Horizonte e dos seus resultados provêm revisões e alterações da legislação urbanística da cidade⁸⁵ (SILVEIRA; SILVA, 2010).

Conforme mencionado, a IV CMPU aconteceu no ano de 2014, porém, até a presente data⁸⁶, seus resultados continuam sendo compilados para uma futura publicação que será intitulada de “Anais da IV Conferência Municipal de Política Urbana”. Não obstante, através de consulta ao sítio eletrônico da PBH⁸⁷ pode-se ter acesso às propostas⁸⁸ que foram encaminhadas para votação, bem como suas respectivas aprovações ou reprovações. Assim, dentre as diversas perspectivas que envolvem as ações do poder público visando ao melhor aproveitamento turístico da Pampulha, pode-se destacar, no âmbito das discussões realizadas na IV CMPU, as propostas aprovadas condizentes com a qualificação e com o aumento dos serviços “alternativos” de alimentos e bebidas – serviços de barraqueiros e ambulantes⁸⁹ – circunscritos ao entorno da lagoa.

No sentido de promover melhorias na prestação deste tipo de serviço decidiu-se “proibir o exercício de venda de produtos alimentícios em **veículos motorizados** estacionados na orla da Lagoa da Pampulha”⁹⁰ (BELO HORIZONTE, 2014c, p. 360, grifo nosso) e permitir a venda de produtos, por ambulantes, instruídos como guias turísticos⁹¹, em mobiliário e **veículos não motorizados** padronizados e licenciados para tal finalidade. Esta medida visa ao atendimento das necessidades das pessoas que visitam a região para atividades de esporte, turismo e lazer – sobretudo, a demanda de torcedores em dias de jogos no Mineirão, quando o

⁸⁵ “Isso deve ocorrer através da incorporação de um conjunto de atores sociais – representantes do Executivo, de órgãos técnicos, da Câmara Municipal, de entidades culturais, comunitárias, religiosas, empresariais e sociais, conforme está previsto no artigo 82 do Plano Diretor” (SILVEIRA; SILVA, 2010, p. 11).

⁸⁶ 23/03/2015.

⁸⁷ Disponível em:

http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=planejamentourbano&tax=41443&lang=pt_BR&pg=8843&taxp=0&. (Acesso em: 27/01/2015.)

⁸⁸ Os trabalhos da IV CMPU foram divididos em seis eixos temáticos, a saber: Estruturação Urbana, Desenvolvimento, Ambiental, Cultural, Habitação e Mobilidade.

⁸⁹ De acordo com Coriolano (2006), é possível considerar os barraqueiros e os ambulantes como prestadores de serviços turísticos.

⁹⁰ Tal proibição justifica-se, pois “o estacionamento de veículos para a venda de produtos alimentícios na orla da Lagoa da Pampulha causa impactos tais como poluição visual e obstrução de trechos do logradouro pela colocação de mobiliário, de engenho de publicidade e de mercadorias expostas de forma irregular e incômoda ao trânsito de usuários do local. O comércio em veículos motorizados ainda corrobora para o desinteresse de que os terrenos ao longo da orla sejam apropriados para finalidades de comércio e serviços em condições mais adequadas de conforto e segurança aos moradores das adjacências e visitantes e de fortalecimento do local como centro e centralidade de mais ampla abrangência” (Belo Horizonte, 2014a, p. 360).

⁹¹ É importante ressaltar que a atividade de guia turístico é regulada pela Lei nº. 8.623/1992. Assim, de acordo com o cumprimento das atribuições legais do emprego de guia, tal medida busca instruir os trabalhadores ambulantes sobre características paisagísticas, ambientais e arquitetônicas do local, bem como sobre circulação e utilização de outros serviços e espaços da cidade, proporcionando melhor acolhimento do visitante desse importante espaço de Belo Horizonte (BELO HORIZONTE, 2014c).

fluxo turístico aumenta exponencialmente – uma vez que, ao contrário dos veículos motorizados, este “novo” tipo de comércio não implica em geração de poluição visual e em inserção de mobiliário sem padronização e conflituoso com a fruição do espaço público (BELO HORIZONTE, 2014c, grifo nosso).

Conforme foi dito no decorrer desta seção, a consolidação da Pampulha como produto turístico de relevância envolve o cumprimento de diversas ações emergentes por parte do poder público, abarcando, sobretudo, aspectos prioritários condizentes com a qualidade ambiental da região. É importante ressaltar que a qualidade ambiental da Pampulha deve ser medida não apenas pela propriedade da água da lagoa, mas deve compreender fatores relacionados ao acesso ao local, à limpeza das vias e aos equipamentos públicos, à manutenção dos edifícios e da beleza paisagística, à existência de parques e áreas de lazer, à existência de transporte público de qualidade e que garanta o acesso seguro aos atrativos, à existência de serviços públicos, segurança e controle de doenças epidêmicas. Todos esses fatores, além da qualidade dos atrativos e dos serviços turísticos, são essenciais para atrair ou afastar o visitante e devem ser considerados no planejamento turístico da região (BELO HORIZONTE, 2012).

Ademais, antes de finalizar esta seção e, por conseguinte, o capítulo, é importante frisar a intenção inicial que também existia ao se analisar a nova Política Municipal de Turismo e o Plano de *Marketing* da Belotur para poder identificar novas diretrizes a respeito do tratamento recebido pela Pampulha em relação ao seu aspecto turístico. No entanto, o projeto de lei que irá instituir a nova Política Municipal de Turismo ainda tramita na Câmara dos Vereadores. Já o Plano de *Marketing* encontra-se sob tutela da Belotur, uma vez que a comissão responsável pela sua elaboração ainda está trabalhando nas últimas demandas antes de sua publicação.⁹²

⁹² Informações obtidas através de contato realizado via correio eletrônico com os servidores da Belotur em janeiro de 2015.

2 FUTEBOL, MERCADO E TURISMO

A formação da Pampulha, no contexto da paisagem urbana da capital mineira, apresentou algumas peculiaridades comparando-se com as demais regiões da cidade, pois este espaço tornar-se-ia lócus privilegiado para vivências sociais como o esporte, o lazer e o turismo. Especialmente em relação ao fenômeno esportivo, sua gênese remete-se, ainda, à década de 1940, quando as atividades náuticas e as corridas automobilísticas emergiram efemeramente. Não obstante, a vocação esportiva desta região ascendeu com a inauguração do Mineirão na década de 1960 e, atualmente, apesar de haver um diversificado calendário de eventos esportivos que abrange também a orla da lagoa e o Mineirinho, o futebol ainda continua sendo o principal esporte a congregar milhares de pessoas em um único espaço.

Tendo em vista que o torcer, no futebol, é uma possibilidade de lazer e de turismo, pois, de acordo com Paz (2006), no Brasil, milhares de pessoas viajam toda semana para assistir a jogos de futebol, acredita-se, *a priori*, que as ações mais recentes que buscam a consolidação da Pampulha como produto turístico possam, também, refletir positivamente na prática do turismo futebolístico, possibilitando aos torcedores uma oferta turística mais ampla e diversificada.

Com o objetivo de analisar as aproximações entre o futebol e o turismo, a discussão que este capítulo se propõe a realizar não irá se eximir da responsabilidade de abordar o processo de transformação do futebol brasileiro em um negócio mercadológico – visto sobre a ótica da indústria do entretenimento e do lazer – acentuado no contexto da organização da Copa do Mundo de 2014. Dentre as principais problemáticas associadas à realização deste megaevento, serão debatidas as consequências relacionadas à proliferação das arenas multiuso – com ênfase no projeto de modernização do Mineirão – como, por exemplo, o reflexo deste novo modelo de estádio na vivência do torcer e as possíveis implicações no turismo esportivo.

Especificamente a respeito do projeto de modernização do Mineirão, as obras de melhoria do estádio mantiveram-se atreladas a um conjunto de intervenções mais amplas relacionadas à dinâmica do próprio espaço urbano da capital mineira, sobretudo, da Pampulha. Assim, torna-se também importante detalhar os demais projetos executados concomitantemente ao projeto supracitado. Finalmente, acreditando-se que a prática do turismo futebolístico tende a crescer em decorrência deste cenário recém-inaugurado, será

necessário aprofundar-se na discussão teórico-conceitual a respeito do turismo esportivo, pois é dentro deste segmento que se insere a tipologia do turismo futebolístico.

2.1 Futebol – de símbolo de uma paixão nacional a um negócio mercadológico apropriado pela indústria do lazer e do entretenimento

Os estudos sobre o futebol brasileiro no âmbito das Ciências Humanas e Sociais, sobretudo, os estudos de cunho historiográfico, indicam que a história do futebol no Brasil é marcada por diferentes fases. Dessa forma, antes de analisar o atual cenário do futebol brasileiro – cuja gênese inicia-se na década de 1990 a partir da inserção da lógica mercadológica – torna-se importante conhecer, ainda que sucintamente, os aspectos socioculturais e políticos que marcaram a evolução do esporte bretão até a presente fase, já que “não há outro modo de compreender a transformação a não ser a partir de um conhecimento da estrutura” (BOURDIEU, 1990, p. 2010).

O futebol foi introduzido na sociedade brasileira no período de transição entre os séculos XIX e XX e logo assumiu características de um modo de vida moderno requerido pelas elites locais, pois era visto como símbolo de um hábito elegante e saudável. Contudo, a participação da elite no futebol não ocorreu sem estranhamentos, especialmente, por aqueles que não eram adeptos ao estilo esportista propagado. Para atrair a atenção do público era dado um “ar de festa” às partidas futebolísticas, contando com a participação de bandas que promoviam o encontro das pessoas, possibilitando uma vivência pública de divertimento (SOUZA NETO, 2010).

Conforme enunciando no capítulo anterior, apesar de ter emergido nos gostos das classes mais abastadas, o futebol tornou-se, já na década de 1930, a grande paixão dos brasileiros, assim, ganhando novas práticas e representações socioculturais que se mostraram distintas daquelas encontradas nas primeiras décadas do século passado, uma vez que, muito mais que mera modalidade esportiva, sua rápida e profunda disseminação propiciou-lhe a condição de elemento central na cultura brasileira (RINALDI, 2000; COUTO, 2004; MASCARENHAS, 2009).

A popularização do futebol brasileiro ocorrida no início da década de 1930 explica-se, em grande medida, pela profissionalização deste esporte. A respeito do incentivo dado pelo Estado neste processo, destaca-se o objetivo principal do governo que era o

fortalecimento de sua própria imagem por via de um fenômeno que crescia no gosto popular, já que, neste contexto, se passava a notar a participação de todas as camadas sociais, percebida, principalmente, no ensejo das partidas realizadas nos estádios (MOURA, 2010).

Arelado ao objetivo mencionado anteriormente, o futebol desempenhou um importante papel como princípio aglutinador do povo brasileiro na sua constituição como nação (GASTALDO, 2006), utilizado, inclusive, “de forma a prestar uma sólida contribuição no sentido de reforçar a construção de uma identidade nacional” (RINALDI, 2000, p. 169).

O envolvimento do Estado com o futebol também se deu em outros momentos⁹³, como, por exemplo, no financiamento de grandes estádios públicos construídos no país. Neste caso, destacam-se aqueles estádios mencionados anteriormente: Pacaembu, Maracanã, Fonte Nova e Mineirão. Não obstante, a atuação do Estado na construção de estádios públicos acentuou-se durante o regime militar⁹⁴, quando foram construídos dezenas de estádios em todas as regiões do país.⁹⁵ Dessa forma, devido ao seu porte e centralidade, os estádios passaram, então, a simbolizar a principal expressão visível da magnitude que o futebol alcançou no Brasil (MASCARENHAS, 2009).

O forte envolvimento do Estado com o futebol manteve-se, em primeiro momento, até o período que sinalizou o fim da ditadura – fim da década de 1980 –, pois este acontecimento possibilitou inaugurar, ainda que paulatinamente, um novo cenário que acenava para a introdução do mercado no processo de transformação do futebol em um amplo negócio mercadológico (PEREIRA, 2003). “Historicamente marcado pela paixão e pelo arrebatamento coletivo, o futebol tornava-se o carro-chefe da indústria do entretenimento e o tema central de inúmeros e diversos apelos publicitários, sendo utilizado para vender de tudo” (ALVITO, 2006, p. 456).

A transformação do futebol brasileiro em um negócio mercadológico recebeu grande influência do mercado global, pois este cenário já vinha se desenhando no continente europeu desde a década de 1970. De acordo com Reis (2000), a inserção da lógica do mercado financeiro sobre o futebol refletia-se como consequência de uma política adotada pelo então presidente da FIFA, João Havelange (1974-1998), uma vez que o mandatário da

⁹³ Cf. PRONI, 2000.

⁹⁴ É importante ressaltar que o envolvimento do governo militar com o futebol não ficou restrito apenas à construção de grandes estádios, pois os militares apropriaram-se do futebol para a propagação de sua própria imagem em outros acontecimentos como, por exemplo, a Copa do Mundo de 1970 e a criação de um campeonato nacional de clubes com a participação de times de todos os estados da Federação.

⁹⁵ “No Brasil, o poder público começa, a partir da decretação do Estado Novo (1937), a construir estádios de futebol, uma vez que este esporte é elevado à condição de símbolos da brasilidade e da integração nacional [...] Mais tarde, o regime militar (sobretudo entre 1968 e 1980) se encarregará de difundir estádios superdimensionados por todas as capitais do país” (MASCARENHAS, 2009, p. 10).

entidade máxima do futebol internacional preconizou ações em prol da espetacularização do futebol, transformando-o na mercadoria mais rentável da indústria do lazer.

No cenário brasileiro, os primeiros anos da década de 1990 representaram o início da entrada de novos atores (investidores, empresários e empresas midiáticas) no controle do futebol que, orientados pela lógica do mercado, deram início à fase de mercantilização deste esporte. Não obstante, é importante enfatizar que o futebol relaciona-se com a sociedade brasileira através de representações peculiares, constituídas ao longo de mais de um século, assim, a inserção da lógica mercadológica sobre o esporte não implica, necessariamente, a eliminação das categorias anteriormente presentes na estrutura simbólica contida nas relações que o futebol proporciona entre o clube e o torcedor, porém, pode haver uma mudança do conteúdo destas às novas exigências.

O futebol, em tempos de capitalismo globalizado, adquiriu o caráter de um produto a ser comercializado, mais do que um mecanismo de expressão de identidades culturais; o principal interesse do mercado é **extrair do futebol o máximo de lucro possível**. No entanto, convém lembrar que a obtenção de lucro só pode se viabilizar porque o futebol realmente é uma fonte de expressão de identidades, pois o interesse que ele desperta, na maioria dos povos que o apreciam, é anterior à sua conversão em mera mercadoria (BARBOSA, 2007, p. 185, grifo nosso).

Esta perspectiva de maximização dos lucros apresenta implicações diretas sobre a concepção do torcedor, que passa a receber outra conotação. Nesta lógica, o torcedor tradicional perde espaço para o torcedor cliente. De acordo com Giulianotti (2012), o torcedor tradicional é o indivíduo que possui uma identidade enraizada na inquebrantável relação recíproca entre torcedor e clube, a qual é estruturada em obrigações e deveres, com o torcedor detendo certo *status* representativo para o clube. Por outro lado, o torcedor cliente pode ser entendido como o consumidor, não possui nenhum tipo de lealdade, sendo sua escolha esportiva feita como na economia, um exemplo de escolha racional. O consumidor maximiza suas informações sobre a pluralidade de mercados alternativos antes de calcular qual produto irá render maiores benefícios pessoais.

Corroborando com Giulianotti (2012), Taylor (1998) e Gonçalves e Carvalho (2006), que consideram que, a partir da inserção da lógica do mercado no futebol, o torcedor tradicional, outrora percebido como devedor eterno de sua devoção ao clube por seu amor à camisa, passa a ser encarado como um consumidor com potencial de compra e com necessidades a serem atendidas. Enquanto consumidores finais do produto futebolístico, o torcedor cliente compra o conjunto de bens e serviços que lhe são ofertados, pois esta é a

operação principal para este tipo de mercado, também denominado mercado consumidor ativo.

A concepção acerca dessas diferenças entre torcedor tradicional/cliente torna-se mais evidente quando se refere ao espetáculo futebolístico propriamente dito, ou seja, quando se trata da presença do torcedor no estádio. Com a popularização do futebol, este espaço se tornou símbolo da manifestação das massas, onde o povo expressa os sentimentos mais profundos de devoção ao clube amado, todavia, em consonância com a lógica do torcedor cliente, os estádios passam a ser remodelados para comportarem um público mais rico para frequentar os jogos, em um processo sustentado pelas forças que o controlam através da reinvenção de suas relações sociais (GIULIANOTTI, 2012).

O processo de transformação do futebol em um negócio mercadológico suscita um novo modelo de estádio, que passa a ser chamado de arena multiuso. No Brasil, o caso pioneiro é o da Arena da Baixada, pertencente ao Clube Atlético Paranaense. Segundo Alvito (2006), quando inaugurada no final da década de 1990, essa arena passou a oferecer uma variedade de produtos e serviços⁹⁶ para o consumo do seu torcedor que, naquele momento, passava a consumir não mais apenas o espetáculo futebolístico. Segundo Conn (1998), esse processo de substituição dos grandes estádios por arenas multiuso tende a retirar do futebol o seu caráter de espetáculo de massa e torná-lo um produto regido por regras de oferta e demanda, assumindo, portanto, um caráter de segmentação exclusiva com seu público.

Quando a Arena da Baixa foi reinaugurada, este novo modelo de estádio ainda era um exemplo singular no contexto do futebol brasileiro, porém, é importante enunciar que, recentemente – como consequência da realização da Copa do Mundo –, as arenas multiuso se proliferaram por todo o país. Assim, tratando-se do futebol da 1ª e 2ª divisão nacional, a presença deste modelo de estádio deixou de ser exceção para se tornar referência. Logo, as problemáticas relacionadas a esse modelo de estádio tornaram-se mais visíveis e passaram a ser discutidas entre os diversos segmentos da sociedade.

⁹⁶ A Arena, que possuía capacidade para 32.000 espectadores sentados antes da reforma para a Copa do Mundo, tinha 68 lojas de conveniência e 60 câmeras de vigilância interna. Havia camarotes alugados por temporada para empresas ou pessoas físicas e um setor VIP com 210 assentos acolchoados e adjacentes a um grande salão, onde seria construído um restaurante exclusivo e com visão para o campo. Em determinados setores da arquibancada, havia cadeiras vendidas por temporada com direito à impressão do nome do torcedor no assento. A diretoria do Atlético Paranaense dizia que o clube não precisava mais de torcedores e sim de apreciadores do espetáculo (ALVITO, 2006).

2.2 Copa do Mundo e a efervescência da lógica mercadológica – proliferação das arenas multiuso e reflexos na vivência do torcer

As problemáticas relacionadas à transformação do futebol brasileiro em um negócio mercadológico tornaram-se mais explícitas recentemente, quando o país veio a sediar a Copa do Mundo de 2014.⁹⁷ O fato de o Brasil ter organizado este megaevento engendrou diversas discussões⁹⁸ entre grupos oriundos de diferentes segmentos da sociedade, principalmente no meio midiático e no âmbito dos movimentos sociais, assim, legitimando a complexidade que envolve a análise deste tema. Dessa forma, diante do emaranhado cenário que abarcou a realização da Copa no Brasil, pretende-se suscitar, prioritariamente, o processo no qual se acentua a mercantilização do futebol brasileiro, especialmente, diante da proliferação das arenas multiuso e de suas consequências na vivência do torcer e as implicações no turismo, para, posteriormente, poder problematizar o exemplo da capital mineira a partir da modernização do Mineirão.⁹⁹

O principal fato que caracteriza o início da mudança ocorrida no futebol brasileiro no período de transição entre as décadas de 1980 e 1990 foi a alternância do controle deste esporte que antes ficava ao encargo do Estado e depois passou a ser exercido por agentes privados. Contudo, com o advento da Copa, o Estado – através das agências federais, estaduais e municipais – voltou a desempenhar a função de protagonista, porém como “parceiro” da iniciativa privada.¹⁰⁰

Neste contexto, de acordo do Damo e Oliven (2013), juntam-se aos investidores e aos empresários da indústria do lazer e do entretenimento, os *grandes clubes de futebol do*

⁹⁷ A escolha do Brasil como sede da Copa de 2014 foi o resultado da convergência dos interesses da FIFA e do governo brasileiro. Dadas às exigências da FIFA em termos de infraestrutura, o Brasil seria o país cuja economia teria condições de suportar, sem maiores sobressaltos, os investimentos demandados, além de ser um país no qual o futebol é o esporte hegemônico, sem contar o seu potencial turístico e sua reputação de hospitalidade (DAMO; OLIVEN, 2013).

⁹⁸ Os principais debates giraram em torno dos usos das categorias *investimento* e *gastos* para definir o aporte de recursos públicos para a realização deste megaevento. No âmbito das discussões que foram suscitadas, os movimentos sociais e os seus grupos aliados viram a realização da Copa como um gasto – que sugere o esvanecimento – enquanto os organizadores e as demais instituições que lograram algum tipo de proveito com a realização deste megaevento optaram por utilizar um discurso que remetia à ideia de investimento – sugere o empenho de algo com expectativa de retorno (DAMO; OLIVEN, 2013).

⁹⁹ Discutir as problemáticas relacionadas ao processo no qual se acentua a presença dos valores mercadológicos sobre o futebol brasileiro a partir da Copa do Mundo é de suma importância, pois as transformações ocorridas em decorrência da organização deste megaevento perdurarão para as competições regionais, nacionais e continentais.

¹⁰⁰ “Essa transformação fundamental no futebol, assim como em outros esportes ou em outros campos da cultura popular, é uma ameaça de uma vitória pírrica para a agenda neoliberal” (GIULIANOTTI, 2012, p. 32). Para saber mais a respeito dos princípios neoliberais atuantes no futebol brasileiro, ver: PRONI, 2000.

país (herdeiros da infraestrutura esportiva erguida em prol da realização da Copa), *as empreiteiras* (sobretudo, as construtoras encarregadas de realizarem as grandes obras), o *trade turístico* (pois a Copa, além de ser reconhecida como o segundo maior megaevento em escala mundial, é também um dos principais megaeventos turísticos do planeta) e, principalmente, a *FIFA*.

Ressalta-se a abrangência da FIFA, pois esta entidade – de fins lucrativos – se ocupa do futebol em escala planetária, detém os direitos comerciais da Copa e os comercializa com um amplo leque de multinacionais – inseridas no contexto da indústria do lazer e do entretenimento – interessadas em veicular seus produtos à Copa e na Copa.¹⁰¹ Assim, o papel desta agência torna-se decisivo na manutenção de uma dada ordem, indispensável à viabilização do futebol no mercado de bens simbólicos, como é o caso da Copa do Mundo (DAMO, 2012).

O acordo firmado entre a FIFA e o governo brasileiro garantiu a esta agência internacional o direito de exigir – como sempre lhe é comum em casos de eventos que possuem a sua patente – uma infraestrutura que fosse capaz de dar conta do aumento das demandas provocadas pela realização da Copa (PRONI; SILVA, 2012). Dessa maneira, a participação do Estado foi imprescindível, uma vez que, segundo Damo (2012), apenas o poder público possui condições efetivas de oferecer tudo o que a FIFA demandava em termos de “mobilidade urbana”, “arenas/estádios”, “aeroportos”, “portos”, “turismo” e outros.¹⁰²

Dentre tais determinações destacam-se as exigências em relação aos estádios, já que foram ordenadas reformas dos antigos equipamentos, bem como a construção de novos estádios¹⁰³, pois, no entendimento da FIFA, nenhum estádio do país atendia ao padrão desejado, nem mesmo a Arena da Baixada, até então tida como referência. O objetivo desta entidade era que os estádios brasileiros que fossem receber jogos da Copa pudessem alcançar o padrão contemporâneo, nivelado aos dos melhores, mais modernos e exemplares estádios do cenário internacional (BARRETO; NASCIMENTO, 2011).

¹⁰¹ Pois este megaevento é feito com o objetivo de ser bastante lucrativo para a FIFA e para os demais agentes privados que vinculam suas respectivas marcas à realização desse megaevento (PRONI; SILVA, 2012).

¹⁰² Tais rubricas formaram os eixos básicos tanto da Matriz de Responsabilidades quanto do Planejamento Estratégico Integrado – PEI. Ressalta-se que ambos os documentos serão detalhados na próxima seção, quando serão elucidadas as exigências da FIFA em relação à capital mineira.

¹⁰³ Foram reformados os seguintes estádios: Mineirão (Belo Horizonte-MG); Mané Garrincha (Brasília-DF); Arena da Baixada (Curitiba-PR); Castelão (Fortaleza-CE); Vivaldão (Manaus-AM); Beira-Rio (Porto Alegre-RS); Maracanã (Rio de Janeiro-RJ) e Fonte Nova (Salvador-BA). Os estádios construídos foram: Arena Pantanal (Cuiabá-MT); Arena das Dunas (Natal-RN); Arena Pernambuco (Recife-PE) e Itaquerão (São Paulo-SP) (DAMO; OLIVEN, 2013).

Ainda de acordo com Barreto e Nascimento (2011), a adequação dos estádios brasileiros ao padrão contemporâneo condiz com três premissas básicas que envolvem o torcedor e sua relação com a estrutura espacial dos estádios, pois os mesmos, além de terem que atender à *padronização* imposta pela entidade máxima do futebol mundial – o chamado “padrão FIFA”¹⁰⁴ –, também devem ser condizentes com contexto *global* – seguindo, especialmente, o modelo de arenas vigente no cenário europeu. Dessa forma, privilegia-se a presença de um público mais abastado economicamente, fomentando o processo de *elitização* do futebol brasileiro.

Referente à adequação ao modelo global, “após uma trajetória de constante expansão, em quantidade e porte físico, os estádios em escala mundial vêm apresentando, nos últimos quinze a vinte anos, significativa redução de sua capacidade” (MASCARENHAS, 2009, p. 10). A partir desta nova lógica, estádios do tamanho do Maracanã e do Mineirão, construídos para comportarem públicos de até 200.000 e 130.000 torcedores, respectivamente, passaram a se tornar inviáveis¹⁰⁵ (CURI, 2012).

Para adequar-se ao novo padrão, os principais estádios brasileiros precisaram ser remodelados. Diante de uma série de problemáticas¹⁰⁶ relacionadas ao novo modelo de estádio que foi entregue ao torcedor brasileiro, exalta-se a “diminuição dos lugares para os torcedores ditos tradicionais, as classes de menor poder aquisitivo” (CURI, 2012, p. 8).

Há que se acrescentar que as partes suprimidas foram aquelas destinadas ao público de menor poder aquisitivo. **As arquibancadas mais próximas do campo, conhecidas como gerais**, onde se concentrava esse tipo de público, foram revalorizadas pelo novo formato arquitetônico, cuja inclinação mais acentuada e a proximidade do gramado tornaram-nas um espaço mais valorizados (DAMO; OLIVEN, 2013, p. 55, grifo nosso).

Assim, excluíram-se os “geraldinos”¹⁰⁷, ou seja, os torcedores que assistiam às partidas de futebol em pé e quase no mesmo nível do gramado de jogo. “Tais torcedores se notabilizavam por um comportamento diferenciado e sua condição econômica em função do

¹⁰⁴ Para saber detalhes mais específicos sobre as exigências da FIFA em termo de arenas, consultar o caderno de encargos da FIFA.

¹⁰⁵ Assim, exceto o Mané Garrincha e a Arena Baixada, os demais estádios brasileiros que passaram por intervenções para a realização da Copa tiveram as suas respectivas capacidades diminuídas consideravelmente. Por exemplo, o Mineirão, que já recebeu público de 132.834 torcedores, teve sua capacidade máxima reduzida para 64.000 mil lugares.

¹⁰⁶ A principal delas diz respeito ao investimento de dinheiro público em instalações (arenas) que se destinam a um público de alto poder aquisitivo (DAMO; OLIVEN, 2013).

¹⁰⁷ Com o advento das transmissões televisivas de jogos de futebol, a representatividade dos *geraldinos*, com seu carnaval e fantasias, foi potencializada a ponto de adquirir características mitológicas na cultura futebolística brasileira (CRUZ, 2005).

baixíssimo valor dos ingressos de acesso àquelas dependências” (BARRETO; NASCIMENTO, 2011, p. 8). Todavia, a prática de ingressos mais caros – comum às novas arenas brasileiras¹⁰⁸ – tende a afastar do estádio um público de menor poder aquisitivo, consolidando-se uma nova forma de exclusão (MASCARENHAS, 2009).

FIGURA 9 – Foto das arquibancadas e a da geral do antigo Mineirão¹⁰⁹



Fonte: Torcida Organizada Máfia Azul

Disponível em: <https://mafiaazulbelovale.files.wordpress.com/2008/09/recorde-1.jpg>.

(Acesso em: 10/02/2015.)

O novo modelo de arenas multiuso exigido pela FIFA volta-se – através da justificativa de necessidade de diminuição da capacidade de público dos antigos estádios – para a adequação aos aspectos de *conforto* e *segurança*, que vêm acompanhados de “um

¹⁰⁸ O Campeonato Brasileiro é a competição nacional que tem o ingresso mais caro do mundo. Isso é o que concluiu um estudo realizado pela Pluri Consultoria. A análise comparou os preços relativos dos ingressos no Brasil com doze dos mais importantes mercados do futebol mundial, considerando a renda *per capita* de cada país, o que permite mensurar adequadamente o preço em função do nível de renda da população. Disponível em: <http://m.globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/08/campeonato-brasileiro-tem-o-ingresso-mais-car-do-mundo-aponta-estudo.html>. (Acesso em: 10/02/2015.)

¹⁰⁹ Imagem feita no jogo entre Cruzeiro vs. Villa Nova, válido pela final do Campeonato Mineiro do ano de 1997, quando foi registrado o recorde de público do estádio.

processo de elitização ou mesmo de gentrificação¹¹⁰ dos estádios” (MASCARENHAS, 2009, p. 13).

Atualmente, as determinações são guiadas por eixos fundamentais como: (a) conforto – garantir maior padronização em níveis de conforto e de acordo com as responsabilidades das entidades e federações internacionais que regem os esportes e fazer justiça ao preço cobrado pelos ingressos; e (b) segurança – principalmente motivada pelo exemplo dados pelos estádios ingleses, que reduziram seus índices de acidente e vandalismo após uma reforma massiva das condições dos seus edifícios (BARRETO; NASCIMENTO, 2011, p. 18).

Há que se ressaltar que o remodelamento dos estádios brasileiros para o cumprimento de tais determinações da FIFA condiz, em termos de conforto, com o interesse dos construtores de estádios que preferem dar mais espaço para cada assento e oferecer mais serviços¹¹¹, o que aumenta o custo para cada lugar. Em consequência disso, o preço dos ingressos aumenta e isso significa que é possível imaginar que o estádio passará a ser frequentado por um público com um perfil social distinto.

Ainda como exemplificação da questão do conforto nas novas arenas, Damo e Oliven (2013) lembram que as imagens captadas e editadas pela televisão passam a estar ao alcance dos torcedores nos estádios. A reprise de lances capitais e de ângulos inusitados, consagradas pela edição televisiva, proporciona ao espectador das arenas um ponto de vista sobre o espetáculo que ele se habituou a usufruir pela televisão, em sua poltrona de casa, e do qual não deseja abrir mão.

“Considerando que todos os assentos são cadeiras, deverá haver uma substituição do torcedor de menor poder aquisitivo por uma elite mais próxima ao perfil dos sócios e detentores de camarotes nos atuais estádios”¹¹² (BARRETO; NASCIMENTO, 2011, p. 25).

¹¹⁰ O conceito de gentrificação emergiu dos estudos da socióloga Ruth Glass, ainda na década de 1960. Com o passar do tempo, este conceito foi recebendo várias adaptações, mas, em síntese, pode-se defini-lo como um processo no qual o valor de troca do espaço urbano prevalece sobre o valor de uso.

¹¹¹ Condizente com este aspecto, destaca-se a oferta de assentos confortáveis e numerados e a existência de equipamento *high-tech*, como telões e o serviço gastronômico acessível, rápido e de qualidade (MASCARENHAS, 2009).

¹¹² Dentro da lógica de transformação do futebol em negócio de entretenimento e lazer, destaca-se o recente crescimento dos programas de sócio-torcedor. “O ‘sócio-torcedor’ é aquele que tem uma relação formal e contratual com o clube” (RODRIGUES, 2010, p. 130), uma vez que paga mensalidade e obtém como retorno uma série de direitos, vantagens e benefícios, desde a aquisição dos ingressos para os jogos à promoção de bens e serviços vinculados a imagem do clube. Sobre os camarotes, eles são “em geral alugados por grandes corporações, nas arquibancadas cobertas, muitas vezes no lugar outrora ocupado por espaços altamente topofílicos para os torcedores fiéis” (CRUZ, 2005, p. 82). Ressalta-se que a “topofilia envolve uma ligação emocional intensa com uma parte específica do meio material; colocado de outra forma, é o amor a algum lugar” (GIULIANOTTI, 2012, p. 16).

FIGURA 10 – Imagem interna do “novo” Mineirão¹¹³

Fonte: Autor da pesquisa (2015)

No que tange à exigência da FIFA em relação à segurança das novas arenas, destacam-se alguns aspectos que são, no mínimo, polêmicos. Primeiramente, seguindo a lógica do contexto global, as arenas brasileiras inspiraram-se nos modelos de arenas da Inglaterra, contudo, em nenhum momento consideraram os aspectos peculiares da cultura do torcedor brasileiro – que abarca, principalmente, sua forma singular de manifestar-se dentro do estádio.¹¹⁴ Ressalta-se também o entendimento que condiciona a diminuição dos acidentes e do vandalismo à redução da capacidade das arenas, ou seja, implicitamente, adota-se um discurso que responsabiliza os torcedores mais pobres – que tendem a ser excluídos do estádio

¹¹³ O setor onde as cadeiras encontram-se mais próximas ao gramado é o espaço onde antes existia a geral. Um pouco mais acima – entre esse setor e as cadeiras superiores – localizam-se os camarotes empresariais (onde se tem a melhor visibilidade do campo).

¹¹⁴ De acordo com Barreto e Nascimento (2011, p. 25), “corre-se o risco de se ter um público mais contemplativo que participativo. Esta tendência, já verificada em jogos de seleções – principalmente nas Copas do Mundo –, pode se repetir nas partidas dos clubes locais”. Como consequência, “a mudança do público e do seu comportamento pode levar ao afastamento do torcedor mais aguerrido, que dá suporte à clássica rivalidade local”.

devido à prática de ingressos caros – como responsáveis por promoverem a violência no futebol.

É importante observar que as determinações da FIFA para o cumprimento das normas de segurança são embasadas segundo o Relatório de Taylor.¹¹⁵ De acordo com Curi (2012), o relatório supracitado sugere a construção de estádios com setores divididos, pois a diminuição da capacidade e o fato das pessoas assistirem aos jogos sentados promovem aumento de segurança. Além disso, há um sistema de monitoramento através de câmeras que são coordenadas em uma sala central.

Dessa forma, os torcedores devem ser vigiados de modo a evitar comportamentos não desejados. Não obstante, Curi (2012) enfatiza que todo este aparato pode também favorecer a segregação da multidão, uma vez que “a padronização das estruturas espaciais dos estádios também deverá acarretar uma padronização de comportamento no modo de se assistir às partidas de futebol no Brasil, a ponto de caracterizar um iminente processo de elitização do público de futebol nacional” (BARRETO; NASCIMENTO, 2011, p. 4).

Ademais, além dos aspectos relacionados ao conforto e à segurança, as novas arenas brasileiras devem – da mesma forma que a Arena da Baixada se projetou a fazer, ainda no início do processo de mercantilização do futebol brasileiro – buscar expandir a oferta de serviços “com espaços com atividades paralelas aos eventos esportivos, como lojas, bares, cafés, restaurantes e demais equipamentos de entretenimento, assumindo a alcunha de ‘arenas multiuso’” (BARRETO; NASCIMENTO, 2011, p. 21).

O incremento de tais atividades possui aceitação dos clubes – quando eles próprios são proprietários da arena – e das concessionárias responsáveis pela administração dos antigos estádios públicos do país que se tornaram arenas multiuso¹¹⁶, já que o novo tipo de torcedor que emerge a partir deste contexto – agora também denominado de consumidor – aporta mais dinheiro na bilheteria e consome passivamente o jogo tornado espetáculo, bem como os diversos produtos oferecidos dentro do estádio (MASCARENHAS, 2009).

“Embora não seja dito às claras, os novos gestores das arenas estão promovendo uma higienização do público, afastando aqueles tidos como inconvenientes, seja porque

¹¹⁵ Trata-se de um relatório sobre a segurança nos estádios. Este documento emergiu como consequência do acidente ocorrido em Sheffield na Inglaterra (1992), onde morreram 92 torcedores esmagados devido à grande lotação do estádio (CURI, 2012).

¹¹⁶ É importante ressaltar que a gestão das novas arenas, até então realizada pelos clubes ou por agências públicas (como no caso do antigo Mineirão que era gerido pela Administração de Estádios do Estado de Minas Gerais - ADEMG), foi “modernizada”, sendo exercida por empresas especializadas, assim criando um novo nicho para gestores no mercado brasileiro (DAMO; OLIVEN, 2013). Através de uma PPP – parceria público e privado –, a empresa Minas Arena tornou-se responsável pela administração do “novo” Mineirão pelos próximos 25 anos (contados desde o ano de 2013, quando o estádio foi reinaugurado).

consomem pouco ou causam muitos transtornos – caso das torcidas organizadas”¹¹⁷ (DAMO; OLIVEN, 2013, p. 57). Em detrimento dos torcedores tradicionais passa-se a privilegiar a presença de um público oriundo dos estratos mais abastados, pois, com a majoração no valor dos ingressos, torna-se possível compensar a redução na quantidade de público sem comprometer a receita, já que um público com maior poder aquisitivo poderá consumir outros produtos nas arenas para além do espetáculo propriamente dito – estacionamento, produtos esportivos, comida, bebida etc.

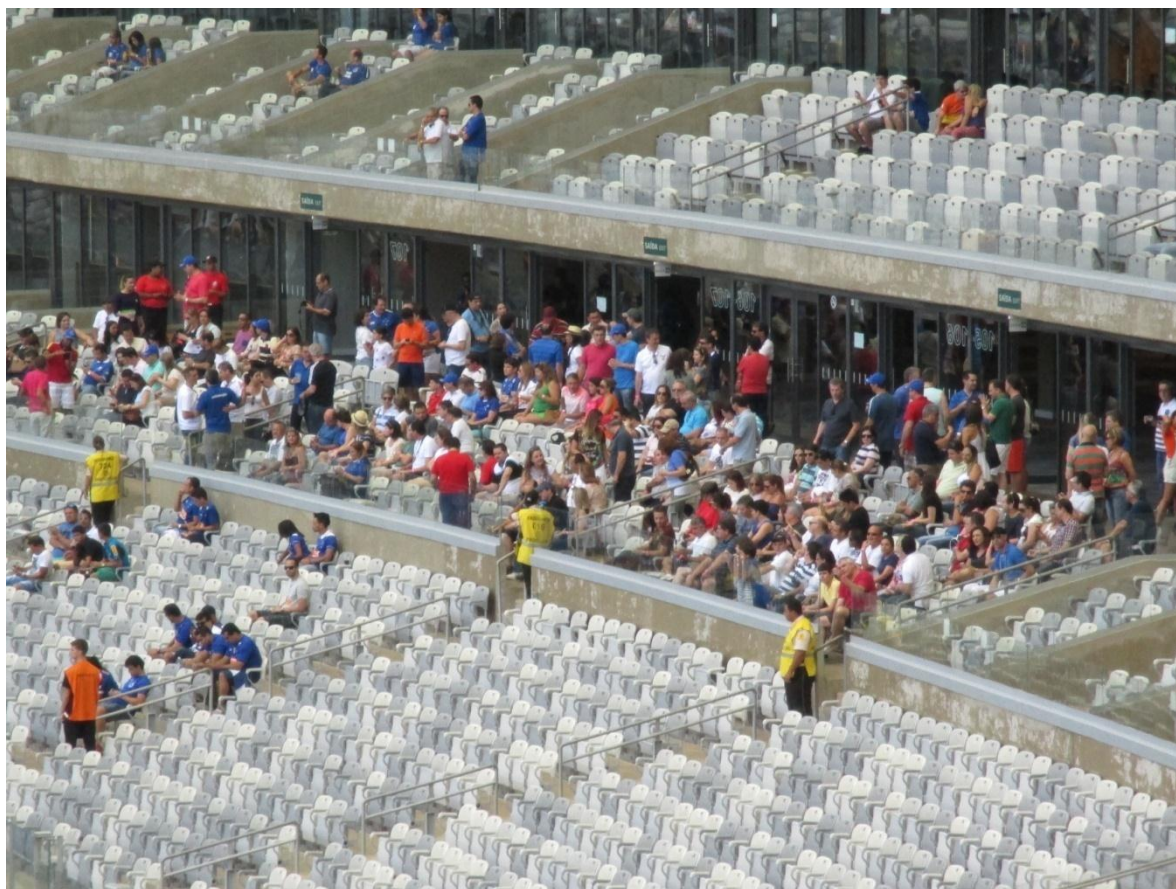
A partir desta nova concepção de estádio, o acesso ao futebol torna-se controlado por variáveis econômicas de seus torcedores, favorecendo a presença de um público cujo interesse principal seja o consumo, assim, adquire-se uma nova identidade de torcedor através de um conjunto despersonalizado de relacionamentos orientados para o mercado (GIULIANOTTI, 2012).

Neste cenário, acredita-se que possa haver também aumento da presença do torcedor visitante.¹¹⁸ Ressalta-se que, neste caso, podem existir duas motivações¹¹⁹ distintas, pois existem os grupos de torcedores que viajam exclusivamente por conta de uma partida de futebol, mas existe também outro tipo de público – cuja motivação principal da viagem não é o futebol – que aproveita o seu tempo de permanência em determinada cidade – onde há uma programação esportiva – para ir ao estádio ver um jogo. Sobre esta segunda tendência, destaca-se a contribuição das novas arenas brasileiras, que vêm multiplicando a sua notória vocação para a atividade turística ao se reforçarem como parte significativa de muitas destinações.

¹¹⁷ Atualmente, tem sido comum o caso de torcidas organizadas suspensas preventivamente dos estádios. Em casos extremos, discute-se até mesmo a banição de torcidas tidas como “problemáticas”.

¹¹⁸ No campo do turismo, o conceito de visitante abarca tanto a categoria turista quanto a categoria excursionista. Assim, considera-se visitante qualquer pessoa que viaja para qualquer lugar fora do seu ambiente habitual por menos de doze meses consecutivos e cujo motivo principal da visita não seja o de exercer uma atividade remunerada no local visitado; turista é o visitante que permanece, pelo menos, uma noite no local visitado; e excursionista é a pessoa que não permanece nem uma noite (CARVALHO; LOURENÇO, 2009).

¹¹⁹ Na seção que tratará especificamente sobre o turismo futebolístico, serão discutidos – mais detalhadamente – os aspectos motivacionais relacionados ao visitante esportivo.

FIGURA 11 – Grupo de turista em visita ao “novo” Mineirão¹²⁰

Fonte: Autor da pesquisa (2015)

Portanto, seja qual for a motivação principal que leva o torcedor visitante a ir ao estádio, haverá sempre a necessidade de consumo de bens e serviços vinculados ao espetáculo esportivo, assim como também se fará necessário o consumo de serviços turísticos, como, por exemplo, bares e restaurantes, transportes e meios de hospedagem – no caso de turistas. Assim, as novas arenas podem contribuir para o fomento da prática do turismo que envolve o futebol, já que este tipo de turismo também recai sobre a égide mercadológica, uma vez que se torna uma prática intrinsecamente associada às demandas do espetáculo e consumo esportivo, pois o turismo, enquanto atividade promotora de lazer, entretenimento e fuga do cotidiano, envolve dividendos econômicos para usufruí-lo, assim como na atividade esportiva.

¹²⁰ Imagem feita no jogo entre Cruzeiro vs. Criciúma, válido pelo Campeonato Brasileiro de 2015. Nota-se, pela imagem, que este grupo de torcedores ocupou os setores destinados aos camarotes (onde se tem os ingressos mais caros do estádio).

3.3 A Copa do Mundo em Belo Horizonte – o “novo” Mineirão e as transformações no espaço urbano da capital mineira com foco na atividade turística na Pampulha

O debate que vem sendo discorrido ao longo deste capítulo busca enfatizar o processo de transformação do futebol brasileiro em um negócio mercadológico, sobretudo, a partir do contexto da organização da Copa do Mundo de 2014, quando se entende que este cenário tornou-se mais explícito, em decorrência, principalmente, da proliferação das arenas multiuso pelo país, já que neste novo modelo de estádio privilegia-se a presença de um tipo de torcedor mais rico – o torcedor cliente – em detrimento do torcedor de menor poder aquisitivo.

Dentro desta concepção de torcedor cliente insere-se o torcedor visitante, pois as arenas multiuso passam a desempenhar um duplo papel, destacando-se não apenas como equipamento esportivo, mas também como atração turística das principais capitais brasileiras onde estes novos modelos de estádios floresceram. De acordo com Pinheiro (2012), grande parte do apelo de um estádio como atrativo turístico é seu potencial de fornecer ao visitante uma experiência real do esporte, assim, a sua natureza global – principalmente o futebol – contribui para que os locais em que sejam praticados tornem-se ícones simbólicos, atraindo turistas para si de modo semelhante às atrações tradicionais. No atual momento do futebol brasileiro, acredita-se que este cenário se multiplique rapidamente, uma vez que os aspectos em relação ao conforto, segurança e consumo –intrínsecos às arenas multiuso – podem se somar à motivação de se vivenciar a experiência de um espetáculo futebolístico *in loco*.

De acordo com Arruda (2009, p. 35), “o estádio enquanto ícone, cria um incentivo às visitas à cidade, aumentando as receitas através do turismo, e pode inclusive potencializar o desenvolvimento urbano”. Pensando estritamente na capital mineira, torna-se relevante analisar as contribuições que o “novo” Mineirão trouxe para a consolidação da Pampulha enquanto produto turístico, já que os estádios vêm assumindo papéis simbólicos de grande destaque na cultura global contemporânea, servindo como representação das identidades culturais de programas de desenvolvimento urbano em diversas cidades do mundo.

Conforme foi visto no capítulo anterior, a história de Belo Horizonte é marcada por diversas transformações urbanas na paisagem da cidade – inclusive, foi diante de um ousado projeto de reestruturação urbana que a Pampulha emergiu como espaço de lazer e de

turismo. Segundo Campos e Silva (2013), a realização da Copa do Mundo inaugurou um novo momento no contexto urbano da capital mineira, no qual o processo de desenvolvimento priorizou a reinvenção da cidade para um mercado mundial.

A reestruturação das cidades é, ao mesmo tempo, econômica, espacial e simbólica, pois envolve a realização dos interesses globais sobre o espaço urbano e constitui modos de afirmação da hegemonia capitalista em seu estado atual. Por isso, o esforço político de alguns prefeitos e governos de cidades em vender o sucesso e promover a reinvenção dos lugares guarda relações com o mercado global de cidades. Esse esforço dos governos também está orientado pela necessidade de dar visibilidade internacional a seus projetos e ações urbanas, visando um trânsito notável junto às agências multilaterais – que, por sua vez, garantirão futuros financiamentos para novos projetos. A construção de imagens-modelo e a conquista de expressão no mercado de cidades torna-se fundamental nesse contexto (SÁNCHEZ, 2003).

Esta lógica condiz com o ideário do próprio megaevento – de ser bastante lucrativo para a FIFA e para os demais agentes privados parceiro desta entidade – que trata as cidades como uma mercadoria que precisa possuir algum atrativo para receber investimento. Em relação à capital mineira, o aspecto determinante na sua escolha como cidade-sede foi o fato da cidade ser um dos principais centros hegemônicos do futebol brasileiro, onde este esporte representa um dos símbolos identitários da mineiridade, sendo o Mineirão, a expressão manifesta deste sentimento.

Não obstante, para se adequar ao chamado “padrão FIFA”, o Mineirão teve que passar por um projeto de modernização moldado em um “novo modelo de planejamento e gestão de cidades, calcado na lógica do mercado” (MASCARENHAS, 2008, p. 195). Para poder cumprir as determinações da FIFA, a reforma do estádio engendrou uma série de intervenções urbanas na cidade, principalmente, na região do seu entorno.

Assim, apesar deste estudo não ter como objetivo investigar a prática do turismo futebolístico realizada durante a Copa é necessário analisar as exigências da FIFA para a realização deste megaevento relacionadas às intervenções urbanas voltadas para a ampliação e melhoria da oferta turística da capital mineira, destacando-se a Pampulha – região de maior interesse turístico da cidade e onde se localiza o Mineirão –, pois o cumprimento das ações demandadas por esta entidade tende a se tornar o principal legado¹²¹ da Copa em termos

¹²¹ Preuss (2008) diferencia impacto de legado. Para ele, enquanto o primeiro ocorre apenas durante o período de realização do evento, o segundo pode surgir a partir do impacto anterior, cujos efeitos são sentidos em momento

turísticos para Belo Horizonte, possibilitando o fomento do turismo futebolístico – praticado não apenas durante a Copa, mas durante toda a temporada regular (competições regionais, nacionais e continentais)¹²² – e gerar números expressivos de visitantes interessados em conhecer o “novo” Mineirão e os demais atrativos turísticos da Pampulha e em consumir os diversos tipos de serviços turísticos ofertados na localidade.¹²³

Para a capital mineira adequar-se às exigências da FIFA, o poder público local teve que executar suas ações “conforme compromissos firmados em um documento denominado Matriz de Responsabilidades para Belo Horizonte” (GOMES *et al.*, 2014, p. 200). A Matriz de Responsabilidades tratou das áreas prioritárias – chamadas também de áreas estratégicas – de infraestrutura, como: aeroporto, arena, energia, mobilidade urbana, saúde, segurança, telecomunicações e turismo. Este instrumento teve por objetivo definir as responsabilidades de cada um dos seus signatários (União, Estados, Distrito Federal ou Municípios) para a execução das medidas conjuntas e dos projetos imprescindíveis para a realização deste megaevento (BRASIL, 2010).

Concomitantemente à Matriz de Responsabilidades,

o Estado de Minas Gerais em parceria com a Prefeitura Municipal de Belo Horizonte, lançou o **Planejamento Estratégico Integrado** que tem por objetivo criar ferramentas de gestão que levem à utilização eficaz dos recursos necessários à implementação dos projetos necessários a realização da Copa em Belo Horizonte (CAMPOS; SILVA, 2013, p. 11, grifo nosso).

Os 54 projetos executados através do PEI, considerados de grande impacto para a cidade (CAMPOS; AMARAL, 2013), foram ajuntados em grupos temáticos denominados de infraestrutura esportiva; mobilidade; turismo e rede hoteleira; comunicação e *marketing*; utilidade pública e requisitos da FIFA. Percebe-se, portanto, que os grupos temáticos do PEI reforçaram as exigências da FIFA em áreas prioritárias, como, por exemplo, arena, turismo e mobilidade urbana.

Antes de detalhar a Matriz de Responsabilidades e o PEI através da área prioritária e do grupo temático concernente ao turismo – e as demais áreas e grupos que

posterior. “O termo legado é um conceito complexo e possui múltiplos significados, mas, em uma definição reducionista, podemos entendê-lo como heranças duradouras e positivas” (LAGES, 2012, p. 35).

¹²² Fagundes *et al.* (2013) ressalta que os investimentos feitos para a realização da Copa do Mundo deveriam considerar não apenas este megaevento, mas também o futuro desses locais (as arenas e as cidades de forma mais ampla).

¹²³ O inventário da oferta turística da região da Pampulha segue como parte anexa deste trabalho.

apresentam implicações diretas com este fenômeno – torna-se necessário elucidar os projetos que motivaram a modernização do Mineirão.

O documento oficial que materializa o instrumento denominado de Matriz de Responsabilidades, na sua cláusula terceira, alínea I, inciso II afirma que compete ao Estado e ao Município, sem prejuízo da repartição de atribuições, executar e custear as intervenções associadas aos estádios e seus entorno (BRASIL, 2010). Em cumprimento a esta prerrogativa, o PEI tratou do processo de modernização do Mineirão através do grupo temático denominado infraestrutura esportiva.

Em relação a este grupo temático, destaca-se, primeiramente, o projeto que esteve atrelado ao eixo estratégico infraestrutura.¹²⁴ O projeto “Modernização do Mineirão” – executado pelo Governo de Minas Gerais – previa a “modernização do Mineirão com vista a adequações de infraestrutura para a Copa 2014, promovendo a sustentabilidade¹²⁵ após o evento” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 30).

O projeto que deu origem ao “novo” Mineirão¹²⁶ constituiu-se de uma esplanada com 80 mil m²; estacionamento com capacidade para 2,5 mil veículos; área para imprensa equipada com mesas; computadores e telefones; cobertura especial com sistema autolimpante; iluminação inteligente; acesso rápido por catracas eletrônicas; geração de energia por painéis fotovoltaicos; 64 mil lugares e 80 camarotes; área de 7 mil m² destinada a atividade comercial (MINAS GERAIS, s/d). Na imagem abaixo tem-se a visão panorâmica do “novo” Mineirão, abarcando o interior do estádio, a parte externa –esplanada – e, ao fundo, o Mineirinho e a Lagoa da Pampulha.

¹²⁴ Ressalta-se que todos os grupos temáticos do PEI foram divididos em dois eixos estratégicos específicos: “infraestrutura” e “pré-operação”. Tais eixos apresentam um ou mais projetos vinculados ao objetivo específico de cada grupo temático, no entanto, serão elucidados apenas os projetos que apresentam coerência com o objetivo de investigação deste estudo. É importante dizer que as responsabilidades concernentes ao Governo do Estado de Minas Gerais e à PBH aparecem explicitadas nestes eixos.

¹²⁵ Esta diretriz é importante, pois, nota-se – ao menos no discurso – uma preocupação com a sustentabilidade do estádio para além do megaevento. O discurso de um estádio sustentável – no caso do “novo” Mineirão – é mais um requisito que se soma aos aspectos de conforto e segurança mencionados anteriormente quando se problematizou a respeito da proliferação das arenas multiuso pelo país.

¹²⁶ O “novo” Mineirão foi reinaugurado no dia 3 de fevereiro de 2013, no clássico entre Cruzeiro e Atlético, válido pela primeira rodada do Campeonato Mineiro daquele ano.

FIGURA 12 – Visão panorâmica do “novo” Mineirão

Fonte: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Novo_mineir%C3%A3o_a%C3%A9rea.jpg
(Acesso em: 20/02/2015.)

Para viabilizar o projeto, optou-se por um modelo de negócio que privilegiou a modernização da infraestrutura e, em consonância com as problematizações que foram aclaradas anteriormente sobre o processo de proliferação das arenas multiuso no país, buscou-se o mais alto padrão internacional de operação do estádio, com conforto e segurança e, principalmente, inovando na visão comercial ao tratar o torcedor como cliente (SILVA; CAMPOS, 2013).

Já sobre o eixo estratégico pré-operação, enfatiza-se o projeto “Modelo de Gestão do Mineirão” – cuja responsabilidade de execução também foi do Governo do Estado de Minas Gerais – que dizia respeito ao desenvolvimento de um “modelo de gestão¹²⁷ do Mineirão, com foco na sua sustentabilidade após a Copa de 2014” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 31).

De acordo com Villano *et al.* (2008) *apud* Gomes (2014), o projeto de modernização do Mineirão inseriu-se nos impactos da Copa do Mundo no contexto urbano da

¹²⁷ Para saber mais sobre o novo modelo de gestão do Mineirão, ver o trabalho de Xavier (2014), cujo título é “O estado democrático de direito subsidiário e as parcerias público-privadas: o estudo de caso do complexo do Mineirão”.

cidade de Belo Horizonte. Tais impactos são decorrentes da implantação de estruturas primárias – Esporte e Lazer (estádios, arenas, instalações especiais), secundárias – Habitação e Recreação (centro de imprensa e mídia, instalações de treinamento e parques) e terciárias – Tráfego e Obras (aeroporto, transporte de massa, estradas, hotéis, atrações, lixo, telecomunicações e etc.).

É importante destacar que as estruturas primárias e algumas secundárias são construídas especificamente para o megaevento programado, enquanto as terciárias contemplam estruturas já existentes ou previstas no planejamento urbano da cidade, todavia, embora as ações do setor terciário já estivessem previstas no âmbito do planejamento urbano, independentemente da realização do megaevento, as obras de ampliação da infraestrutura existente e a modernização dos serviços foram antecipadas e potencializadas pela Copa de 2014 (GOMES *et al.*, 2014).

Assim, torna-se importante elucidar as intervenções para o setor terciário – principalmente no turismo e nas demais áreas que apresentam implicações sobre este fenômeno – que estavam previstas para serem antecipadas e potencializadas em razão da capital mineira ter sido escolhida como cidade-sede da Copa. Serão discutidas as ações que abarcaram a região da Pampulha de maneira direta e indireta, tratadas no âmbito de documentos específicos sobre a Copa – Matriz de Responsabilidades e PEI – que dialogam com os documentos os foram analisados no capítulo anterior (leis, planos e programas municipais).

A área prioritária do turismo foi tratada na Matriz de Responsabilidades de maneira superficial, pois o texto contido no documento oficial deste instrumento dizia respeito apenas à responsabilidade do poder público com relação às ações de infraestrutura específica¹²⁸, inclusive, não havendo nenhuma especificidade entre as doze cidades-sede. Conforme foi dito anteriormente, a infraestrutura turística é composta por equipamentos construídos pelo interesse principal de servir aos turistas. Pode-se citar, como exemplo desta

¹²⁸ Para que o turismo possa desenvolver, além da infraestrutura específica – chamada também de infraestrutura turística –, o destino deve oferecer uma infraestrutura básica adequada. Segundo Lohmann e Panosso (2008, p. 381-382), a infraestrutura básica “abarca todos os equipamentos que servem não só às necessidades dos residentes, mas também dos turistas, não importando se a sua construção foi responsabilidade do poder público ou da iniciativa privada, ou se ambos desenvolveram juntos o projeto. São exemplos de infraestrutura básica: estradas, pontes, viadutos, elevados, sinalização rodoviária, estradas de ferro, rodoviárias, aeroportos, portos, telefonia fixa e móvel, TV a cabo e internet, coleta e tratamento de esgoto, água tratada e encanada, energia elétrica e iluminação em lugares públicos, limpeza de logradouros públicos e transporte urbano, entre outros. Apesar desses equipamentos serem classificados como básicos, sem eles é bem provável que o turismo não se desenvolva”. Alguns desses elementos que compõem a infraestrutura básica estiveram na pauta das exigências da FIFA e serão analisados no contexto das áreas prioritárias que apresentam implicações sobre o turismo.

categoria, os serviços turísticos de hotéis e bares/restaurantes, além dos “parques e praças públicas, museus, juntamente com estradas que levam a atrativos turísticos, e portos, em lugares de grande fluxo, entre outros” (LOHMANN; PANOSSO, 2008, p. 383).

Ainda de acordo com estes autores, pode-se considerar que as exigências da FIFA a respeito da infraestrutura turística, de certa maneira, fizeram sentido, uma vez que essas ações, geralmente, são responsabilidade dos governos. Dessa forma, abordando-se especificamente a capital mineira, esta demanda da FIFA veio potencializar as prerrogativas contidas na legislação municipal e nos planos e programas elucidados no capítulo anterior. Como forma de subsidiar as ações em relação à infraestrutura turística previstas na Matriz de Responsabilidades, destaca-se o PEI e o seu grupo temático “Turismo e Rede Hoteleira”, designadamente através de alguns dos projetos que compõem o eixo estratégico “infraestrutura”.

Primeiramente, enfatiza-se o projeto intitulado “Rede Hoteleira”, cuja responsabilidade foi compartilhada entre o Governo do Estado de Minas Gerais e a PBH. No texto de descrição deste projeto, nota-se a intenção de “atrair investimentos de forma a **ampliar a infraestrutura de rede hoteleira e dos centros de convenções em Belo Horizonte**” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 34, grifo nosso).

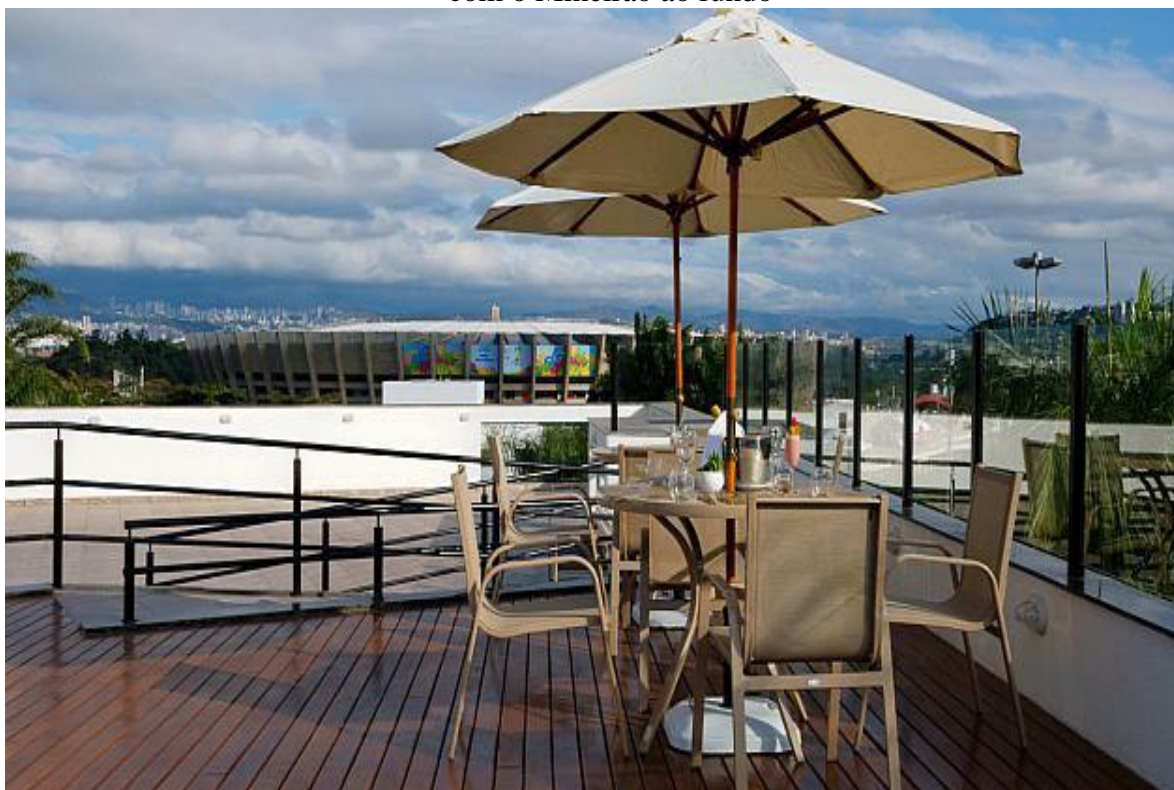
Neste aspecto, tratando-se especialmente sobre a questão de hotéis na região da Pampulha, é importante fazer algumas observações. Destaca-se, inicialmente, que, com a realização da Copa do Mundo, Belo Horizonte teve um acréscimo de 26%¹²⁹ na sua rede hoteleira, tendo o maior investimento ocorrido na Pampulha, em locais próximos ao Mineirão e aos demais atrativos turísticos da região. O aumento no número de hotéis na Pampulha potencializou a prerrogativa da Lei nº. 9.959/2010 que previa o incremento da atividade hoteleira nesta região, tendo em vista o objeto do poder público municipal em fomentar o turismo na localidade.

Neste cenário, é importante destacar que “o setor de hospitalidade tem papel fundamental no crescimento do turismo nas últimas décadas, possibilitando a permanência do turista na localidade visitada e atendendo aos mais diversos segmentos da demanda” (CRUZ; BORGES, 2006, p. 273). Assim, pode-se considerar a ampliação da rede de hotéis na Pampulha como um legado deste megaevento, pois, após a Copa, os novos estabelecimentos puderam atender uma demanda mais diversificada, sobretudo, o turista esportivo, com

¹²⁹ Informações obtidas através do sítio eletrônico do Ministério do Turismo – Mtur. Para ver a reportagem na íntegra, acessar o endereço eletrônico do Mtur. Disponível em: <http://blog.turismo.gov.br/11-o-ministerio/381-belo-horizonte-tera-aumento-de-26-na-rede-de-hoteis.htm>. (Acesso em: 23/02/2015.)

destaque para o torcedor envolvido com a temporada regular do futebol, ou seja, aquele público que viaja motivado em razão dos jogos que acontecem pelas competições regionais, nacionais e continentais.

FIGURA 13 – Imagem ilustrativa de um dos hotéis inaugurados para Copa do Mundo, com o Mineirão ao fundo



Fonte: http://www.panhoteis.com.br/admin/redacao/fotos_lote3/bristol_mineirao.jpg
(Acesso em: 25/02/2015.)

Além do incremento da rede hoteleira, com proeminência para os empreendimentos da cadeia nacional e internacional¹³⁰, a Copa do Mundo também engendrou um significativo aumento do número de albergues/*hostels* na região da Pampulha. O acréscimo deste tipo de estabelecimento cumpre a prerrogativa do Plano Diretor Municipal que diz respeito à responsabilidade do poder público em estimular novas alternativas de hospedagem para atendimento de um segmento de mercado de baixa renda, pois, segundo Lohmann e Panosso (2008, p. 404), este tipo de estabelecimento comercial proporciona

¹³⁰ Para cumprir as exigências da FIFA em termos de infraestrutura, a PBH promulgou a Lei n.º. 9.952/2010. Tratando-se de aspectos mais amplos concernentes à saúde, turismo e negócios, essa lei objetivou “o fomento à implantação de estabelecimentos culturais, hospitalares e **hoteleiros** no município, de forma a atender à demanda decorrente do evento Copa do Mundo FIFA Brasil 2014” (BELO HORIZONTE, 2010, p. 1, grifo nosso). Evidencia-se tal lei, pois suas diretrizes somam-se às prerrogativas do PEI.

acomodações coletivas ou privadas de baixo custo, onde geralmente os hóspedes possuem várias áreas em comum, tais como banheiros, cozinha e sala de estar. Ainda que voltado notadamente para o segmento de mochileiros e do público jovem, os albergues cada vez mais têm ampliado o seu público-alvo. A principal vantagem do albergue é que ele proporciona uma maior integração entre os hóspedes, o que pode ser uma forma interessante de tornar uma viagem menos solitária. Apesar do baixo custo associado aos albergues, muitos oferecem serviços mais sofisticados, tais como piscinas ou discotecas, entre outros.

FIGURA 14 – Presença de torcedores em um *hostel* conjugado com bar e restaurante na orla da Lagoa da Pampulha¹³¹



Fonte: Autor da pesquisa (2014)

Além da questão da infraestrutura turística relacionada ao incremento da rede hoteleira, destacam-se outros dois projetos do PEI associados também ao grupo temático específico do turismo e ao eixo estratégico da infraestrutura. Com o propósito de melhorar a qualidade do sistema de informação turística do município, ressalta-se, primeiramente, o projeto denominado “Atendimento ao Turismo” – este projeto estava previsto para ser

¹³¹ Este equipamento em destaque é exemplo de um tipo de estabelecimento que se multiplicou com o advento da Copa. Estes estabelecimentos desempenham uma dupla função, pois servem de meio de hospedagem, e ainda, possuem serviço de bar e restaurante (geralmente já existentes antes do serviço de hospedagem). O exemplo ilustrado foi inaugurado para atender ao público da Copa do Mundo, mas continua em atividade mesmo após a realização do megaevento. Situa-se na orla da Lagoa da Pampulha, a poucos metros da Igreja de São Francisco de Assis e do Mineirão.

executado através de uma parceria entre o Governo do Estado de Minas Gerais e a PBH. O projeto supracitado tinha como propósito “desenvolver ações para **melhoria da infraestrutura e dos serviços de informações** com foco no atendimento ao turista, levando em consideração a demanda da Copa 2014” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 34, grifo nosso).

Para cumprir esta prerrogativa, no que tange especificamente sobre a Pampulha, estava previsto para ser inaugurado até a Copa do Mundo, o CAT Dino Barbieri. *A priori*, a criação desse novo CAT visava atender às exigências da FIFA em relação à adequação da infraestrutura turística da cidade, mas também estava ligada a uma demanda do próprio município, presente nos objetivos do Programa BH Metas e Resultados quanto do Programa de Trabalho da Belotur 2014. Assim, mesmo não tendo sido inaugurado a tempo para a Copa do Mundo – conforme foi visto no capítulo anterior – esta obra foi idealizada em razão deste megaevento, assim, quando inaugurado, pode-se ainda considerá-lo como um legado turístico da Copa.

Finalmente, é importante evidenciar o projeto intitulado “atrativos turísticos” – de responsabilidade da PBH. O objetivo deste projeto era “**revitalizar e ampliar as atrações turísticas do Município** de Belo Horizonte, patrocinando e incentivando a adoção de projetos que garantam a atração permanente de turistas” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 34, grifo nosso). Especialmente em relação à região da Pampulha, tais diretrizes também se mantiveram em consonância com as intervenções abarcadas pelo PDITS/BH, pelo Programa BH Metas e pelo Programa de Trabalho da Belotur 2014. Neste sentido, as ações do poder público foram, de fato, antecipadas e potencializadas em decorrência da organização da Copa do Mundo.

Sobre o que trata este texto do PEI, destaca-se a preocupação em manter a atração permanente de turistas interessados em visitar os atrativos turísticos revitalizados e ampliados em razão da realização da Copa. Acredita-se que o turismo futebolístico praticado durante a temporada regular pode contribuir neste sentido, pois, diferentemente de outros segmentos do turismo, o turismo futebolístico não apresenta sazonalidade¹³², uma vez que, no Brasil, as competições em nível regional, nacional e continental acontecem de forma permanente.

Além das questões tratadas no cerne da especificidade do fenômeno turístico, o PEI e a Matriz de Responsabilidade apresentaram, respectivamente, outros grupos temáticos e áreas prioritárias importantes, com implicações diretas e indiretas no desenvolvimento urbano

¹³² A discussão a respeito do turismo futebolístico e a questão da sazonalidade será apresentada na seção específica sobre o turismo esportivo.

e turístico do município de Belo Horizonte. Neste sentido, enfatizam-se os aspectos concernentes à mobilidade urbana, pois, como já foi dito anteriormente, o transporte configura-se como elemento essencial do produto turístico.

De maneira geral, buscando ampliar e melhorar o acesso ao município, o PEI – através do grupo temático “mobilidade” e do eixo estratégico “infraestrutura” – elaborou dois projetos complementares intitulados de “Acesso a Belo Horizonte”. O primeiro¹³³, de responsabilidade do Governo de Minas Gerais, teve como objetivo “realizar obras de mobilidade urbana visando à melhoria do acesso à cidade de Belo Horizonte, às cidades turísticas de Minas Gerais e potenciais *Base Camps*¹³⁴ para atender a demanda de tráfego durante a Copa 2014” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 32).

É importante enfatizar que tais intervenções foram adiantadas e potencializadas em decorrência da realização da Copa, pois se mantiveram em consonância com o PDITS/BH, que já previa melhorias nas condições de acesso ao município. Apesar do texto referente à descrição do projeto supracitado dizer que o objetivo era atender ao público específico da Copa, tais benfeitorias tornam-se legados do megaevento, inclusive, com efeitos sobre o turismo, pois as estradas rodoviárias de acesso à cidade são consideradas infraestrutura básica de apoio ao turismo e sem elas é provável que o turismo não se desenvolva.

Não obstante, as estradas podem ser parte tanto da infraestrutura básica quanto da infraestrutura específica. Neste segundo caso, destacam-se as estradas que dão acesso aos atrativos turísticos da cidade. Pensando neste aspecto, o PEI – através do mesmo grupo temático e eixo estratégico mencionado anteriormente e em consonância com as diretrizes tratadas no PDITS/BH e no Plano Diretor da Pampulha – abarcou dois projetos visando melhorar o acesso direto e indireto ao Mineirão.¹³⁵ Tais intervenções de mobilidade urbana

¹³³ O outro projeto – de responsabilidade da PBH – teve como objetivo “criar e revitalizar terminais rodoviários para a melhoria das condições de acesso a Belo Horizonte” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 32). Sobre tais intervenções, a PBH previa ampliar o Terminal Rodoviário Governador Israel Pinheiro – inaugurado no ano de 1971 e considerado impróprio para receber o fluxo atual – e a construção de um novo terminal, o Terminal Rodoviário São Gabriel. Todavia, nenhuma das intervenções previstas aconteceu em tempo hábil para servir à demanda da Copa, inclusive, até o mês de março de 2015, o Terminal Israel Pinheiro continuava apresentando sérios problemas relacionados à infraestrutura e o Terminal São Gabriel ainda continuava em obras.

¹³⁴ *Base Camps* refere-se às cidades que serviram de sede para a preparação de alguma seleção durante a Copa, como, por exemplo, Sete Lagoas, que recebeu a seleção do Uruguai.

¹³⁵ Ambos são projetos de responsabilidade da PBH, tinham os respectivos títulos: “Acesso Direto ao Mineirão” e “Acesso Indireto ao Mineirão”. Seus objetivos eram a realização de obras de mobilidade urbana visando à melhoria do acesso direto e indireto ao Mineirão para atender à demanda de tráfego durante a Copa de 2014 (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009).

fizeram parte das ações previstas na Matriz de Responsabilidades¹³⁶ que foram potencializadas como consequência da Copa do Mundo e tornaram-se também legados deste megaevento.

Nesse conjunto de intervenções, destaca-se a implantação do BRT na Avenida Antônio Carlos, pois este corredor possibilitou a ampliação e a melhoria do acesso à região da Pampulha, e, por conseguinte, ao Mineirão e aos demais atrativos turísticos da localidade. No sentido de melhorar o acesso ao estádio em dias de jogos, recentemente, a PBH criou uma linha MOVE¹³⁷ específica para atender aos torcedores que vão aos jogos.¹³⁸ Acredita-se que esta medida seja de suma importância, uma vez que facilita o deslocamento do torcedor que mora na cidade e ajuda também no deslocamento dos torcedores visitantes que se hospedam na região centro-sul da cidade.

FIGURA 15 – Linha MOVE Mineirão levando torcedores do Cruzeiro para o estádio



Fonte: PBH. Disponível em:

http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/images.do?evento=imagem&urlPlc=2014_11_03_torcedores_aprovam_nova_linha_move_adao_de_souza_530px.jpg

¹³⁶ As intervenções na mobilidade urbana previstas na Matriz de Responsabilidade foram: BRT: Antônio Carlos/Pedro I; corredor Pedro II e obras complementares nos BRTs Antônio Carlos/Pedro I/Cristiano Machado; BRT: área central; expansão da central de controle de trânsito; Via 120 (ligação Via Minério/Tereza Cristina); Via 710 (Andradas/Cristiano Machado); BRT: Cristiano Machado e Boulevard Arrudas/Tereza Cristina.

¹³⁷ MOVE é o nome dado ao BRT na cidade de Belo Horizonte.

¹³⁸ Informação obtida de acordo com o site oficial da PBH. Disponível em:

<http://www.bhtrans.pbh.gov.br/portal/page/portal/portalpublico/Temas/Noticias/Nova%20linha%20MOVE%20reforma%20atendimento%20em%20dias%20de%20jogos%20no%20Min.> (Acesso em: 26/02/2015.)

(Acesso em: 26/02/2015.)

Ainda em referência ao PEI, além do grupo temático destinado às questões da mobilidade urbana, destaca-se o grupo temático “Utilidade Pública” através do eixo estratégico “infraestrutura”. Esse grupo temático deve ser destacado, pois alguns de seus projetos objetivaram concretizar uma preocupação latente por parte do poder público municipal que é a recuperação ambiental da Lagoa da Pampulha – principal cartão postal da cidade.

O projeto “Intervenções Ambientais” – de responsabilidade do Governo de Minas Gerais – objetivou “realizar obras de meio ambiente, promovendo **ações de despoluição da Lagoa da Pampulha** e desenvolver projetos sustentáveis nas unidades de conservação” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 38, grifo nosso). Já o projeto que coube à PBH complementar ao projeto supracitado e que recebeu o mesmo nome, previa também executar ações para a despoluição da lagoa e “a compensação das emissões de gases provenientes do evento Copa 2014” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 38). Todavia, mesmo o PEI reforçando as prerrogativas contidas na legislação municipal e nos planos e programas aclarados anteriormente, o cenário de degradação ambiental da lagoa ainda persiste.

Por fim, através de uma perspectiva mais ampla, abarcando o município num todo, buscou-se resgatar uma ambição antiga do poder público local que era a consolidação da capital mineira como um destino turístico. Assim, destaca-se o grupo temático “Comunicação e *Marketing*” através do eixo estratégico “pré-operação” e do projeto “Imagem de Belo Horizonte”. Com a execução deste projeto, a PBH teve a intenção de utilizar a Copa do Mundo para “divulgar a imagem de Belo Horizonte no contexto nacional e internacional, com foco na **consolidação do município como destino turístico**” (MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE, 2009, p. 37, grifo nosso). Esta ação é importante, uma vez que contribuiu para o fomento da imagem de Belo Horizonte no cenário turístico nacional e internacional, e, por conseguinte, coloca a Pampulha em evidência, já que o aumento do fluxo turístico na cidade tende a aumentar a visibilidade da região que é tratada oficialmente como espaço de lazer e turismo da capital mineira.

Ademais, todas as ações que foram destacadas anteriormente podem contribuir para o aumento do fluxo turístico proveniente do turismo esportivo, especialmente, do turismo futebolístico motivado pela temporada regular. Neste contexto, destaca-se o “novo” Mineirão – transformado num espaço predominantemente orientado pela lógica do consumo (MINAS

GERAIS; BELO HORIZONTE, s/d) – como palco do espetáculo futebolístico e a Pampulha, como o espaço turístico “que abrange um conjunto de **atrativos, equipamentos, infraestrutura e serviços** voltados para a produção e consumo turístico” (TAVEIRA; GONÇALVES, 2012, p. 39, grifo nosso).

2.4 Turismo esportivo

Na seção anterior foi discutido o processo de modernização do Mineirão e as implicações deste novo modelo de estádio na dinâmica urbana do município de Belo Horizonte, com ênfase para a questão da ampliação e da melhoria da infraestrutura turística da Pampulha. Acredita-se que, a partir deste cenário recém-inaugurado, possa haver aumento do fluxo e do consumo turístico nesta região proveniente da demanda futebolística. Assim, torna-se importante analisar o fenômeno do turismo esportivo – segmento em que se localiza o turismo futebolístico – diante de sua concepção conceitual, compreendendo as diversas ramificações que existem neste segmento, bem como as necessidades e as motivações intrínsecas ao comportamento do turista esportivo.

Não obstante, antes de aprofundar na discussão a respeito do turismo esportivo, é necessário compreender as definições acerca da segmentação do mercado turístico.¹³⁹ De acordo com Ignarra (2001, p. 78), “os critérios para segmentação do mercado turístico variam de autor para autor”, mas, grosso modo, a segmentação:

visa identificar: os motivos da viagem; a composição do grupo de viagem; o âmbito geográfico da viagem; o local da prática do turismo; o tipo de transporte e alojamento utilizado; a época e a duração da viagem; o grau de fidelidade do consumidor; os gastos, além das características do comprador como: nível de renda; características demográficas; econômicas; geográficas; e psicográficas (RABAHY, 2005, p. 153-154).

Corroborando com os principais aspectos mencionados por Rabahy (2005), Ignarra (2001) considera os seguintes critérios para se segmentar o mercado turístico: idade (turismo infantil, turismo de terceira idade etc.); nível de renda (turismo popular, turismo de luxo etc.); meio de transporte (turismo aéreo, turismo rodoviário etc.); duração da

¹³⁹ “Chamamos de mercado turístico a interação da demanda e da oferta de produtos relacionados com a execução e operacionalização das atividades que envolvem bens e serviços de viagens e afins” (LAGE; MILONE, 2000, p. 29).

permanência (turismo de curta, média e longa duração); distância do mercado consumidor (turismo local, regional etc.); tipo de grupo (turismo individual, turismo de casais etc.); sentido do fluxo turístico (turismo emissivo, turismo receptivo); condição geográfica da destinação turística (turismo de praia, turismo de montanha etc.); aspecto cultural (turismo étnico, turismo religioso etc.); grau de urbanização da destinação turística (turismo de grandes metrópoles, turismo rural etc.) e motivação da viagem (turismo de negócios, turismo esportivo etc.).

É importante ressaltar que a segmentação, além de ser uma importante estratégia de organização do turismo para fins de planejamento, gestão e mercado (BRASIL, s/d), também presta grande contribuição no âmbito acadêmico, uma vez que possibilita maior compreensão acerca da complexidade do fenômeno turístico. Dessa maneira, este estudo privilegiará o tipo de segmentação turística que foca no aspecto em relação à motivação da viagem do turista, pois é a partir deste critério que o turismo esportivo emerge como um segmento do turismo.

As concepções teórico-conceituais a respeito do turismo esportivo – assim como dos demais segmentos do turismo – submetem-se ao conceito de turismo no seu sentido mais amplo. Diversos autores que se dedicam ao estudo do turismo já buscaram conceituar o fenômeno, mas, apesar de haver várias definições que se aproximam¹⁴⁰, ainda não existe um consenso teórico. Grande parte das definições encontradas na literatura parte do conceito oficial formulado pela Organização Mundial do Turismo – OMT, que define o turismo como “o conjunto das atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens e estadas em locais fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros” (OMT, 1995, p. 1).

Dessa mesma forma, no segmento do turismo esportivo também não existe um conceito concreto. Este fato se dá, principalmente, por se tratar de um campo de investigação científica ainda recente, comparando-se com outras ciências já consolidadas. Tratando-se da literatura acadêmica nesta área, observam-se dois extremos.

¹⁴⁰ Como, por exemplo, as definições de Andrade (1999) e de Lage e Milone (2000). Andrade (1999) compreende o turismo como um conjunto de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos de indivíduos para fora de suas residências habituais com reflexo na utilização de meios de transportes, hospedagem, serviços de alimentos e bebidas, que contribui ainda para a circulação de produtos típicos e o desempenho de atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento. Este conceito reflete-se no entendimento de Lage e Milone (2000) que enxergam o turismo como uma manifestação voluntária decorrente da mudança ou deslocamento humano temporário, envolvendo alguns componentes indispensáveis: transporte, alojamento, alimentação, entretenimento, entre outros.

No contexto internacional, Higham e Hinch (2001) consideram que a relação entre esporte e turismo é um tema de crescente interesse entre a “nova” geração de pesquisadores do turismo. Concordando com estes autores, Gibson *et al.* (2003) mencionam alguns fatores que ilustram a maturação¹⁴¹ do turismo esportivo na perspectiva das publicações acadêmicas internacionais. Os autores citam, como exemplo, o aumento exponencial das pesquisas científicas desenvolvidas nessa área e a realização de conferências que se dedicam exclusivamente ao debate do tema.¹⁴²

Carvalho e Lourenço (2008) consideram que as pesquisas acadêmicas no âmbito do turismo esportivo vêm aumentando em decorrência do crescimento desta prática. Segundo esses autores, o esporte e o turismo tiveram origem na Revolução Industrial¹⁴³ e mantêm, desde essa época, uma evolução individualizada, mas com um paralelismo muito interessante. Este aspecto torna-se especialmente evidente nas últimas décadas do século XX, dando origem ao que se passou a designar, na literatura, por turismo esportivo¹⁴⁴, pois as ligações entre esporte e turismo passaram a se tornar claramente mais definidas (HIGHAM; HINCH, 2001).

Gibson *et al.* (2003), também observando o crescimento da prática do turismo esportivo, fizeram a seguinte indagação: o que mudou para fazer do esporte o motivador primário das viagens de lazer para muitas pessoas? Carvalho e Lourenço (2008), corroborando com Standeven e De Knop (1999), listam quatro fatores primordiais para explicar a ascensão desta prática de turismo: a concentração das populações em torno dos

¹⁴¹ Ainda assim, os autores fazem algumas ressalvas. Gibson *et al.* (2003) consideram que as pesquisas no âmbito do turismo esportivo ainda carecem de uma investigação mais centrada no aspecto interdisciplinar, focando na necessidade de se estabelecer um domínio que incorpore métodos de abordagem dos dois campos.

¹⁴² De acordo com Gibson *et al.* (2003), na América do Norte, as conferências que tratam especificamente do turismo esportivo começaram a ser realizadas no ano de 1986 e, desde então, vêm se tornando cada vez mais frequentes.

¹⁴³ Standeven e De Knop (1999) também concordam que, com a industrialização, aumentou a popularidade do esporte e do turismo. Os autores citam, como exemplo, o desenvolvimento dos meios de transportes como mecanismo primordial, pois se tornou possível o deslocamento de atletas para participar de competições mais distantes. Assim, antes do advento industrial era quase impossível assistir a competições fora do contexto local. Os autores recordam também da questão do aumento do nível de renda como um benefício trazido pela industrialização, já que, a partir dessas transformações, se tornou possível que mais e mais pessoas passassem a pensar em gastar seu dinheiro em viagens associadas ao fenômeno esportivo.

¹⁴⁴ Nesta concepção, fica evidente o entendimento no qual o esporte e o turismo sejam frutos da sociedade moderna e, a partir das interseções entre estes fenômenos, emerge a prática do turismo esportivo. Contudo, há de se ressaltar que os primeiros deslocamentos humanos tiveram seus princípios comprovados com o esporte, na Grécia Antiga, no ano 776 a.C., com a realização dos primeiros Jogos Olímpicos, que, embora de natureza religiosa em homenagem a Júpiter, apresentavam como seu ponto mais alto as várias competições atléticas (ANDRADE, 1999).

centros urbanos, o aumento da duração do tempo de lazer, o aumento do poder de compra da população e o desenvolvimento dos meios de transporte.

Tikander (2010) também considera o turismo esportivo como uma prática que vem apresentando grande crescimento nas últimas décadas. Arelado aos fatores elucidados por Standeven e De Knop (1999) e por Carvalho e Lourenço (2008), Tikander (2010) vê o turismo esportivo como um fenômeno em ascensão, pois, de acordo com o nível de envolvimento do indivíduo com determinada modalidade esportiva, a prática ou a assistência fora do seu ambiente habitual torna-se necessária. Nesta mesma linha, Kurtzman e Zauhar (2003) acreditam que os pontos de contato entre o esporte e o turismo têm aumentado drasticamente, impulsionados pelo fato de que o esporte e o turismo, segundo Ritchie e Adair (2002), situam-se entre as atividades de lazer mais procuradas no mundo desenvolvido.

É evidente que, no Brasil, as viagens de esportistas, torcedores e atletas têm se tornado também cada vez mais frequentes em níveis regionais, nacionais e internacionais, já que exposições, jogos amistosos, torneios e campeonatos acontecem de forma permanente, nas mais diversas modalidades esportivas (CARNEIRO, 2000), no entanto, as pesquisas na área do turismo esportivo ainda são incipientes.¹⁴⁵ Assim, justifica-se a necessidade de lançar mão de uma literatura estrangeira, pois o conhecimento científico produzido no país ainda não é o suficiente para afirmar que há uma base epistemológica capaz de subsidiar as pesquisas que são desenvolvidas no contexto local.

Até mesmo na literatura internacional – assim como no turismo de maneira geral – ainda não há um consenso teórico-conceitual¹⁴⁶ que dê conta de explicar o fenômeno do turismo esportivo em sua totalidade. As mais diversas definições encontradas na literatura partem de uma premissa fundamental – e até mesmo óbvia – que compreende o “turismo esportivo como uma inter-relação entre as áreas e não uma ruptura entre o esporte e o turismo” (PINHEIRO, 2012, p. 61), ou seja, “o turismo esportivo representa assim o corpo de

¹⁴⁵ Fazendo uma busca no diretório onde encontram-se cadastrados os grupos de pesquisas vinculados ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq com o uso das palavras-chave “turismo” e “esporte”, o resultado da pesquisa não remeteu a nenhum grupo específico que se dedica de maneira direta ou indireta à pesquisa na área do turismo esportivo. Portanto, a pouca incidência de pesquisa nessa área tende a se refletir também no âmbito do ensino e da extensão.

¹⁴⁶ De acordo com Tikander (2010), há uma falta de conceitos claros e novos conceitos emergem a todo o tempo. Na verdade, este autor acredita que a falta de um conceito claro e bem definido torna a investigação do turismo esportivo um desafio. Ainda, o autor considera que esta dificuldade preconiza um uso liberal do termo, assim, um dos principais problemas identificados é que o termo “turismo esportivo” passa a ser frequentemente usado pelo senso comum para definir algum tipo de viagem relacionada a algum tipo de esporte. Contudo, a reprodução deste termo o torna vago, pois existem muitos tipos diferentes de viagens que podem ser rotulados como turismo esportivo.

conhecimento e o conjunto de práticas onde as áreas do turismo e do esporte tornam interdependentes” (CARVALHO; LOURENÇO, 2008, p. 122).

Partindo desta fundamentação básica, encontram-se muitas definições que acabam se aproximando e outras que se distanciam em alguns aspectos específicos. Contudo, ressalta-se que, como seu objetivo não é fazer um estudo sobre o estado da arte no campo do turismo esportivo, este estudo procurará apresentar e discutir alguns conceitos que contribuem para a melhor fundamentação teórica do tema.

Para Gibson (1998, p. 41), o turismo esportivo se resume em viagens a lazer que levam indivíduos para fora de sua localidade de moradia habitual temporariamente, seja para praticar, assistir ou atividades esportivas. Nesta mesma linha de raciocínio, Kurtzman (2005) argumenta que atividades de turismo esportivo incluem um ou mais elemento físico do esporte e até mesmo a assistência de jogos esportivos de times, grupos ou indivíduos. Este autor define o turismo esportivo como o uso do esporte para fins turísticos.

Já o conceito de Hall (1992) *apud* Gibson (1998) aproxima-se das definições formuladas pelos autores mencionados anteriormente, e ainda, leva em consideração o conceito de turismo estabelecido pela OMT. Assim, o autor compreende o turismo esportivo como sendo as viagens para fora da cidade de origem dos sujeitos, para participar de atividades esportivas, seja na prática ou na assistência. Standeven e De Knop (1999) são ainda mais abrangentes, pois estes autores levam em conta a possibilidade das viagens de negócios se inserirem no contexto do turismo esportivo, uma vez que “um profissional que esporadicamente viaja para participar de um congresso ou para fechar negócio em outra localidade que não a de sua residência estará fazendo turismo” (IGNARRA, 2001, p. 25). É importante considerar este último caso, pois mesmo que o sujeito esteja viajando a negócio, ele ainda poderá preencher seu tempo livre durante a viagem com o envolvimento em alguma atividade esportiva.

De acordo com Tikander (2010), as definições que se encontram na literatura apresentam-se, muitas vezes, de maneira semelhante, abarcando, sobretudo, o aspecto em relação à necessidade do indivíduo deslocar-se para longe do ambiente habitual e a possibilidade de praticar ou de assistir a uma determinada modalidade esportiva durante o período de permanência no destino onde está visitando. Embasados nas definições que foram apresentadas anteriormente, Carvalho e Lourenço (2008) dividem a participação de turistas em atividades esportivas nas seguintes tipologias: turismo de prática esportiva, turismo de espetáculo esportivo e outros contextos turísticos esportivos. Sobre estas tipologias há que se enfatizar dois aspectos.

Observa-se que a definição proposta por Carvalho e Lourenço (2008) é mais completa, pois vai além das definições apresentadas anteriormente, que consideravam o turismo esportivo apenas como prática ou assistência à determinada modalidade esportiva. Carvalho e Lourenço (2008) exibem uma terceira possibilidade, chamada por eles de “outros contextos turísticos esportivos”. Pigeassou (2004) também formulou três tipologias para tratar da prática do turismo esportivo, porém, sobre aquilo que Carvalho e Lourenço (2008) chamaram de outros contextos turísticos esportivos, este autor denominou como turismo esportivo de nostalgia.¹⁴⁷

Outra observação a ser feita é que a segunda tipologia formulada por Carvalho e Lourenço (2008) – turismo de espetáculo esportivo – é tratada de maneira mais comum pela literatura como “turismo de eventos esportivos” (GIBSON, 1998; PIGEASSOU, 2004; KURTZMAN, 2005). Dessa maneira, neste estudo também será empregado este termo. Ressalta-se ainda que, devido ao fato da tipologia do turismo de eventos esportivos representar o interesse de investigação desta pesquisa, sua análise requer um aprofundamento mais sistemático.

Segundo Melo Neto (2001), os eventos podem ser classificados conforme a sua natureza (esportiva, cultural, ecológica, comercial etc.). Assim, destacando-se os eventos de natureza esportiva e para a melhor compreensão sobre os vários tipos de eventos que existem, torna-se necessário elucidar outras variáveis que abarcam o processo de classificação de um evento, como, por exemplo, o porte e a periodicidade.

Quanto ao porte, os eventos esportivos podem ser classificados em pequenos (até 150 participantes), médios (entre 151 e 500 participantes), grandes (de 501 a 5.000 participantes) e megaeventos (acima de 5.000 participantes). Em relação à periodicidade os eventos esportivos são classificados em permanentes, esporádicos, únicos e de oportunidade.

De acordo com a variável que classifica o evento levando em conta o seu porte, as competições regionais, nacionais e continentais – que são o objeto de investigação deste

¹⁴⁷A primeira tipologia (turismo de prática esportiva) e a segunda tipologia (turismo de evento esportivo), aparentemente, são mais claras. No entanto, o tipo de turismo denominado de turismo esportivo de nostalgia (PIGEASSOU, 2004) é mais complexo, pois “se refere a um caráter mais cognitivo da cultura esportiva, que pode estar associado a um sentido de história esportiva, de curiosidade intelectual ou de veneração, quando participantes visitam estádios esportivos, museus esportivos e *halls* da fama de esportes” (PINHEIRO, 2012, p. 64). No contexto brasileiro, este tipo de turismo tem se tornado mais em voga através do futebol, principalmente, a partir do contexto das arenas multiuso. Como exemplo, pode-se citar o caso do “novo” Mineirão que, após a reinauguração do estádio, passou a contar com um museu ligado ao futebol – Museu Brasileiro do Futebol. Além do museu, este tipo de turismo também pode ser praticado no Mineirão através das visitas guiadas dentro do estádio, que abarcam tanto a parte interna (campo) como as demais dependências (vestiários, sala de imprensa etc.).

estudo – inserem-se no contexto dos megaeventos, pois atraem um público superior a cinco mil pessoas.¹⁴⁸ Contudo, diferem dos megaeventos esportivos que possuem patentes internacionais – Copa do Mundo de Futebol e as Olimpíadas de Verão – devido ao seu nível de abrangência. A Copa do Mundo e as Olimpíadas inserem-se no contexto dos megaeventos globais, “que se realizam em escala mundial, reunindo atletas e equipes de diversos países” (MELO NETO, 2001, p. 49). Assim, podem-se chamar as competições que são abarcadas neste estudo como megaeventos não globais.

A classificação do evento conforme a variável da periodicidade também contribui para distinguir um megaevento global de outro não global. Diferentemente da Copa do Mundo e das Olimpíadas, que acontecem esporadicamente num intervalo entre quatro anos, os megaeventos não globais – especialmente no caso das competições que são envolvidas neste estudo – são tratados como eventos permanentes, pois “ocorrem periodicamente (mensalmente, semestralmente, anualmente, a cada dois anos etc.), como parte do calendário da cidade, entidades ou associações e clubes” (MELO NETO, 2001, p. 47).

Após definir o tipo de evento esportivo – megaeventos não globais de caráter permanente – que será analisado neste estudo é importante apresentar algumas definições sobre o turismo de eventos esportivos¹⁴⁹, pois esta tipologia assume diversas características que permitem fazer análises distintas e muito úteis para a compreensão do fenômeno do turismo esportivo (CARVALHO; LOURENÇO, 2008).

2.4.1 Turismo de eventos esportivos

Tikander (2010) avalia que o conceito de turismo de eventos esportivos geralmente define aqueles indivíduos que viajam para assistir a algum evento que envolve o esporte, não somente aqueles que participam de competições. Carvalho e Lourenço (2008, p. 127) complementam esta definição dizendo que o turismo de evento esportivo trata-se de um “conjunto de actividades desportivas de que usufruam os turistas enquanto espectadores

¹⁴⁸ Por exemplo, os jogos do Cruzeiro como mandante no Campeonato Brasileiro de 2014 tiveram uma média de público de 29.678 torcedores. Mesmo tratando-se do Campeonato Mineiro – competição que não possui o mesmo apelo de público que as competições nacionais e continentais –, a média de público nos jogos do Cruzeiro como mandante no ano de 2014 foi de 15.158.

¹⁴⁹ De acordo com Pinheiro (2012), esta é a tipologia do turismo esportivo mais estudada. No entanto, no Brasil, são poucos os autores que se dedicam ao estudo deste tema.

considerando-se a pessoa com este tipo de participação no turismo desportivo como o turista espectador desportivo”.

Já Higham e Hinch (2009) apresentam uma definição cunhada mais no âmbito antropológico, ao compreender a prática do turismo de eventos esportivos e as reações das pessoas a eles como as mais claras manifestações públicas de cultura e identidades coletivas em uma dada sociedade, pois o turista esportivo, em um dado momento, também se sujeita à experiência cultural do local onde está visitando. Nesta mesma linha de raciocínio, Carvalho e Lourenço (2008, p. 127) enfatizam que o turismo de eventos esportivos permite “uma proximidade sensorial e emocional com a situação real”.

Sobre as características que lhe conferem certa peculiaridade, Higham e Hinch (2001) dizem que o turismo de eventos esportivos difere-se das demais tipologias que abarcam o fenômeno do turismo esportivo, pois, muitas vezes, a participação no esporte e no turismo ocorre de forma simultânea, já que os recursos empregados na infraestrutura¹⁵⁰esportiva e turística frequentemente são partilhados – isso inclui as instalações construídas (esportivas e turísticas), transportes, serviços de alimentos e bebidas, hospitalidade etc. Assim, Standeven e De Knop (1999) acreditam que a probabilidade dos investimentos empenhados para o desenvolvimento do esporte afetar o setor do turismo – e vice-versa – é grande. Na prática, pode-se citar, como ilustração da situação exposta anteriormente, o fato de um equipamento esportivo (arena multiuso) servir tanto para o espetáculo esportivo quanto para a visita turística.

Podemos dizer que existe um conjunto de actividades que são simultaneamente turísticas e desportivas carecendo, portanto, das abordagens pluridisciplinares entre o turismo e desporto [...] Não existe uma prática que tenha deixado de ser desportiva, ou deixado de ser turística, para passar a ser turístico-desportiva (CARVALHO; LOURENÇO, 2008, p. 125)

O turismo de evento esportivo – principalmente os megaeventos não globais – também proporciona benefícios para a cidade receptora do evento. Diversos autores concordam que os megaeventos não globais de caráter permanente prestam grande

¹⁵⁰ Conforme foi visto anteriormente, para que possa haver turismo esportivo, investimentos em infraestrutura esportiva e turística tornam-se necessários. Contudo, o empenho de recursos – principalmente os públicos – é atenuado em caso de megaeventos esportivos não globais. Segundo Gibson *et al.* (2003), este tipo de evento opera dentro da infraestrutura já existente, assim, a exigência de investimento público por parte da cidade anfitriã é mínima, comparando-se com os investimentos necessários para a realização de um megaevento global, como, por exemplo, a Copa do Mundo. Quando se trata de cidades que já foram sedes de megaeventos globais, a infraestrutura construída, em grande parte, acaba se tornando legado.

contribuição para se atenuar os efeitos da sazonalidade¹⁵¹ (GIBSON, 1998; GIBSON *et al.*, 2003; HIGHAM; HINCH, 2001; KOC, 2005; SANTOS; SOUZA, 2012; RAATIKAINEN, 2013; ERDOGRU; YAZICI, 2013) – tão comum em diversas destinações.

Assim, Gibson (1998) considera o turismo de eventos esportivo como elemento capaz de contribuir para o desenvolvimento econômico de muitas destinações que sediam periodicamente algum tipo de modalidade esportiva, pois gera mais impostos e, por conseguinte, traz uma maior movimentação às cidades (SANTOS; SOUZA, 2012), dessa forma, gerando um fator multiplicador.

O aumento do fluxo turístico proveniente da demanda de eventos esportivos proporciona uma série de benefícios para o *trade turístico*, especialmente para o setor de varejo, alimentos e bebidas, hospitalidade e operados de turismo (HIGHAM; HINCH, 2001). De acordo com Ignarra (2001), o turista que participa, direta ou indiretamente, de um evento esportivo tem por objetivo, além de sua participação no evento propriamente dito, conhecer coisas novas. Mas, para isso, ele tem necessidade de consumir outro conjunto de componentes. O turista necessita de transporte, hospedagem, alimentação, entretenimento, informações turísticas, comércio local, serviços públicos, entre outros.

Devido a tais necessidades, a variável “renda e emprego” torna-se um fator determinante na formação da demanda turística que envolve a participação em eventos esportivos, pois essas variáveis “estão intimamente relacionadas e exercem importantes influências sobre o nível e a natureza do turismo demandado por um indivíduo. O turismo é uma atividade cara, que exige certo nível de renda antes que a participação seja possível” (COOPER *et al.*, 2007, p. 136).

Gibson *et al.* (2003) também concordam que o turista de eventos esportivos pode contribuir economicamente para a cidade através do consumo de diversos serviços associados à oferta turística local, assim, os autores destacam a importância de compreender o comportamento desse participante, a fim de avaliar o que ele quer de um evento e as possibilidades de atraí-los para a vivência de outras atividades na localidade. Corroborando com Gibson *et al.* (2003), Standeven e De Knop (1999) chamam a atenção para a necessidade de saber mais sobre os diferentes tipos de turistas esportivos em termos de motivações e

¹⁵¹ De acordo com Higham e Hinch (2003), a sazonalidade é uma das características mais marcantes do turismo, no entanto, paradoxalmente, é também um dos aspectos menos entendido. A grande maioria dos destinos turísticos caracteriza-se por flutuações sistemáticas no turismo ao longo do ano, apresentando-se desequilíbrios entre a oferta e a demanda turística. Em síntese, o autor considera que a sazonalidade é ocasionada por férias escolares ou dos trabalhadores, poder aquisitivo da população, variações cambiais, guerras, epidemias, distúrbios políticos, falta de segurança, moda, concorrência etc. A sazonalidade no turismo continua a ser uma barreira para o desenvolvimento e, muitas vezes, para a viabilidade operacional e econômica.

comportamentos, uma vez que os turistas do esporte diferem-se em níveis de compromisso, sejam como praticante ou espectadores.

Especialmente a respeito do turista de eventos esportivos, Tinkander (2010) considera que, normalmente, a motivação desse tipo de turista está mais associada ao esporte que à viagem, mas, na maior parte das vezes, as necessidades de viagem e de esporte se complementam. Sobre esta consideração é importante recorrer as terminologias criadas por Gammon e Robinson (2003) para identificar as inter-relações do esporte com o turismo, que seria o “turismo esportivo”¹⁵² – na sua concepção mais restrita – e o “esporte com turismo”. Neste caso, o turismo esportivo é aquele em que a participação no evento esportivo constitui-se como a motivação principal da viagem (HIGHAM; HINCH, 2001), já o esporte no turismo é definido como a assistência casual a um evento esportivo, durante o período de viagem, ou seja, a pessoa, antes de viajar, não tem conhecimento sobre a realização do evento esportivo, mas pode se tornar uma atividade durante a viagem uma vez descoberto (HIGHAM; HINCH, 2001).

De acordo com Carvalho e Lourenço (2008, p. 127),

tem-se assim uma enorme quantidade de pessoas que se deslocam tendo como objectivo principal assistir a espectáculos desportivos ou que, estando de férias com qualquer outra motivação, acabam por assistir a espectáculos desportivos que se realizam no mesmo destino turístico.

Além dessas duas possibilidades, Higham e Hinch (2001) acrescentam uma terceira. Segundo estes autores, pode haver uma combinação entre o esporte e outra(s) atividade(s). Neste caso, o acontecimento de um evento esportivo faz parte do conhecimento do turista antes da viagem para um determinado destino, mas não é um elemento vital. Assim, o planejamento de uma viagem tende a coincidir com a realização do evento.

De acordo com Higham e Hinch (2009), o tipo de comportamento do turista de eventos esportivo varia de acordo com a motivação da viagem. Ressalta-se que essas são as principais categorias apontadas pela literatura a respeito do turismo de eventos esportivos de maneira geral, contudo, de acordo com a relevância sociocultural de determinado esporte, outros tipos de motivações podem surgir, como, por exemplo, no caso do futebol.¹⁵³

¹⁵² Para não haver nenhum tipo de confusão em relação aos conceitos, o termo turismo esportivo será substituído pelo termo esporte com turismo.

¹⁵³ A discussão a respeito dos aspectos motivacionais relacionado com a prática do turismo futebolístico será apresentada na próxima seção, e, principalmente, a partir da apresentação e análise dos dados da pesquisa de campo.

Segundo Pinheiro (2012, p. 65), “alguns países podem ser comumente associados a esportes específicos, como o caso do Brasil com o futebol”. Portanto, a existência de um segmento turístico não esgota a possibilidade de se ter outros tipos de turismo, pois cada segmento

pode se subdividir em outros subsegmentos e também, os critérios de segmentação podem se cruzar criando partes menores de segmentos [...] quando o segmento de mercado é bem definido e atinge um público específico e existem poucas empresas especializadas neste tipo de turismo damos o nome de *nichos de mercado* (IGNARRA, 2001, p. 82)

Dessa forma, buscando problematizar o objeto de investigação deste trabalho, torna-se importante elucidar as características mais relevantes sobre a prática do turismo de evento esportivo que envolve a participação no futebol – o turismo futebolístico. De acordo com Raatikainen (2013), o turismo futebolístico apresenta diversas semelhanças com o turismo esportivo de maneira geral, mas também possui as suas próprias peculiaridades.¹⁵⁴ No Brasil, sabe-se que o futebol constituiu-se como um fenômeno sociocultural de grande notoriedade. Dessa forma, mesmo entendendo que este esporte cada vez mais vem sucumbindo à lógica mercadológica, ainda assim, sua abrangência enquanto atração turística requer uma análise mais cuidadosa para não correr o risco de deixar de lado as suas especificidades e acabar tratando este fenômeno de forma generalizada com as demais modalidades esportivas.

2.4.2 *Turismo futebolístico*

Erdogru e Yazici (2013) consideram o turismo futebolístico como um tipo de turismo alternativo. Segundo estes autores, nas destinações onde há a prática deste tipo de turismo, o esporte contribui para a diversificação do produto turístico local, assim, o setor turístico beneficia-se das receitas obtidas a partir desta demanda, e, por conseguinte, o futebol

¹⁵⁴ Minka (2013) cita alguns números interessantes a respeito da prática do turismo futebolístico em algumas ligas nacionais da Europa. Em 2012, mais de 900.000 visitantes estrangeiros assistiram a um jogo de futebol da Premier League (Campeonato Inglês). De acordo com este autor, os cinco países com maior número de visitas que incluem um jogo de futebol para a viagem são: Irlanda, Noruega, EUA, Espanha e Alemanha. Surpreendentemente, os noruegueses são os que mais frequentemente incluem um jogo de futebol para a sua viagem: uma em cada treze.

torna-se um elemento fundamental para o fomento do turismo. Neste aspecto, os autores ainda ressaltam a importância dos subsídios governamentais para o desenvolvimento do turismo futebolístico.

Conforme havia sido enunciado anteriormente, o futebol, devido à realização de competições que acontecem de forma permanente durante todo o ano¹⁵⁵, contribui mais do que outras modalidades esportivas – que não possuem um calendário anual completo – para a redução dos grandes desequilíbrios sazonais (KOC, 2005). Partindo deste mesmo raciocínio, Erdogru e Yazici (2013) consideram que o futebol ajuda a superar flutuações sazonais e conseguem expandir o setor de turismo ao longo de todo o ano. Assim, em muitas destinações, o turismo futebolístico tem sido uma renovação para o setor do turismo na redução dos efeitos das flutuações sazonais da demanda.

No cenário brasileiro, Paz (2006) e Pinheiro (2012) concordam que o turismo futebolístico vem experimentando um crescimento significativo, contudo, na academia ainda existem muitas lacunas a serem preenchidas. Recentemente, em decorrência da realização da Copa do Mundo de 2014, o tema futebol e turismo ocupou espaço nas discussões envolvendo diversos segmentos da sociedade, sendo quase que unânime o reconhecimento deste megaevento como um importante acontecimento com capacidade de atrair fluxos turísticos expressivos para as cidades-sedes. A partir deste contexto, a Copa suscitou diversos estudos abrangendo a inter-relação entre o futebol e o turismo, mas as competições como a Copa do Brasil, o Campeonato Brasileiro, a Taça Libertadores da América e até mesmo os jogos das finais das competições estaduais que geralmente são disputados por clássicos locais de grande rivalidade, ainda não têm despertado o interesse de muitos pesquisadores.

É importante ressaltar que tais competições fazem parte dos acontecimentos programados das cidades, assim, constituem-se em importantes atrativos turísticos (BENI, 2004). A relevância de se pesquisar a prática do turismo futebolístico a partir dessas competições, justifica-se, pois “a cada semana, no Brasil, milhares de pessoas deslocam-se das cidades onde residem devido a algum evento ligado ao futebol” (PAZ, 2006, p. 447). Acredita-se que esta prática envolvendo competições de clubes tende a crescer em decorrência das transformações acarretadas para o futebol brasileiro em razão da organização

¹⁵⁵ No Brasil, o calendário futebolístico preenche o ano quase por completo. No primeiro semestre – a partir de fevereiro – acontecem as competições regionais e, ainda, as primeiras fases da Copa do Brasil, da Taça Libertadores da América e o início do Campeonato Brasileiro. No segundo semestre – até o mês de dezembro – acontecem as fases finais da Copa do Brasil e Libertadores, além da Copa Sul-Americana e do encerramento do Campeonato Brasileiro.

da Copa, pois uma das principais implicações trazidas por esse megaevento refere-se à vivência do torcer.

Erdogru e Yazici (2013) também consideram que os campeonatos de futebol são um importante fator para o desenvolvimento do turismo. Tinkander (2010), concordando com os demais autores, ilustra a importância de uma competição de futebol como atração turística citando, como exemplo, a prática do turismo futebolístico na Inglaterra. Segundo este autor, a Premier League tem uma boa reputação em todo o mundo, pois envolve um futebol de alto nível atrelado aos aspectos de entretenimento e emoção. Assim, todos os anos, milhares de pessoas em todo o mundo viajam para a Inglaterra só para ver os jogos, dessa maneira, pode-se afirmar que a Premier League exerce um grande fator de atração turística para o país. Portanto, pensando no contexto brasileiro, é possível imaginar que as competições realizadas no país – principalmente o Campeonato Brasileiro e as Competições Continentais – também exerçam grande influência turística? As respostas para esta questão podem ser dadas a partir dos resultados da pesquisa de campo.

Assim como no turismo de eventos esportivos, de maneira geral, na prática do turismo futebolístico, os aspectos motivacionais incidem diretamente sobre o comportamento do torcedor/turista, no entanto, tais aspectos podem se demonstrar de forma mais peculiar. Dessa forma, Tinkander (2010) elaborou sete categorias abarcando as motivações e os tipos de comportamento mais comuns levando em consideração a participação de turistas em partidas de futebol: o fã do esporte; o fã social; o que está em busca de relaxamento; o turista; o atleta; o viajante em família e o que está em busca de experiência.

O *fã do esporte* viaja tendo como objetivo assistir a eventos esportivos, é emocionalmente muito envolvido com o esporte e o contato social que a viagem proporciona também é importante para este turista. O *fã social* não se importa muito com o destino ou com as atividades programadas, para este turista o importante é a oportunidade de passar um tempo com os amigos. O *que busca relaxamento* viaja com o objetivo de relaxar e escapar da rotina. O *turista* é interessado na história e nos atrativos turísticos da cidade. Para o *atleta*, a possibilidade de praticar algum esporte no destino é importante. Para o *viajante em família*, o mais importante é poder passar um tempo com seus familiares, é um tipo de turista similar ao *fã social*. Por último, o *turista que busca por experiências* está sempre em busca de novos desafios, vivências ou relaxamento (TIKANDER, 2010).

Portanto, a partir das categorias formuladas por Tikander (2010), além do tipo de turista muito envolvido com o futebol que viaja exclusivamente por conta de uma partida, considera-se também a “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 o futebol” (PAZ, 2006, p. 451).

Os autores que foram abordados nesta seção trazem importantes contribuições teórico-conceituais a respeito da abrangência e da complexidade do turismo esportivo, pois ajudam a pensar a prática deste tipo de turismo no contexto local, ou seja, no Brasil, e mais especificamente em Belo Horizonte – particularmente através do futebol. Dessa forma, a partir da discussão dos resultados da pesquisa de campo, será possível identificar aspectos que se aproximam e/ou se distanciam da literatura.

3 A PRÁTICA DO TURISMO FUTEBOLÍSTICO EM BELO HORIZONTE: APROXIMAÇÕES ENTRE O “NOVO” MINEIRÃO E A PAMPULHA

Neste capítulo serão apresentados os resultados da pesquisa de campo realizada com os torcedores visitantes em dias de jogos no “novo” Mineirão. Os dados que serão analisados e discutidos foram categorizados a partir das respostas obtidas com a aplicação do formulário, a saber: informações gerais sobre a pesquisa e os participantes; perfil socioeconômico do torcedor visitante; composição do grupo de viagem, viagens e fatores motivacionais; utilização de serviços turísticos; gastos com a viagem e consumo turístico na Pampulha e barreiras para a prática do turismo futebolístico.

3.1 Informações gerais sobre a pesquisa e os participantes

Nesta seção serão apresentadas as informações gerais sobre a pesquisa e os participantes, considerando as competições que foram abarcadas, os dias da semana e os horários dos jogos, a classificação do torcedor, os clubes e seus respectivos Estados e a localidade de moradia habitual dos torcedores visitantes.

3.1.1 Competições

A pesquisa realizada abarcou um total de vinte e quatro jogos transcorridos em cinco diferentes competições: Campeonato Mineiro (1), Campeonato Brasileiro (15), Copa do Brasil (5), Taça Libertadores da América (2) e Recopa Sul-Americana (1), ou seja, os principais torneios ao nível regional, nacional e continental. Ressalta-se que 335 torcedores participaram da pesquisa.

3.1.2 Dias e horários de realização da pesquisa

Condizente com os dias e os horários da realização das partidas, 51% dos formulários foram aplicados em jogos que aconteceram na quarta-feira; 8,4% nos jogos da quinta-feira; 10,1% nos jogos do sábado e 30,4% nos jogos do domingo. Quanto ao horário, 14,9% dos formulários foram aplicados nos jogos realizados às 16 horas; 11,9% nos jogos das 17 horas; 10,1% nos jogos das 18:30 horas; 20,3% nos jogos das 19:30 horas; 8,4% nos jogos das 20:30 horas; 6,6% nos jogos das 21 horas e 27,8% nos jogos das 22 horas.

3.1.3 Classificação do torcedor

A classificação dos torcedores adotada neste estudo refere-se às categorias *torcedor mandante*, *torcedor adversário* e *torcedor neutro*.

A categoria *torcedor mandante* é representada por torcedores do Cruzeiro Esporte Clube e do Clube Atlético Mineiro. Ressalta-se que a maioria é torcedor do Cruzeiro, pois, dos vinte e quatro jogos abrangidos nesta pesquisa, vinte e um tiveram mando de campo desse time e em apenas três jogos o mandante foi o Atlético.

A categoria *torcedor adversário* refere-se aos torcedores dos clubes que jogaram como visitantes em jogos contra Cruzeiro ou Atlético. Já a categoria *torcedor neutro*¹⁵⁶ abarca os sujeitos que estavam no estádio, mas o seu time não era o mandante nem o adversário.

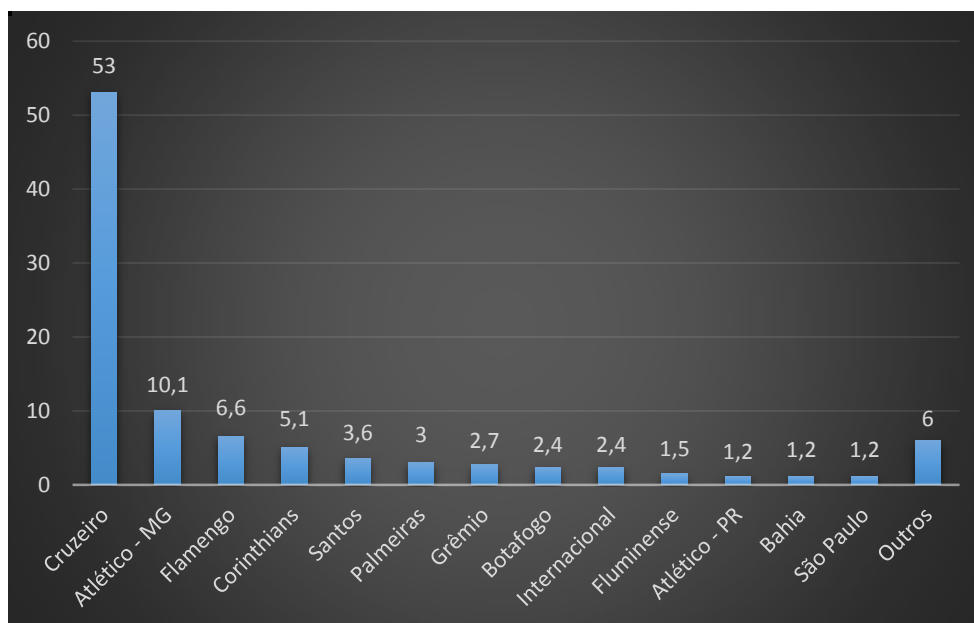
Diante de tais categorias, os resultados indicam que a maioria dos participantes da pesquisa refere-se ao *torcedor mandante* – sendo 53% torcedores do Cruzeiro e 6,6% torcedores do Atlético – 28,4% ao *torcedor adversário* e 12% ao *torcedor neutro*.

¹⁵⁶ Considerar a presença do torcedor neutro no estádio é importante, pois legitima a relevância do “novo” Mineirão no contexto turístico da capital mineira, pois, mesmo não havendo jogo do seu time, ainda assim há o desejo de conhecer o estádio.

3.1.4 Clubes e seus respectivos Estados

Todos os participantes da pesquisa disseram torcer para algum time, seja o time mandante, adversário ou outros quaisquer. Assim, no gráfico a seguir é possível visualizar os times que tiveram maior representatividade na pesquisa.¹⁵⁷

GRÁFICO 1 – Times dos torcedores visitantes (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

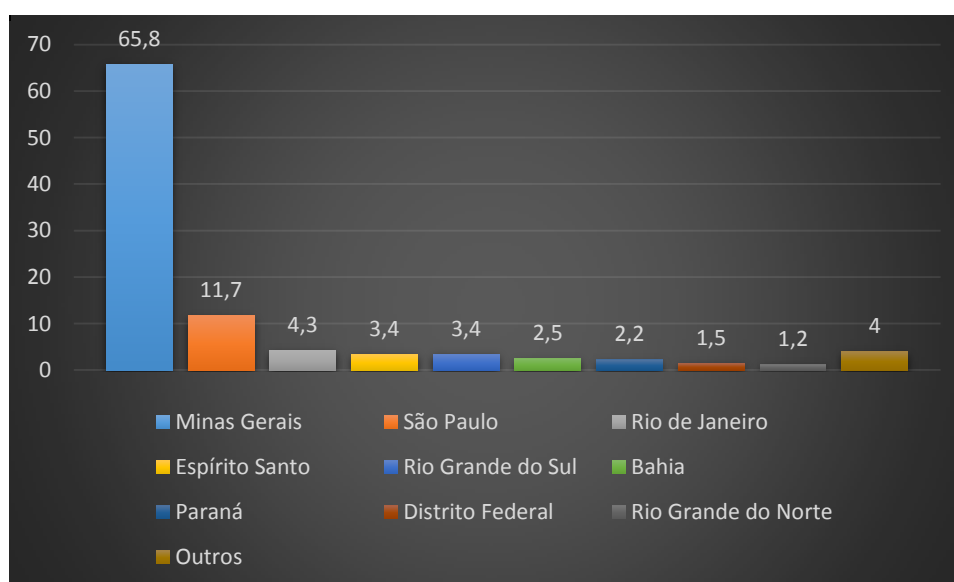
De acordo com as informações contidas no Gráfico 1, 63,1% dos participantes da pesquisa torcem para times mineiros; 14% para times paulistas; 10,4% para times cariocas; 1,8% para times gaúchos; 1,5% para times baianos; 1,5% para times paranaenses e 7,7% para times de outros Estados brasileiros e de outros países.

¹⁵⁷ Os times que tiveram representatividade inferior a 1% foram agrupados na categoria “Outros”. Ressalta-se que o resultado em relação à torcida do Atlético aumenta em relação aos números indicados na seção anterior, pois, além dos três jogos como mandante, a pesquisa também abarcou dois jogos deste time como adversário.

3.1.5 Localidade de moradia habitual

Em relação à localidade de moradia habitual, houve predomínio de torcedores visitantes oriundos do próprio país, 97,6%. Especificamente sobre estes torcedores, os resultados foram categorizados, inicialmente, a partir do Estado de origem, destacando-se os Estados que tiveram maior procedência. Os Estados que tiveram resultados menos expressivos – menos de 1% – foram agrupados em uma única categoria, denominada de “Outros Estados”.

GRÁFICO 2– Localidade de moradia habitual (Estados)(%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Os dados expostos no Gráfico 2 aproximam-se dos resultados da pesquisa realizada sobre a demanda turística da cidade de Belo Horizonte no ano de 2014¹⁵⁸, que também indica a predominância dos visitantes que moram em Minas Gerais.

Tratando-se apenas dos *torcedores mandantes*, a preponderância de torcedores do Estado de Minas Gerais aumenta. Especificamente em relação aos torcedores do Cruzeiro, 90,1% moram em cidades mineiras; 2,3% moram no Estado de São Paulo (mesmo percentual

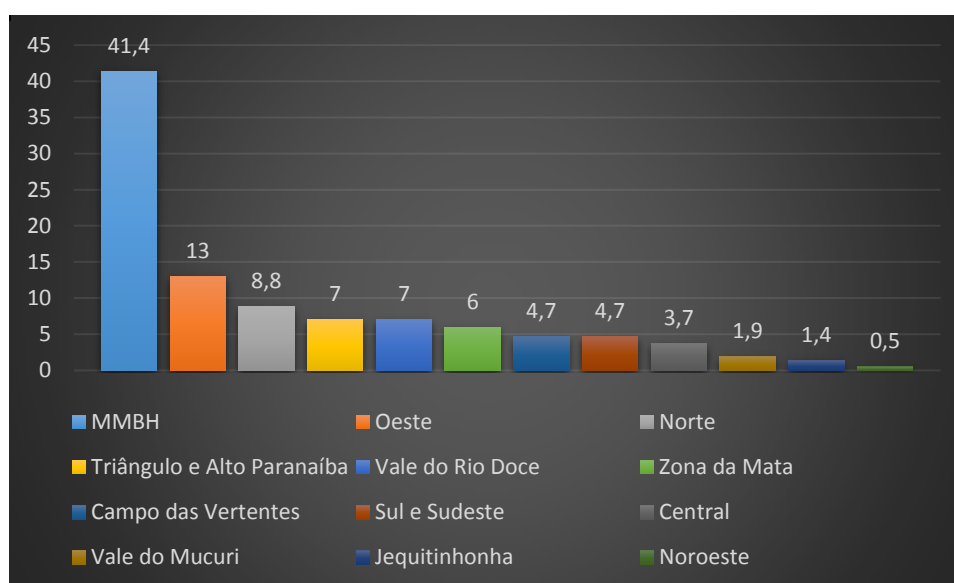
¹⁵⁸ De acordo com a pesquisa realizada pela Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – BELOTUR, no ano de 2014, 64,9% dos visitantes que visitaram a capital mineira são do próprio Estado de Minas Gerais. Depois dos visitantes mineiros, os paulistas foram os que mais visitaram a cidade: 10,2% (BELO HORIZONTE, 2014d). Disponível em: http://belohorizonte.mg.gov.br/sites/belohorizonte.pbh.gov.br/files/anexos/belotur/caderno_de_dados_2014.pdf. (Acesso em: 07/04/2015.)

correspondente aos torcedores que moram no Espírito Santo e no Distrito Federal) e os demais Estados, quando somados, representam 3%. Sobre os torcedores do Atlético, 100% moram em cidades mineiras.

A respeito do *torcedor adversário*, as cidades mineiras perdem grande parte de sua representatividade, abarcando apenas 24,2% dos torcedores desta categoria, ao passo que o estado paulista torna-se o maior emissor de torcedores, com 28,6%. Quanto aos *torcedores neutros*, nota-se novamente o predomínio de visitantes das cidades mineiras, 38,5% – no entanto, há uma grande diminuição comparando-se com o panorama geral – e, em seguida, sobressaem-se, outra vez, os visitantes paulistas, com 20,5% de representatividade.

Devido à predominância de torcedores oriundos de Minas Gerais, torna-se importante destacar as mesorregiões¹⁵⁹ do Estado que exerceram maiores influências.

GRÁFICO 3 – Localidade de moradia habitual (Mesorregiões de Minas Gerais) (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

De forma geral, percebe-se uma amplitude de torcedores visitantes que moram em Minas Gerais provenientes da Mesorregião Metropolitana de Belo Horizonte – MMBH e esta

¹⁵⁹ “A Divisão Regional do Brasil em mesorregiões, partindo de determinações mais amplas ao nível conjuntural, buscou identificar áreas individualizadas em cada uma das Unidades Federadas, tomadas como universo de análise e definiu as mesorregiões com base nas seguintes dimensões: o processo social como determinante, o quadro natural como condicionante e a rede de comunicação e de lugares como elemento da articulação espacial [...] O Instituto Brasileiro de Geografia Estatística – IBGE divide Minas Gerais em 12 mesorregiões e 66 microrregiões. De acordo com o órgão, este sistema de divisão tem aplicações importantes na elaboração de políticas públicas e no subsídio ao sistema de decisões quanto à localização de atividades econômicas, sociais e tributárias” (IBGE, 2015). Disponível em:

http://www.ibge.gov.br/home/geociencias/geografia/default_div_int.shtm?c=1. (Acesso em: 07/04/2015.)

tendência aumenta no caso dos *torcedores mandantes*, compreendendo 43,9% da torcida do Cruzeiro e 50% da torcida do Atlético. Sobre a representatividade das demais mesorregiões, o panorama se mantém em relação ao cenário geral.

Não obstante, tratando-se dos *torcedores adversários* e dos *torcedores neutros*, a representatividade da MMRH diminui em relação ao panorama geral, ao passo que se observa o aumento da influência das demais mesorregiões do Estado.

Sobre os *torcedores adversários* que moram em Minas Gerais, destaca-se o aumento da influência da Zona da Mata (21,7%,). Já em relação aos *torcedores neutros*, os resultados indicam certa equidade entre as mesorregiões do Estado, destacando-se a MMBH e a mesorregião sul e sudeste, com 20% de representatividade cada uma. Em grande medida, pode-se considerar que estes resultados coincidem com um aspecto histórico, pois a região da Zona da Mata e a região Sul sempre foram suscetíveis à influência dos times cariocas e paulistas, respectivamente (ASSUMPCÃO, 2004).

3.2 Perfil socioeconômico do torcedor visitante

Nesta seção será apresentado o perfil socioeconômico do torcedor visitante, destacando-se os aspectos em relação ao gênero, estado civil, faixa etária, renda média familiar, escolaridade, ocupação profissional e, ainda, a adesão em programa de sócio-torcedor e o pertencimento à torcida organizada.

3.2.1 Gênero

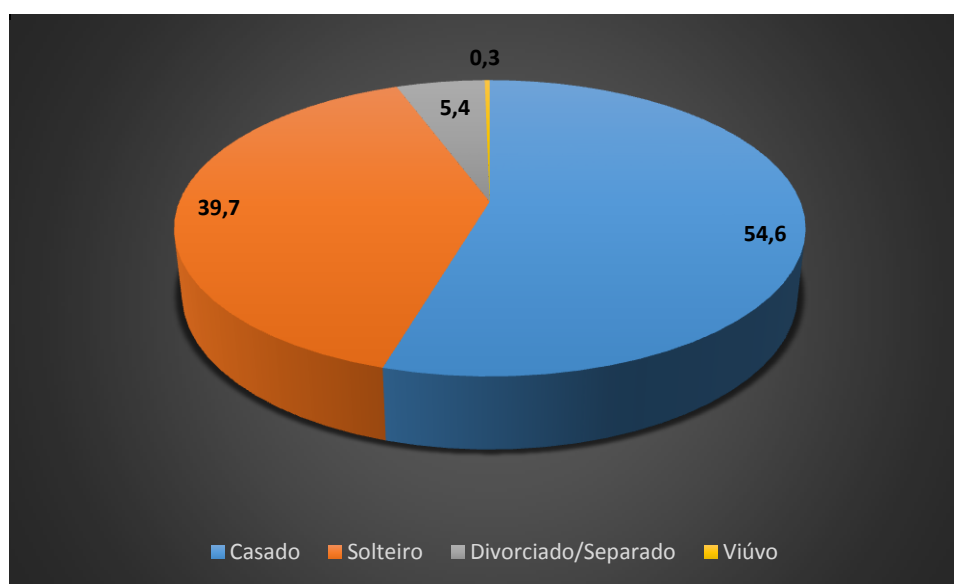
Os torcedores visitantes são, em sua maioria, do gênero masculino, correspondendo a 79,3% do total da amostra. De acordo com Damo (2007, p. 135), “esta tendência tem se reproduzido com o passar dos anos e confirma-se em quase todos os lugares nos quais o futebol foi adotado”. Este dado ainda se aproxima do resultado encontrado na pesquisa de Pinheiro (2012), pois este autor identificou que, entre os visitantes interessados em futebol na cidade de Porto Alegre-RS, 72% referem-se ao público masculino.

Apesar de ter obtido um resultado que expressa pouca participação das mulheres no contexto das viagens futebolísticas em Belo Horizonte, ainda assim, os números desta pesquisa são superiores aos resultados de outras pesquisas realizadas sobre a prática do turismo futebolístico na Europa. Na pesquisa desenvolvida por Raatikainen (2013) a respeito da prática do turismo futebolístico na Inglaterra, a participação feminina foi de apenas 7%. Já na pesquisa realizada por Tikander (2010) sobre os turistas fãs do futebol na Finlândia, a participação das mulheres foi ainda menor, somando apenas 3%.

3.2.2 Estado civil

Os estudos de Toledo (1996) e de Romera e Reis (2009), sobre o público de futebol no Brasil de maneira geral, indicam que, tradicionalmente, os estádios têm sido apropriados por um público predominantemente solteiro. Allan *et al.* (2007) e Tikander (2010), estudando os turistas fãs do futebol na Escócia e na Finlândia, respectivamente, também observaram grande predomínio deste tipo de público. Todavia, os resultados desta pesquisa demonstram outro panorama.

GRÁFICO 4 – Estado civil do torcedor visitante (%)



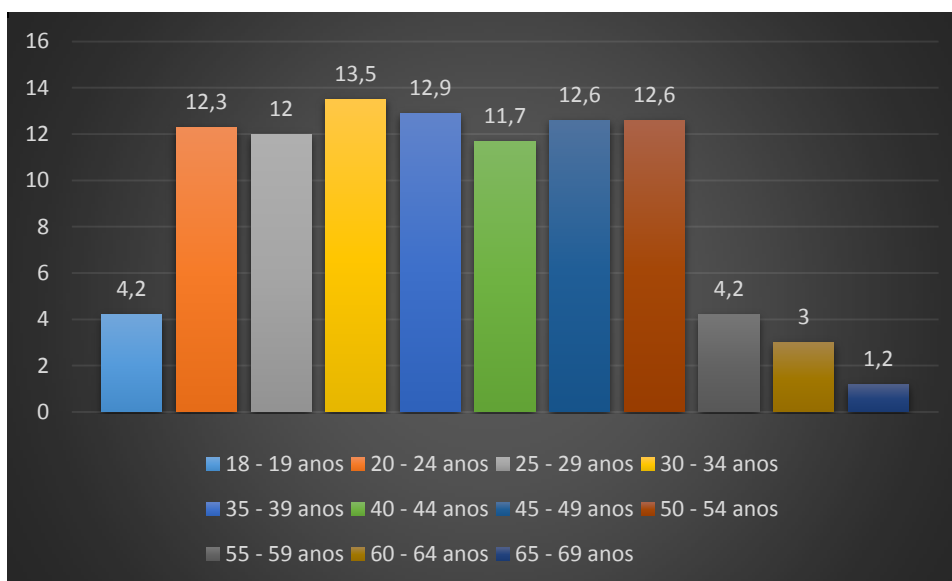
Fonte: Dados primários da pesquisa

De maneira geral, nota-se predomínio de um público casado. Vale ressaltar que este resultado pode estar relacionado a aspectos financeiros, pois indivíduos casados tendem a ter uma situação financeira mais estável, o que possibilita mais gastos com o turismo futebolístico. Relacionando esta variável com a variável de gênero, observa-se que, entre o público masculino, os casados continuam sobressaindo, com 58,1%¹⁶⁰ de representatividade, ao passo que, entre as mulheres, há um predomínio de um público solteiro, 55,1%¹⁶¹.

3.2.3 Faixa etária

Os resultados em relação à faixa etária dos torcedores visitantes indicam certa equidade nas faixas que variam entre os 20 aos cinquenta e quatro anos.

GRÁFICO 5 – Faixa etária do torcedor visitante (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Comparando-se estes resultados com outras pesquisas já realizadas, percebe-se que o torcedor visitante que frequenta o “novo” Mineirão em jogos da temporada regular do futebol brasileiro apresenta uma característica mais diversificada, pois Allan *et al.* (2007), Tikander (2010) e Raatikainen (2013) observaram que, entre os turistas fãs do futebol,

¹⁶⁰ Os solteiros do público masculino referem-se a 35,8%, os divorciados/separados a 5,7% e os viúvos a 0,4%.

¹⁶¹ As casadas do público feminino referem-se a 40,6% e as divorciadas/separadas a 4,3%.

predomina-se um público mais jovem, entre os dezoito e trinta anos. Esta tendência também foi observada durante a Copa, uma vez que, entre os torcedores brasileiros que viajaram pelo país, prevaleceu-se um público situado na faixa etária entre os 25 e 34 anos.¹⁶²

Assim, diferentemente dos estudos que indicam haver, entre os torcedores visitantes, a predominância de um público mais jovem, a média de idade deste tipo de torcedor que frequenta o “novo” Mineirão o permite caracterizá-lo como um público essencialmente adulto, com média de idade de 36,9 anos.

3.2.4 *Escolaridade*

Em relação à escolaridade do torcedor visitante, os resultados da pesquisa indicam que 9% completaram apenas o Ensino Fundamental, 43% concluíram o Ensino Médio, 32% têm formação em Ensino Superior e 16% possuem formação em nível superior com pós-graduação concluída. Diante destes resultados, observa-se um perfil de torcedor com nível de instrução alta, inclusive, bem superior à média nacional, pois os torcedores que possuem formação superior – considerando-se a soma dos torcedores que possuem apenas graduação e pós-graduação – representam 48% do total dos participantes da pesquisa.¹⁶³

3.2.5 *Renda média familiar*

A mensuração da renda do visitante é de suma importância, pois este fator constitui-se como elemento fundamental que incide sobre a formação da demanda turística, independente de qual segmento seja (IGNARRA, 2001). Conforme mencionado no capítulo anterior, “renda e emprego” são fatores determinantes sobre o nível e a natureza do turismo demandado por um indivíduo (COOPER *et al.*, 2007). Assim, “o aumento da renda está diretamente relacionado a um aumento da demanda turística, sobretudo naquela parcela da

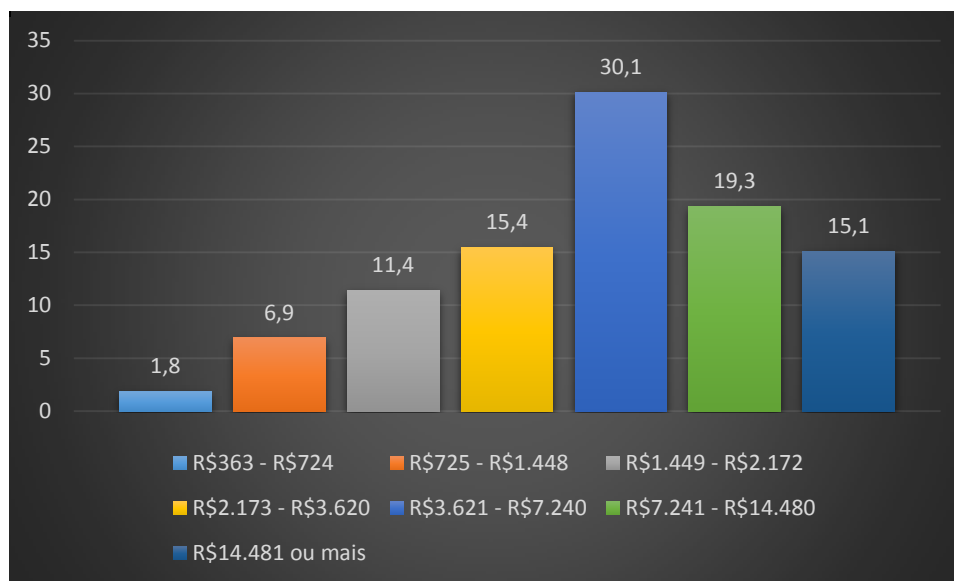
¹⁶² Esse dado faz parte dos resultados da pesquisa de demanda turística doméstica na Copa do Mundo, realizada pela Fundação Getúlio Vargas – FGV em 2014. Disponível em: http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/export/sites/default/dadosefatos/outros_estudos/downloads_outroestudos/Estudos_da_Demanda_Domestica_Brasil_Copa_2014_1.pdf. (Acesso em: 07/04/2015.)

¹⁶³ No último levantamento feito pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE, no ano de 2012, o número de pessoas com formação em nível superior representava apenas 10% da população brasileira.

população que já atendeu às suas necessidades mais básicas de consumo” (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008, p. 238).

Em relação aos resultados sobre a renda média familiar do torcedor visitante, observa-se o gráfico adiante:

GRÁFICO 6 – Renda média familiar do torcedor visitante (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Sobre estes resultados, é importante destacar os três grupos que ganham entre R\$ 3.631,00 a R\$7.240,00; R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480,00 e mais de R\$ 14.481,00, já que a soma desses grupos representa 64,5% do total, caracterizando um público com renda familiar muito mais elevada do que a renda da família do visitante que esteve em Belo Horizonte no ano de 2014¹⁶⁴ e também superior à renda média familiar do turista brasileiro que viajou pelo país durante a Copa.¹⁶⁵

Entre os torcedores visitantes, o predomínio dos grupos com renda familiar mensal mais alta corrobora a discussão em relação à ascendência do torcedor consumidor em consonância com o processo de proliferação das arenas multiuso pelo país, que coincide também com a prática de ingressos mais caros¹⁶⁶ utilizados como forma compensatória em

¹⁶⁴ Na apresentação dos resultados sobre a pesquisa de demanda turística da cidade de Belo Horizonte de 2014, realizada pela Belotur, aparecem destacados os grupos que ganham entre R\$ 1.021,00 a R\$ 3.570,00, cuja representatividade equivale a 46,1% do público pesquisado (BELO HORIZONTE, 2014d).

¹⁶⁵ A referida pesquisa destaca os dois maiores grupos que ganham entre R\$ 3.261,00 e R\$ 7.240,00 (28,6%) e R\$ 7.241,00 a R\$ 10.000,00 (16,8%). Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140716_1.html. (Acesso em: 23/03/2015.)

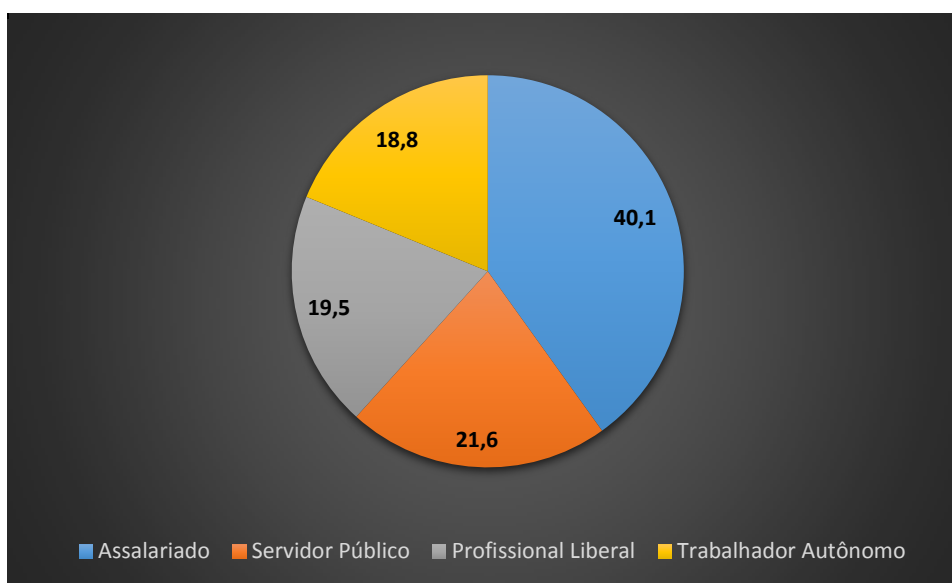
¹⁶⁶ O Campeonato Brasileiro é a competição nacional que tem o ingresso mais caro do mundo. Isso é o que indica estudo realizado pela Pluri Consultoria. A análise comparou os preços relativos dos ingressos no Brasil

relação à diminuição da capacidade de público do estádio, pois um perfil com maior poder aquisitivo pode consumir outros produtos para além do espetáculo futebolístico (DAMO; OLIVEN, 2013), como, por exemplo, os serviços turísticos disponíveis na cidade.

3.2.6 Ocupação profissional

Conforme foi elucidado por Cooper *et al.* (2007), a demanda turística é altamente influenciada por aspectos como renda e emprego. Assim, o gráfico a seguir ilustra os resultados em relação à ocupação profissional do torcedor visitante.

GRÁFICO 7 – Ocupação profissional do torcedor visitante (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

De acordo com as informações contidas no Gráfico 7, nota-se um predomínio do trabalhador assalariado – trabalhador de carteira assinada – entre os torcedores visitantes e uma aproximação entre os demais tipos de ocupação profissional – servidor público, trabalhador liberal e trabalhador autônomo. No que tange aos torcedores visitantes que disseram não possuir ocupação profissional, a maioria é estudante, 56,5%, seguido dos

com doze dos mais importantes mercados do futebol mundial, considerando a renda *per capita* de cada país, o que permite mensurar adequadamente o preço em função do nível de renda da população. Disponível em: <http://m.globoesporte.globo.com/futebol/noticia/2014/08/campeonato-brasileiro-tem-o-ingresso-mais-carro-do-mundo-aponta-estudo.html>. (Acesso em: 26/03/2015.)

aposentados, 34,8%. Já o(a) dono(a) de casa e o desempregado(a), somam, cada um, 4,3%. Ressalta-se que a participação majoritária dos estudantes – entre os que não possuem ocupação profissional – também foi observada na pesquisa de Tikander (2010).

3.2.7 Sócio-Torcedor

Dentro da lógica de transformação do futebol brasileiro em negócio de entretenimento e lazer (PEREIRA, 2003), em que os torcedores são tratados como sujeitos com potencial de compra, destaca-se o recente crescimento dos programas de sócio-torcedor no país.¹⁶⁷

Dentre as vantagens oferecidas pelos clubes ao torcedor que se torna sócio do time, está a garantia de poder assistir a todos os jogos do clube como mandante, como uma recompensa ao valor pago em forma de mensalidade. Assim, a princípio, é de se esperar que o sócio-torcedor seja prioritariamente local, pois o torcedor de outras cidades não pode viajar sempre.¹⁶⁸ Todavia, analisando apenas os torcedores do Cruzeiro – pois são a maioria dos participantes desta pesquisa – observou-se que a adesão aos programas de sócio-torcedor do clube vem se tornando uma realidade entre os torcedores do interior e de outros Estados, uma vez que 27,1% dos torcedores visitantes cruzeirenses disseram ser sócio-torcedores do clube.

Visando ampliar ainda mais a participação dos torcedores visitantes do Cruzeiro nos programas de sócio-torcedor do time, a diretoria do clube criou recentemente uma nova modalidade para contemplar os torcedores que não moram em Belo Horizonte.¹⁶⁹

¹⁶⁷ O programa de sócio-torcedor do Cruzeiro pode ser utilizado como um exemplo do crescimento desta modalidade no país, pois o clube mineiro superou, no ano de 2014, a expressiva marca dos 60 mil sócio-torcedores. Somente no ano de 2014, a agremiação obteve 12.979 novas adesões que, somadas às 47.213 que tinha, chegou a 60.192 contribuintes. Disponível em: <http://esporte.uol.com.br/futebol/ultimas-noticias/2014/08/09/programa-socio-torcedor-do-cruzeiro-e-o-que-mais-cresce-no-brasil-em-2014.htm>. (Acesso em: 26/03/2015.)

¹⁶⁸ Os principais fatores que limitam as viagens dos torcedores serão elucidados adiante.

¹⁶⁹ Esta nova categoria é denominada de “sócio do futebol papafilas”. De acordo com o que consta no site oficial do clube, esta categoria é “ideal para quem mora no interior do Estado, bem como quem mora fora de Minas Gerais e tem interesse de ir ao Mineirão em alguma oportunidade, sem precisar enfrentar filas”. Disponível em: http://www.sociodofutebol.com.br/crusempre/www/inscreva-se/cartao_PAPAFILAS. (Acesso em: 26/03/2015.)

3.2.8 Torcida organizada

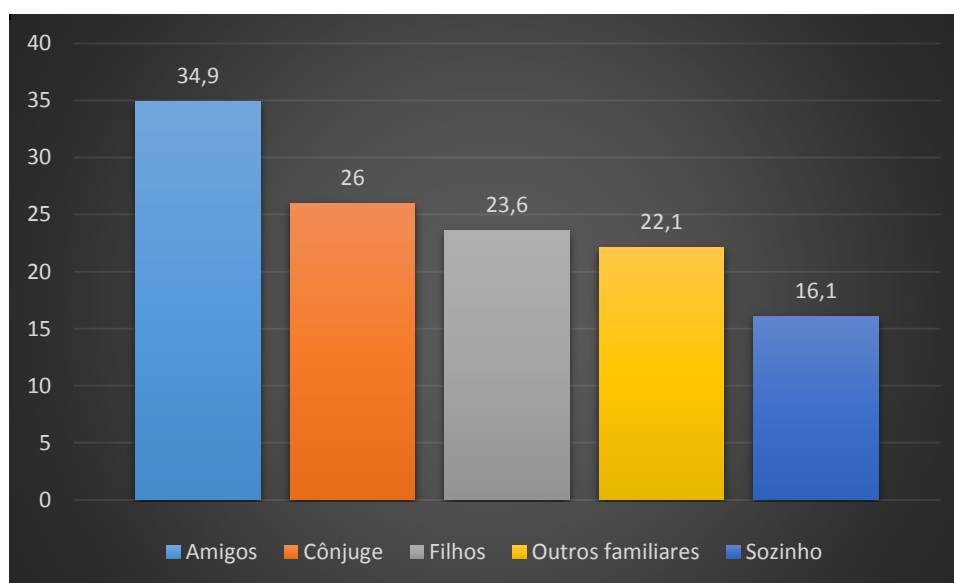
Sobre o vínculo de torcedores visitantes com torcidas organizadas, os resultados mostram que apenas 5% afirmaram fazer parte deste tipo de agremiação. Relacionando esta variável com a variável sobre a classificação do torcedor, observa-se que a inserção em torcidas organizadas aumenta apenas no caso do *torcedor adversário*, 12,6%.¹⁷⁰ Dessa forma, “embora não seja dito às claras, os novos gestores das arenas estão promovendo uma higienização do público, afastando aqueles tidos como inconvenientes, seja porque consomem pouco ou causam muitos transtornos – caso das torcidas organizadas¹⁷¹” (DAMO; OLIVEN, 2013, p. 57).

3.3 Composição do grupo de viagem

Nesta seção serão apresentados e discutidos os resultados acerca dos hábitos de viagem do torcedor, considerando a forma de composição do grupo. Ressalta-se que a questão do formulário que buscou identificar com quem os torcedores viajavam abrangia mais de uma opção de resposta, pois o torcedor poderia estar acompanhado de amigos e familiares. Assim, no gráfico a seguir é possível observar os resultados em relação a esta variável.

¹⁷⁰ De acordo com Toledo (1996), quando se trata de jogos “fora de casa” – principalmente em cidades diferentes da sede do clube – a participação do *torcedor adversário* em grande parte é representada por torcedores organizados, devido à facilidade de organização da viagem e, sobretudo, devido ao aspecto em relação à segurança.

¹⁷¹ Atualmente, tem sido comum o caso de torcidas organizadas suspensas preventivamente dos estádios. Em casos extremos, discute-se até mesmo a banição de torcidas tidas como “problemáticas”.

GRÁFICO 8 – Composição do grupo de viagem (%)

Fonte: Dados primários da pesquisa

A partir da interpretação do Gráfico 8, percebe-se, *a priori*, que houve uma maior relevância das viagens entre amigos. Contudo, somando-se as respostas obtidas em relação às viagens acompanhadas de “cônjuge”, “filhos” e “outros familiares”, o resultado de 71,7% demonstra uma participação expressiva da família no contexto da prática do turismo futebolístico no “novo” Mineirão.

A participação majoritária de membros familiares no contexto das viagens futebolísticas também foi identificada no estudo de Pinheiro (2012). Os resultados desta pesquisa indicam que 47,5% dos visitantes que realizaram visitas nos estádios de futebol em Porto Alegre estiveram acompanhados de membros da família, ao passo que as viagens entre amigos representaram 35,83%.

Tikander (2010) e Raatikainen (2013) identificaram, em suas pesquisas, que a grande maioria dos turistas fãs do futebol viajavam acompanhados de amigos. Na pesquisa de Raatikainen (2013), 69% dos torcedores viajavam entre amigos enquanto apenas 17% viajavam com a família. Tikander (2010) justifica seu resultado considerando as partidas de futebol como eventos sociais muito mais significativos e interessantes quando são experimentados com amigos.

Relacionando-se estes resultados com a variável de “gênero”, não se observam mudanças significativas em relação ao panorama geral, nem diferenças expressivas no contexto das viagens realizadas por sujeitos do sexo masculino e feminino. Entretanto,

estabelecendo-se uma relação com a variável “estado civil”, é possível notar outras tendências.

Entre os homens, manteve-se o predomínio da presença da família – considerando-se cônjuge, filhos e outros membros familiares – com participação de 70,9%, enquanto as viagens entre amigos representaram 34,3% e as viagens a sós tiveram representatividade de 18,1%. Em relação às mulheres, os resultados também indicam preponderância da participação da família, com 73,2%, seguindo das viagens entre amigos, com 37,7%, no entanto, nota-se ainda uma redução das viagens a sós para 8,7%.

Em relação ao torcedor visitante solteiro, a participação da família perde grande parte de sua relevância, diminuindo sua representatividade para 47,3%, ao passo que se observa um aumento das viagens entre amigos, com 42,9%, e ainda 19,5% que viajam sozinhos. No que tange ao público casado, há uma inversão nesta relação, pois as viagens com a família crescem para 91,8% e as viagens entre amigos diminuem para 28,4%, neste caso as viagens a sós representam 13,1%.

Os resultados obtidos a partir da associação entre a composição do grupo de viagem e o estado civil dos torcedores visitantes, demonstram que, em grande medida, o público solteiro aproxima-se da definição de *fã social* – para este tipo de torcedora viagem futebolística é também uma oportunidade de passar um tempo com os amigos e o público casado enquadra-se na categoria *visitante em família* – quando o futebol torna-se um motivo para poder realizar uma viagem em família (TIKANDER, 2010).

3.4 Viagens e fatores motivacionais

Neste subitem serão analisados e discutidos os resultados em relação à assiduidade do torcedor visitante no estádio antes e depois da reforma do Mineirão e os fatores intrínsecos à motivação de se vivenciar uma partida de futebol *in loco*, destacando-se a principal razão da viagem até Belo Horizonte e a atratividade turística desempenhada pelo “novo” Mineirão.

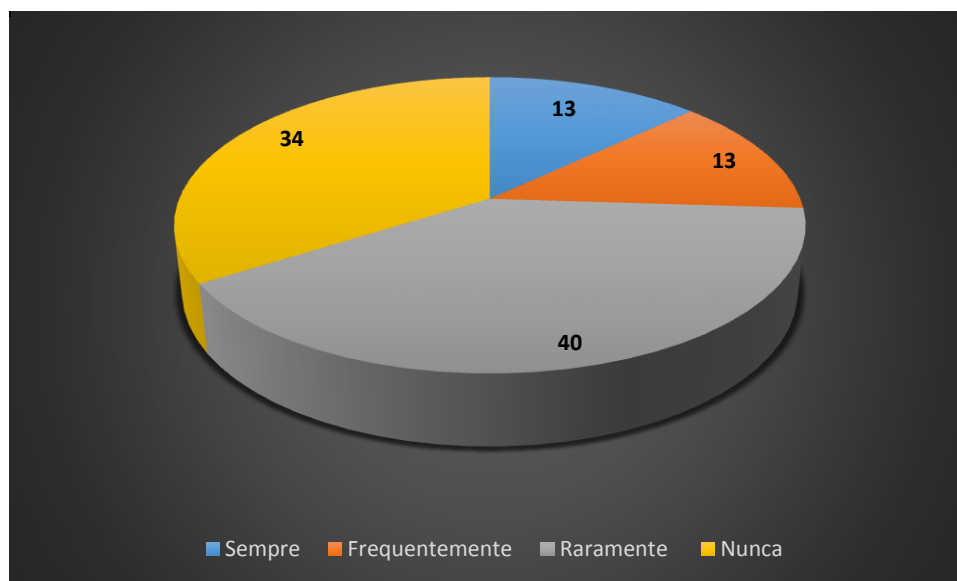
3.4.1 Assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão

No capítulo anterior foram discutidos os aspectos sobre a “modernização” do futebol brasileiro a partir das problemáticas associadas com a proliferação das arenas multiuso no país, como, por exemplo, a adoção do “padrão” FIFA e a consequente elitização desses espaços.

Autores como Mascarenhas (2009), Barreto e Nascimento (2011), Curi (2012) e Damo e Oliven (2013) concordam que a substituição dos estádios pelas arenas pode inibir a participação do torcedor de menor poder aquisitivo no espetáculo futebolístico. Assim, torna-se importante apresentar os resultados que demonstram a assiduidade do torcedor visitante no estádio antes e depois da reforma do Mineirão, buscando relacionar os dados obtidos com a discussão sobre a elitização do futebol brasileiro, como, por exemplo, a renda do torcedor visitante e a influência dos programas de sócio-torcedor.

Primeiramente, destaca-se a assiduidade do torcedor visitante – considerando os torcedores *mandantes*, *adversários* e *neutros* – no Mineirão antes da reforma do estádio.

GRÁFICO 9 – Assiduidade do torcedor visitante no Mineirão antes da reforma (%)

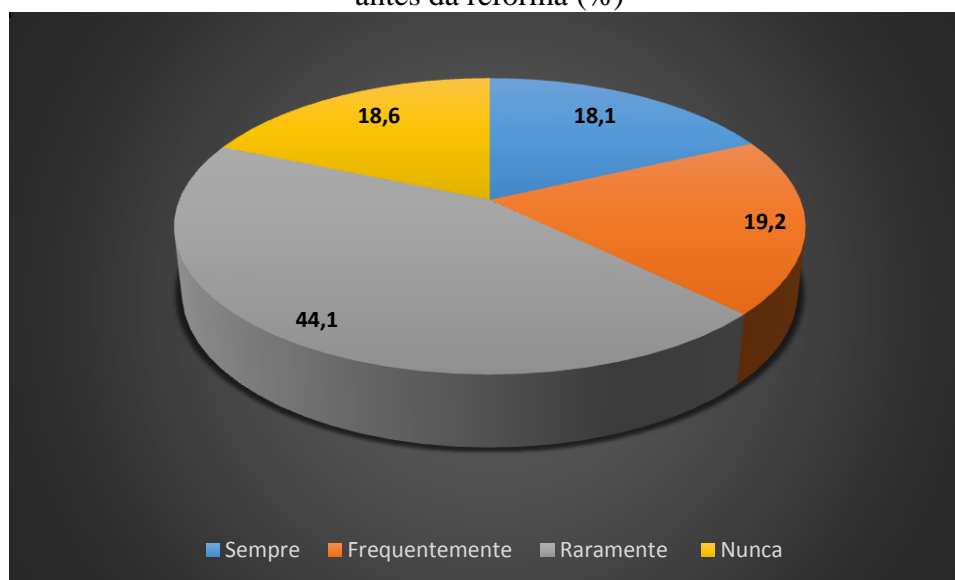


Fonte: Dados primários da pesquisa

De modo geral, percebe-se que os torcedores visitantes eram poucos assíduos no “antigo” Mineirão, pois, considerando os que não conheceram o estádio antes da reforma e os que viajavam raramente, obtêm-se um resultado expressivo de 74%, enquanto os que viajavam sempre e frequente somam apenas 26%.

Avaliando apenas os torcedores visitantes do Cruzeiro – pois a possibilidade do *torcedor adversário* e do *torcedor neutro* assistir a um jogo do seu time no Mineirão ser menor – os resultados demonstram poucas mudanças.

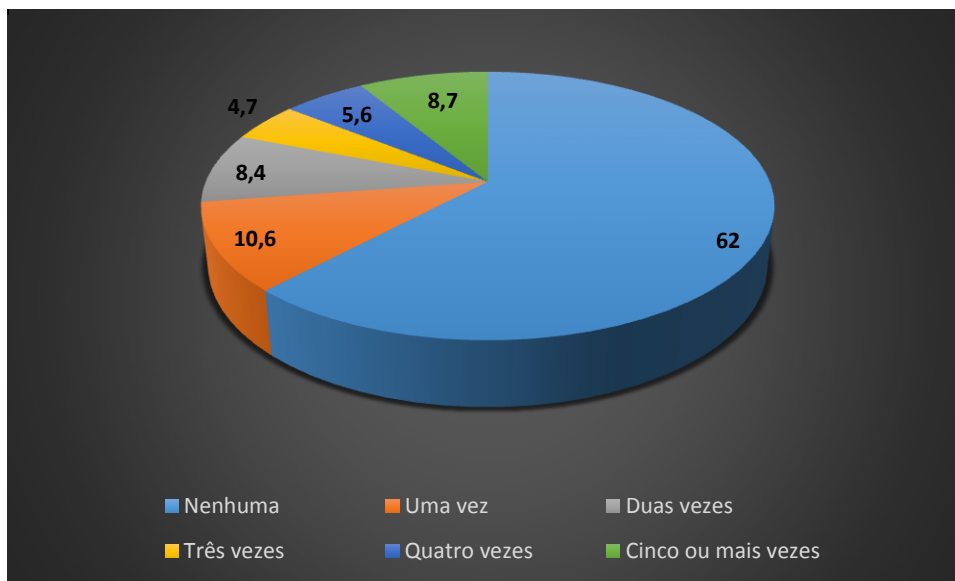
GRÁFICO 10 – Assiduidade do torcedor visitante do Cruzeiro no Mineirão antes da reforma (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

A partir das informações contidas no Gráfico 10, nota-se que grande parte do torcedor do Cruzeiro viajava raramente para assistir a um jogo no “antigo” Mineirão, 44,1%, e os que viajam sempre ou frequentemente eram poucos, apenas 37,3% – levando-se em conta a soma dessas duas opções. Tikander (2010), pesquisando especificamente os torcedores finlandeses entre os anos de 2007 a 2009, percebeu que a média de viagem destes torcedores também era baixa, variando em torno de uma a quatro vezes neste período de três anos.

No que tange à assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão, os resultados abarcam os anos de 2013 e 2014.

GRÁFICO 11 – Assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão no ano de 2013 (%)

Fonte: Dados primários da pesquisa

Grosso modo, em relação aos resultados expostos no Gráfico 11, observa-se pouca assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão no ano de 2013. No entanto, avaliando apenas o torcedor visitante do Cruzeiro – pelo mesmo motivo elucidado anteriormente – nota-se algumas alterações neste panorama, principalmente, quando se relacionam os resultados com as variáveis sócio-torcedor e renda.

TABELA 1 – Viagens do torcedor visitante do Cruzeiro no ano de 2013 (%)

Viagens no ano de 2013 – percentual válido (%)				
Viagens	1	2	3	4
Nenhuma	47,3	16,7	59	42
1 vez	10,3	4,1	5	11
2 vezes	10,9	16,7	8	11
3 vezes	6,9	12,5	7	7
4 vezes	10,3	16,7	8	10
5 vezes ou mais vezes	14,3	33,3	13	19
TOTAL	100	100	100	100

1 = Resultado sobre o torcedor visitante do Cruzeiro de maneira geral;

2 = Resultado a respeito do torcedor visitante do Cruzeiro considerando apenas os sócio-torcedores do clube;

3 = Resultado acerca do torcedor visitante do Cruzeiro considerando apenas as menores faixas de renda (R\$ 363,00 a R\$ 724,00; R\$ 725,00 a R\$ 1.448,00; R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00);

4 = Resultado acerca do torcedor visitante do Cruzeiro considerando apenas as maiores faixa de renda (R\$ 3.621,00 a R\$ 7.240,00; R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480,00; R\$ 14.481,00 ou mais).

Fonte: Dados primários da pesquisa

De modo geral, apreende-se que o torcedor visitante do Cruzeiro foi pouco assíduo no “novo” Mineirão no ano de 2013, pois, considerando os que não viajaram e os que viajaram apenas uma vez nesse ano, obtém-se, como resultado, 57,6% do total, ao passo que para os que viajaram quatro, cinco ou mais vezes, o resultado é de apenas 24,6%.

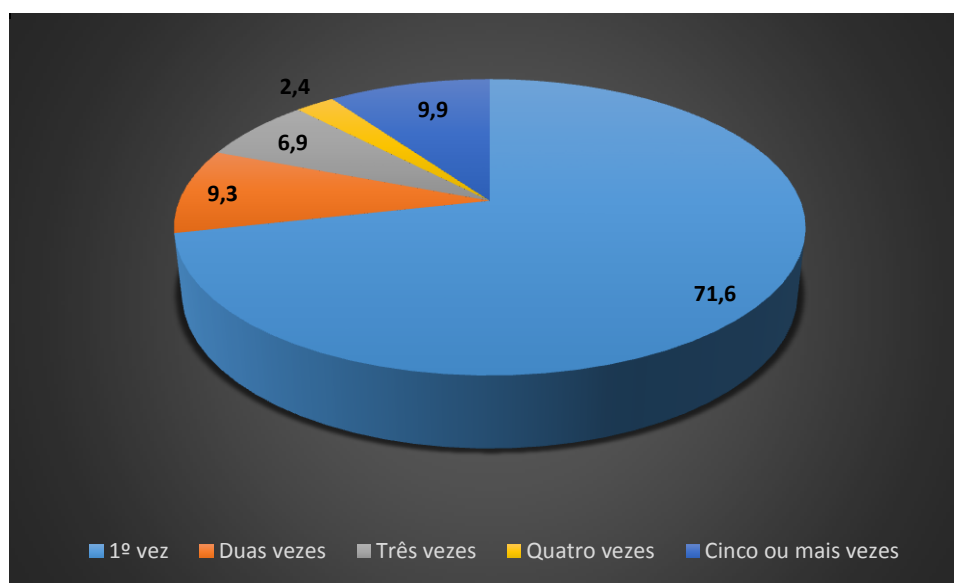
Contudo, tratando-se apenas dos torcedores visitantes do Cruzeiro que são sócio-torcedores do clube, a assiduidade no “novo” Mineirão no ano de 2013 foi maior, uma vez que a soma dos torcedores que viajaram quatro, cinco ou mais vezes representa 50%. Inclusive, os resultados específicos sobre o sócio-torcedor do Cruzeiro são os que mais se aproximam dos resultados da pesquisa realizada por Raatikainen (2013). Segundo este autor, 17% dos turistas viajaram uma única vez para assistir a algum jogo da Premier League na temporada de 2012-2013; 29% viajaram duas ou três vezes; 21% viajaram quatro ou cinco vezes e 33% viajaram mais de seis vezes.

Em relação à renda, observa-se que, no ano de inauguração do “novo” Mineirão, esta variável incide diretamente sobre a presença deste público no espetáculo futebolístico. Conforme os dados explícitos na Tabela 1, mesmo a assiduidade do torcedor visitante do

Cruzeiro com renda mais elevada ter sido baixa, ainda assim é maior do que a do torcedor que possui menor nível de renda.

Os resultados referentes à assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão especificamente no ano de 2014 indicam que a maioria, 71,6%, estava indo ao estádio pela primeira vez no dia da realização da pesquisa. O fato da pesquisa ter transcorrido durante nove meses pode ser uma explicação para a quantidade dessas respostas.¹⁷²

GRÁFICO 12 – Assiduidade do torcedor visitante no “novo” Mineirão no ano de 2014 (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Sobre os resultados peculiares à torcida visitante do Cruzeiro, observa-se a tabela a seguir:

¹⁷² Por exemplo, o torcedor poderia ter ido ao jogo pela primeira vez no mês de abril e ter retornado outras vezes no decorrer do ano.

TABELA 2 – Viagens do torcedor visitante do Cruzeiro no ano de 2014 (%)

Viagens no ano de 2014 – percentual válido (%)				
Viagens	1	2	3	4
1º vez	53,7	18,8	59	50
2 vezes	12,4	18,8	7	15
3 vezes	11,3	12,5	8	13
4 vezes	4,5	4,2	6	2
5 vezes ou mais	18,1	45,8	20	20
TOTAL	100	100	100	100

1 = Resultado sobre o torcedor visitante do Cruzeiro de maneira geral;

2 = Resultado a respeito do torcedor visitante do Cruzeiro/sócio-torcedores;

3 = Resultado acerca do torcedor visitante do Cruzeiro considerando apenas as menores faixas de renda (R\$ 363,00 a R\$ 724,00; R\$ 725,00 a R\$ 1.448,00; R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00);

4 = Resultado acerca do torcedor visitante do Cruzeiro considerando apenas as maiores faixa de renda (R\$ 3.621,00 a R\$ 7.240,00; R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480,00; R\$ 14.481,00 ou mais).

Fonte: Dados primários da pesquisa

De modo geral, percebe-se que o torcedor visitante do Cruzeiro continuou sendo pouco assíduo no “novo” Mineirão no ano de 2014, uma vez que, considerando os que estavam viajando pela primeira vez e os que viajaram duas vezes no ano, o resultado foi de 66,1%, ao passo que os que viajaram quatro, cinco ou mais vezes, o resultado foi de apenas 22,6%.

A respeito das viagens do torcedor visitante do Cruzeiro que é sócio-torcedor do clube, este tipo de torcedor passou a viajar mais para assistir aos jogos no estádio, assim, de certa forma, confirmam-se as vantagens do programa.¹⁷³ Considerando que 45,8% desses torcedores disseram ter viajando cinco ou mais vezes no ano de 2014, este resultado aproxima-se, inclusive, da assiduidade do torcedor cruzeirense que frequenta o “novo” Mineirão, mora em Belo Horizonte e vai ao estádio sempre ou frequentemente. Os resultados da pesquisa realizada pelo GEFuT¹⁷⁴ indicam que 36% destes torcedores vão ao estádio

¹⁷³ Tratando-se especificamente do sócio-torcedor do Cruzeiro, um dos principais benefícios do programa é a facilidade de aquisição dos ingressos para os jogos, pois não há a necessidade de adquiri-los nas bilheteria do estádio, já que podem ser comprados pela internet. O sócio-torcedor do Cruzeiro que não mora em Belo Horizonte pode chegar ao Mineirão com o seu ingresso já adquirido, dessa forma, o aumento na adesão de torcedores visitantes ao programa sócio-torcedor tende a influenciar na sua assiduidade ao estádio, até mesmo porque, além da facilidade na compra dos ingressos, o sócio também possui descontos para aquisição dos mesmos.

¹⁷⁴ Esse dado faz parte dos resultados preliminares da pesquisa “Percepção e manifestação dos torcedores no Mineirão” que vem sendo realizada pelo Grupo de Estudos sobre Futebol e Torcidas – GEFuT da Escola de

sempre e 22% vão frequentemente. Percebe-se, portanto, que os programas de sócio-torcedores tornaram-se, de fato, uma realidade no atual contexto do futebol brasileiro e se inserem como umas das principais prioridades na gestão dos clubes.

Por fim, no que tange à renda, os resultados referentes ao ano de 2014 indicam que, apesar de ter havido um ligeiro predomínio da presença dos torcedores visitantes que se situam entre as rendas mais elevadas, houve uma diminuição na disparidade em relação aos torcedores que possuem rendas mais baixas, no entanto, a participação deste público continuou sendo mais baixa.

É possível que tenha havido grandes mudanças em relação ao perfil do torcedor visitante que frequenta o Mineirão, principalmente, considerando-se o aspecto financeiro, pois como consequência da implementação de estádios “padrão FIFA” no país, pode ter ocorrido uma diminuição significativa do torcedor de renda mais baixa. No entanto, devido aos limites de investigação desta pesquisa, que não possui dados sobre os torcedores visitantes que frequentavam o Mineirão antes da reforma, é preciso haver o cuidado para não se cometer o equívoco de fazer generalizações.

3.4.2 Fatores motivacionais

Nesta subseção serão apresentados e discutidos os resultados em relação aos fatores motivacionais associados à prática do turismo futebolístico no “novo” Mineirão, buscando identificar o principal motivo da viagem até Belo Horizonte e a atratividade turística exercida pelo estádio após a reforma.

3.4.2.1 Principal motivo da viagem até Belo Horizonte

Autores como Gammon e Robinson (2003), Higham e Hinch (2001) e Carvalho e Lourenço (2008) consideram que a soma dos fatores que têm permitido o crescimento da prática do turismo esportivo – a concentração das populações em torno dos centros urbanos, o

aumento da duração do tempo de lazer, o aumento do poder de compra da população e o desenvolvimento dos meios de transporte – condiz com uma enorme quantidade de pessoas que se deslocam tendo como objetivo principal assistir a espetáculos esportivos ou que, estando viajando com qualquer outra motivação, acabam por assistir aos eventos que se realizam no mesmo destino turístico.

Tratando-se especificamente sobre a prática do turismo futebolístico no “novo” Mineirão, 62,7% dos torcedores visitantes disseram que assistir a uma partida de futebol no estádio foi o principal motivo da viagem até Belo Horizonte. Assim, de modo geral, observa-se que há predomínio da categoria que Gammon e Robinson (2003) e Higham e Hinch (2001) denominam de “esporte com turismo”, quando o evento esportivo se constitui como o motivo principal da viagem. No entanto, analisando este resultado a partir da classificação dos torcedores – *mandante*, *adversário* e *neutro*– observam-se tendências mais específicas.

TABELA 3 – Motivo da viagem (classificação dos torcedores) – (%)

Principal motivo da viagem até Belo Horizonte – percentual válido (%)				
Motivo	1	2	3	4
Futebol	71,2	95,5	62,1	10
Outros	28,8	4,5	37,9	90
TOTAL	100	100	100	100

1 = Torcedor do Cruzeiro

2 = Torcedor do Atlético

3 = Torcedor adversário

4 = Torcedor neutro

Fonte: Dados primários da pesquisa

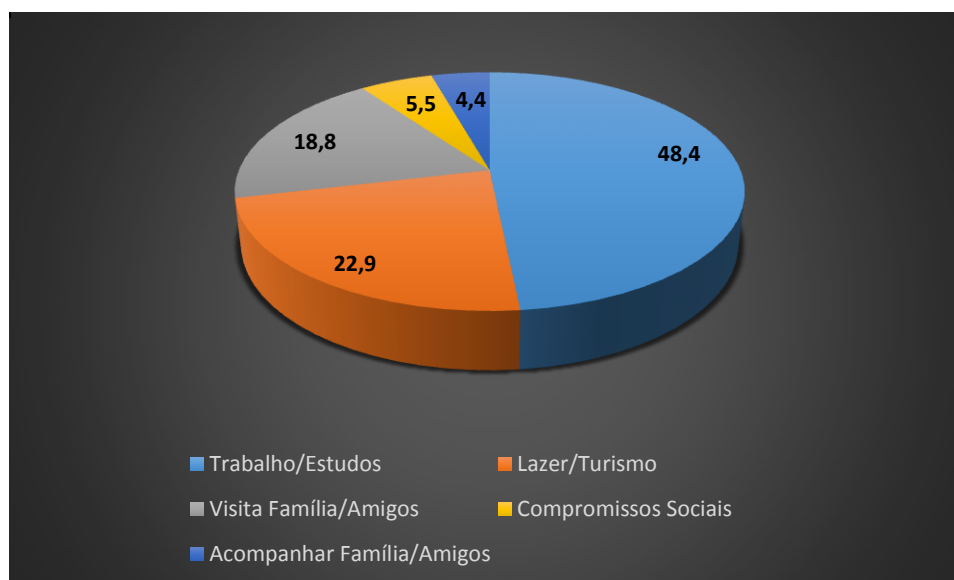
A partir dos dados expostos na Tabela 3, nota-se que, entre os *torcedores mandantes*– tanto a torcida do Cruzeiro quanto a torcida do Atlético – e os *torcedores adversários*, o futebol mantém-se como a principal razão da viagem para a capital mineira. Segundo Tikander (2010), esses torcedores são conhecidos como *fãs do esporte*, pois viajam tendo como objetivo principal assistir a eventos esportivos. Os resultados acerca destas categorias aproximam-se dos resultados encontrados na pesquisa realizada por Raatikainen (2013), pois, dentre os visitantes que foram aos estádios ingleses assistirem a jogos da Premier League na temporada de 2012-2013, para 82% deles, o principal motivo da viagem foi o futebol.

Não obstante, o resultado acerca dos *torcedores neutros* indica outra tendência, uma vez que, para a maioria, o principal motivo da viagem para Belo Horizonte não o foi interesse de ir ao “novo” Mineirão assistir a um jogo. Neste caso, acontece o que Gammon e Robinson (2003) e Higham e Hinch (2001) chamam de “esporte no turismo” e Paz (2006) denomina de “turista circunstancial”, ou seja, quando há assistência casual a um determinado evento esportivo durante uma viagem que tenha sido realizada a partir de um motivo principal que não seja o futebol. Sobre o “turista circunstancial”, Tikander (2010) identificou, em sua pesquisa sobre os turistas fãs do futebol na Finlândia, uma participação mais acentuada deste tipo de visitante.

3.4.2.1.1 Outros tipos de motivação da viagem até Belo Horizonte

Em relação aos 37,3% dos torcedores que disseram ter viajado para a capital mineira com o objetivo principal distinto do futebol, o gráfico a seguir ilustra as alternativas mais recorrentes.

GRÁFICO 13 – Outros tipos de motivação da viagem até Belo Horizonte (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Comparando-se os resultados do Gráfico 13 com os resultados da pesquisa desenvolvida por Raatikainen (2013), notam-se algumas diferenças. Enquanto os dados desta

pesquisa mostram que, entre os torcedores que viajaram para Belo Horizonte com a motivação principal que não seja o futebol, houve predomínio das viagens de trabalho e estudo, na pesquisa realizada por Raatikainen (2013) prevaleceram as motivações de lazer e turismo – abarcando, principalmente, o interesse em visitar os principais atrativos turísticos da capital inglesa – seguidas das viagens para visitar amigos e parentes, viagens de compras e, enfim, as viagens a negócio.

Diante do predomínio das viagens de trabalho e estudos – no contexto das viagens cujo motivo principal não foi o futebol –, é importante ressaltar a compreensão de Standeven e De Knop (1999), pois estes autores consideram como possibilidade da prática do turismo esportivo o caso de indivíduos que viajam tendo como motivação principal o compromisso profissional, pois, como os resultados mostram, durante este tipo de viagem, os sujeitos optaram por ocupar parte do seu tempo livre assistindo a uma partida de futebol no “novo” Mineirão.

De acordo com Melo Neto (2001), as viagens turísticas tendo como motivação principal o lazer ocorrem de maneira mais comum nos fins de semana, feriados prolongados e férias, enquanto as viagens a trabalho ou estudo são mais comuns de acontecerem durante os dias da semana – quando acontecem os simpósios, congressos, seminários e etc. Assim, como 59,4% dos formulários desta pesquisa foram preenchidos em jogos realizados nas quartas e quintas-feiras, houve predomínio – dentre os torcedores que viajaram para Belo Horizonte com objetivo distinto do futebol – dos torcedores que viajaram devido a compromissos profissionais.

3.4.2.2 Reforma do Mineirão como fator motivador da ida do torcedor visitante ao estádio

De acordo com Pinheiro (2012), os estádios de futebol possuem notória vocação para a atividade turística ao se constituírem como parte significativa de muitas destinações. Corroborando com este autor, Rosca (2010) cita a cidade de Madri, na Espanha, como exemplo, uma vez que muitos turistas viajam para este destino porque sabem que é a cidade sede do clube Real Madrid e por desejarem visitar o estádio Santiago Bernabeu, considerado ícone simbólico da cidade. Assim, o estádio e os jogos do Real Madrid, que nele são

realizados, fazem parte da oferta turística local, pois são atrações inseridas nos principais circuitos e roteiros turísticos da cidade.

Na capital mineira, o Mineirão configura-se como um dos principais atrativos turísticos, sendo reconhecido, inclusive, como um dos principais cartões postais da cidade (CAMPOS; SILVA, 2012). Segundo Pereira (2004), a atratividade turística exercida pelo estádio já era notada desde a sua inauguração, na década de 1960, contudo, a partir do advento do “novo” Mineirão, acredita-se que os aspectos em relação ao conforto, à segurança e à oferta diversificada de serviços – elementos que tornam os estádios adequados ao “padrão FIFA” – podem contribuir para a maximização do seu apelo turístico.

Neste sentido, os resultados da pesquisa indicam que, para a maioria, 58,5%, a reforma do Mineirão, de fato, é um fator motivador para a ida ao estádio. Analisando separadamente cada tipo de torcedor – *mandante*, *adversário* e *neutro* – nota-se um panorama muito parecido, pois 58,8% dos torcedores visitantes do Cruzeiro, 59% da torcida do Atlético, 56,8% da *torcida adversária* e 62,5% da *torcida neutra* consideraram a reforma do Mineirão uma motivação para ir ao estádio. Assim, na tabela a seguir, é possível observar os aspectos considerados mais relevantes na reconfiguração do “novo” Mineirão como atração turística.

TABELA 4 – Aspectos relacionados com a atratividade turística do “novo” Mineirão

Aspectos	Percentual válido (%)
Conhecer o “novo” Mineirão	49
Segurança	29,1
Conforto	26,8
Estética e arquitetura	18,4
Organização	14,8
Melhoria dos serviços	14,4
Visibilidade do campo	9,7
Infraestrutura	9,5
Acessibilidade	6,4
Comportamento do torcedor	4,1

Fonte: Dados primários da pesquisa

Conforme dados expostos na Tabela 4¹⁷⁵, observa-se que a própria modernização do Mineirão tornou-se um motivo para o torcedor visitante querer conhecê-lo. Ademais, nota-

¹⁷⁵ É importante ressaltar que estes resultados são oriundos de uma questão semiaberta do formulário, em que o participante poderia pontuar diversos elementos considerados por ele no aspecto da reforma do Mineirão ter se tornado uma motivação para frequentar o estádio.

se que o cumprimento das exigências da FIFA em termos de segurança e conforto também são fatores que aumentam a atratividade do estádio. Estes resultados, inclusive, corroboram os resultados da pesquisa realizada por Fagundes e Veiga (2013). Segundo estes autores, segurança, conforto e a qualidade dos serviços oferecidos nas novas arenas brasileiras são os principais aspectos que incidem na satisfação e na intenção de retorno do torcedor ao estádio.

Dessa forma, a soma dos aspectos destacados na tabela acima indica que, em grande medida, a reforma do Mineirão e a sua adequação ao padrão contemporâneo, nivelada a das melhores, mais modernas e exemplares arenas multiuso do cenário internacional (BARRETO; NASCIMENTO, 2011), aumentou a sua potencialidade turística, possibilitando uma avaliação positiva do estádio por parte dos torcedores visitantes.

4.5 Utilização de serviços turísticos

Neste item serão apresentados e analisados os resultados referentes à utilização dos serviços turísticos por parte do torcedor visitante, destacando os meios de transportes usados até a chegada a Belo Horizonte e os principais meios de hospedagem utilizados na cidade – com ênfase na discussão a respeito da região da Pampulha.

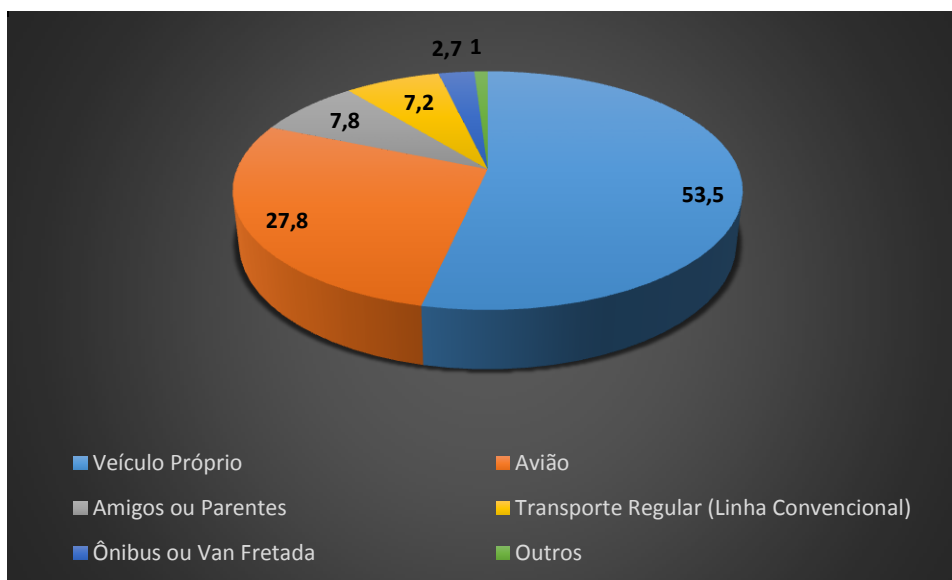
A análise dos dados que seguem é de suma importância, uma vez que a definição fundamental do turismo corresponde a um conjunto de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos de indivíduos para fora de suas residências habituais com reflexo na utilização de meios de transportes, hospedagem e serviços de alimentos e bebidas (A&B) (ANDRADE, 1999; LAGE; MILONE, 2000).

4.5.1 Meio de transporte

Conforme dito anteriormente, o desenvolvimento dos meios de transportes – como consequência do processo de industrialização – é tido como um dos principais fatores que explicam a ascensão da prática do turismo esportivo nas últimas décadas (STANDEVEN; DE KNOP, 1999; CARVALHO; LOURENÇO, 2008). Segundo Ignarra (2001), com o desenvolvimento dos meios de transporte emerge também o conceito de transporte turístico,

que abarca diferentes meios de locomoção, como, por exemplo, aéreo, rodoviário e ferroviário.

Sobre os resultados referentes à utilização dos meios de transportes por parte do torcedor visitante até Belo Horizonte, observa-se o gráfico a seguir:

GRÁFICO 14 – Meios de transporte utilizados até Belo Horizonte¹⁷⁶ (%)

Fonte: Dados primários da pesquisa

De acordo com as informações contidas no Gráfico 14, observa-se que, de modo geral, o principal meio de transporte utilizado até Belo Horizonte foi veículo próprio. Considerando a categorização de transportes turísticos proposta por Ignarra (2001), predominou a utilização do meio de transporte rodoviário, com 72,2% do total – somando-se as opções de veículo próprio, de amigos ou parentes, transporte regular, ônibus ou van fretada, ônibus de torcida organizada e veículo alugado.

A partir destes resultados, há de se ressaltar dois projetos do PEI que foram mencionados anteriormente.

Primeiramente, destaca-se de maneira positiva o projeto “Acesso a Belo Horizonte”, pois as obras de mobilidade urbana que visaram à melhoria do acesso à cidade – potencializadas devido à realização da Copa – contribuem para o deslocamento do grande fluxo de torcedores que viajam para assistir a jogos no “novo” Mineirão utilizando meios de transportes rodoviários.

Não obstante, ressalta-se o não cumprimento do projeto que previa a criação e a revitalização dos terminais rodoviários da cidade, uma vez que a ineficiência na execução deste projeto coincide com o baixo número de torcedores que viajaram até Belo Horizonte utilizando como meio de transporte uma linha convencional de ônibus com percurso a partir da cidade em que mora até a capital mineira.

¹⁷⁶ A categoria “Outros” abarca as opções: veículo alugado e ônibus de torcida organizada. Estes dados foram agrupados na mesma categoria, pois, separadamente, cada uma destas opções representa menos de 1% do total.

Ademais, relacionando-se os resultados expostos no Gráfico 14 com a variáveis em relação à localidade de moradia habitual, percebem-se outras tendências.

TABELA 5 – Meio de transporte utilizado até Belo Horizonte
(localidade de moradia habitual)

Meio de transporte utilizado até Belo Horizonte (localidade de moradia habitual) – percentual válido (%)		
Meio de transporte	1	2
Veículo próprio	72,4	14,0
Avião	2,8	78,0
Veículo de amigos ou parentes	9,8	7,0
Transporte regular (linha convencional)	10,3	0,83
Ônibus ou van fretada	3,7	0,17
Outros	1,0	-
TOTAL	100	100

1 = Minas Gerais;

2 = Outros Estados.

Fonte: Dados primários da pesquisa

Diante dos resultados expostos na Tabela 5, afere-se que a localidade de moradia habitual do torcedor visitante é fator primordial na escolha do meio de transporte a ser utilizado no deslocamento até a capital mineira. Tratando-se apenas dos torcedores que moram em Minas Gerais, aumenta-se em grande parte o predomínio da utilização do meio de transporte rodoviário.

Já entre os torcedores oriundos de outros Estados, prevalece o meio de transporte aéreo. Neste caso, a utilização de avião foi maior do que entre os torcedores brasileiros que viajaram pelo país durante a Copa.¹⁷⁷ Perante o grande número de torcedores que viajam para Belo Horizonte utilizando avião, destaca-se a importância do projeto que visou à ampliação e à melhoria do Aeroporto Internacional Tancredo Neves¹⁷⁸ – vinculado à Matriz de Responsabilidade – pois os resultados de tais intervenções visam resultar na melhoria da

¹⁷⁷ De acordo com a pesquisa realizada pela FGV (2014), a respeito da prática do turismo doméstico realizado durante a Copa, prevaleceu-se a utilização dos seguintes meios de transporte: avião, 55%; carro próprio, de amigos ou familiares, 27,5%; ônibus regular, 14,3% e outros, 3,2%.

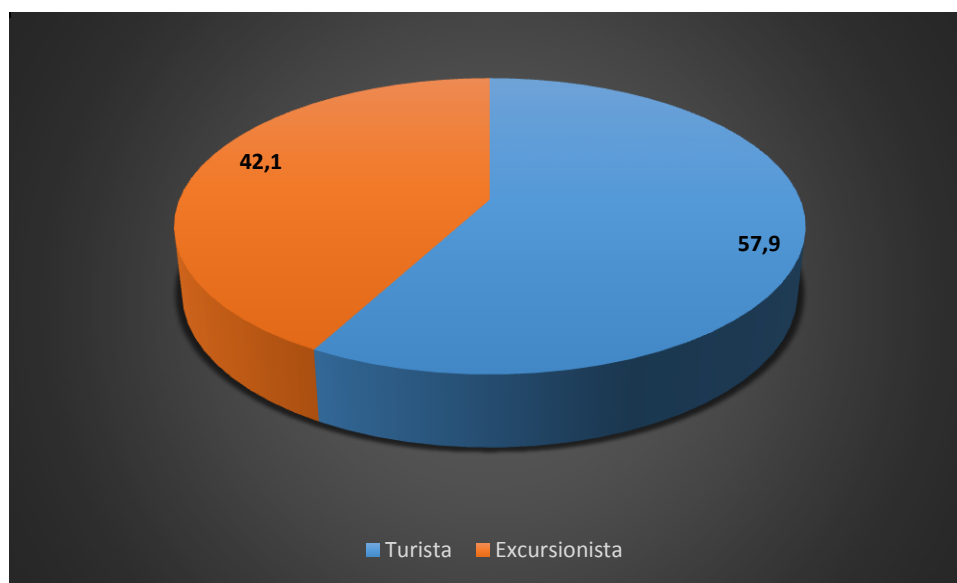
¹⁷⁸ Este aeroporto é conhecido popularmente como Aeroporto de Confins e fica localizado na Região Metropolitana da capital mineira, numa distância aproximada de quarenta quilômetros até Belo Horizonte.

satisfação¹⁷⁹ do turista, inclusive, abarcando o grande número de turistas futebolísticos que visitam a cidade.

4.5.2 Turistas / Excursionistas

Conforme elucidado anteriormente, a OMT separa o visitante em duas categorias: *turista* – o visitante que desfruta de, pelo menos, uma pernoite em alojamento coletivo ou particular no lugar visitado – e *excursionista*– visitante que não pernoita em alojamento coletivo ou particular no lugar visitado. Portanto, antes de se discutir os dados em relação à utilização dos meios de hospedagem por parte do torcedor visitante, torna-se necessário apresentar os resultados a respeito da participação de turistas e excursionistas nesta pesquisa.

GRÁFICO 15 – Relação turistas/excursionistas entre os torcedores visitantes (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

De acordo com os resultados expostos no Gráfico 15, observa-se que a maioria dos torcedores visitantes pode ser considerada turista, ou seja, passam, pelo menos, uma noite em Belo Horizonte. Este resultado é significativo, pois indica uma mudança em relação à

¹⁷⁹ De com a Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte – BELOTUR, “o Aeroporto Internacional Tancredo Neves – Confins recebeu o prêmio Boa Viagem, concedido pela Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC ao aeroporto de cidade sede da Copa do Mundo Brasil FIFA com o melhor atendimento”. Disponível em: http://belohorizonte.mg.gov.br/sites/belohorizonte.pbh.gov.br/files/anexos/belotur/caderno_de_dados_2014.pdf. (Acesso em: 13/04/2015.)

configuração das viagens futebolísticas realizadas no Brasil, uma vez que Paz (2006) havia identificado que grande parte das viagens envolvendo o futebol acontecia no sistema do excursionismo. Todavia, estes dados são inferiores aos resultados encontrados por Allan *et al.*(2006), que observaram um predomínio ainda maior, de 78%, na participação de turistas nas viagens futebolísticas realizadas na Escócia.

Não obstante, ressalta-se também que os resultados apresentados no Gráfico15 demonstram outras conotações quando relacionados com as variáveis a respeito da localidade de moradia habitual do torcedor visitante, principal motivo da viagem até a capital mineira e o dia da realização da partida.

TABELA 6 – Variáveis associadas com as categorias turista/excursionista (%)

Turistas/Excursionistas – Localidade de moradia habitual e principal motivo da viagem até Belo Horizonte – percentual válido (%)						
Turista/Excursionista	1	2	3	4	5	6
Turista	38,3	97,0	39,5	88,8	70,25%	45,6%
Excursionista	61,7	3,0	60,5	11,2	29,75%	54,4%
TOTAL	100	100	100	100	100	100

1 = Minas Gerais;

2 = Outros estados;

3 = Principal motivo da viagem: assistir a uma partida de futebol na capital mineira;

4 = Principal motivo da viagem: outras motivações distintas do futebol;

5 = Jogos em dias da semana (quartas e quintas-feiras);

6 =Jogos em fins de semana (sábados e domingos).

Fonte: Dados primários da pesquisa

Em relação às informações contidas na Tabela 7, notam-se algumas tendências. Observa-se que, no caso dos torcedores visitantes que moram em cidades mineiras e no caso dos torcedores cuja motivação principal da viagem é o futebol, predomina-se o excursionismo, porém, ainda assim, os turistas apresentam-se com certa representatividade.

No entanto, tratando-se dos torcedores visitantes que moram em outros Estados e os torcedores que viajaram até Belo Horizonte por razão principal que não seja o futebol, há um predomínio dos turistas, principalmente no caso dos torcedores que não moram em Minas Gerais. Assim, esses números são, inclusive, superiores ao número de torcedores brasileiros

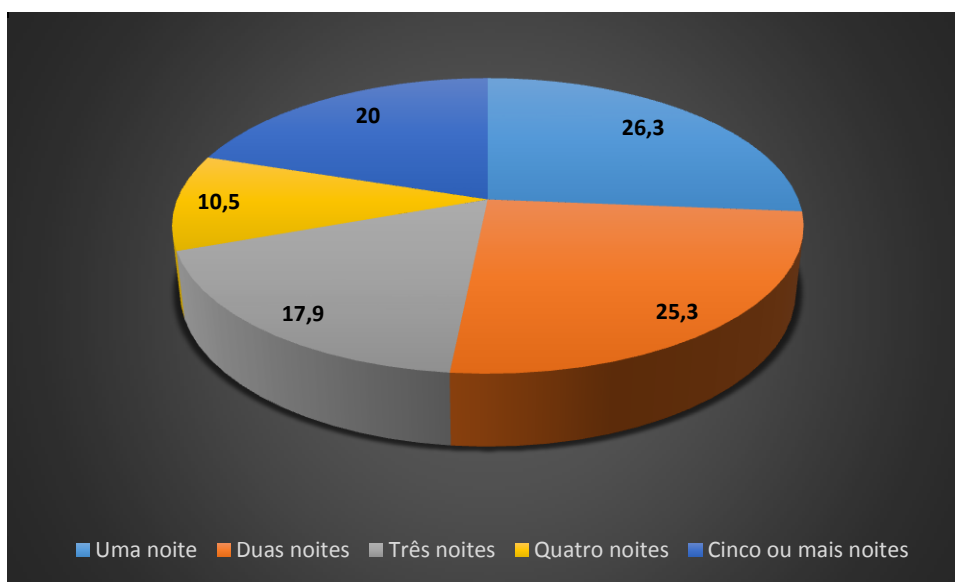
que viajaram durante a Copa pelo país e pernoveram pelo menos uma vez na cidade de destino.¹⁸⁰

É importante ressaltar também que, diferentemente da pesquisa de Allan *et al.* (2007), na qual os resultados indicam haver um maior predomínio de turistas em jogos realizados aos fins de semana (sábado e domingo), percebe-se que, no caso de Belo Horizonte, a presença do turista foi mais significativa em jogos que aconteceram em dias da semana (quartas e quintas-feiras). Em grande medida, este resultado justifica-se devido à representatividade de torcedores que viajaram por motivo principal de trabalho ou estudos, pois, como foi dito anteriormente, estes compromissos são mais comuns de ocorrerem em dias da semana.

4.5.2.1 Pernoites

No Gráfico 16, estão expostos os resultados referentes à quantidade de noites que o torcedor visitante permaneceu em Belo Horizonte.

GRÁFICO 16 – Quantidade de pernoveras realizadas em Belo Horizonte (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

¹⁸⁰ De acordo com a pesquisa realizada pela FGV (2014), 83,8% dos torcedores brasileiros pernoveram pelo menos uma vez na cidade em que visitaram durante a Copa.

De maneira geral, nota-se que a maioria dos torcedores turistas passou uma ou duas noites na capital mineira. Considerando-se os resultados do Gráfico 16, afere-se que o torcedor permanece, em média, 2,72 dias na cidade. Comparando-se este dado com os resultados da pesquisa realizada pela Belotur – sobre a demanda turística da cidade no ano de 2014 – percebe-se que o tempo de permanência do turista futebolístico é inferior aos demais tipos de turistas que visitam a cidade.¹⁸¹

Todavia, assim como em relação à análise da presença dos turistas e excursionistas entre os torcedores visitantes, os resultados sobre o tempo de permanência dos torcedores turistas também apresentam especificidades quando relacionados com as variáveis sobre a localidade de moradia habitual e o principal motivo da viagem até Belo Horizonte.

TABELA 7 – Associação entre as variáveis com o número de pernoites realizadas em Belo Horizonte

Pernoites (localidade de moradia habitual e principal motivo da viagem até BH) – percentual válido (%)				
Pernoites	1	2	3	4
Uma noite	45,0	9,2	44,4	12,8
Dois noites	26,3	24,0	34,6	18,3
Três noites	15,0	21,0	9,9	23,9
Quatro noites	5,0	12,0	2,5	16,5
Cinco ou mais noites	8,8	34,0	8,6	28,4
TOTAL	100	100	100	100

1 = Minas Gerais;

2 = Outros Estados;

3 = Principal motivo da viagem: assistir a uma partida de futebol na capital mineira;

4 = Principal motivo da viagem: outras motivações distintas do futebol.

Fonte: Dados primários da pesquisa

Conforme é possível observar na Tabela 7, quando se trata do torcedor turista que mora em Minas Gerais e do torcedor turista cujo motivo principal da viagem é o futebol, grande parte fica apenas uma noite na capital mineira. No entanto, entre os torcedores turistas de outros Estados e entre aqueles cujo motivo principal da viagem não foi o futebol, percebe-se que o tempo de permanência na cidade aumenta.¹⁸²

¹⁸¹ De acordo com a pesquisa realizada pela Belotur, a média de permanência dos turistas na capital mineira no ano de 2014 foi de seis dias.

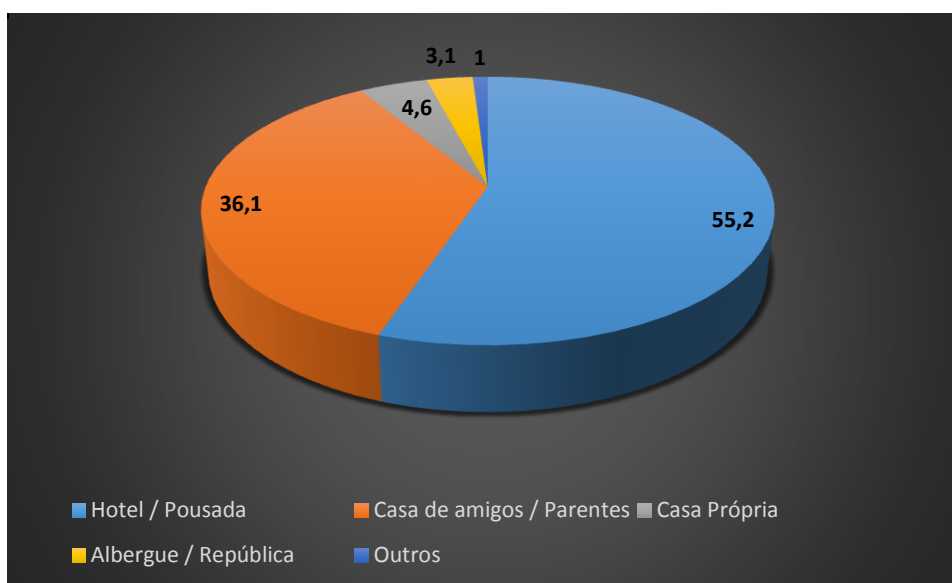
¹⁸² O tempo médio de permanência na capital mineira do turista que mora em Minas Gerais é de 2,06 dias, ao passo que os torcedores turistas que moram em outros Estados ficam na cidade, em média, 3,21 dias. Entre os

4.5.3 Meio de hospedagem

Conforme foi visto anteriormente, a atividade turística difere do excursionismo devido à necessidade do visitante permanecer pelo menos uma noite na cidade em que está visitando. Segundo Lohmann e Panosso Netto (2008, p. 69), os serviços de hospedagem podem ser divididos em *doméstico* (“fornecimento de pouso e abrigo em casa para as pessoas”), *público* (“a hospitalidade proporcionada pela cidade e pelo país, incluindo hospitais, casas de saúde, presídios”) e *comercial* (hotéis, pousadas e etc.).

A partir desta definição, o gráfico a seguir elucida os resultados acerca dos meios de hospedagem utilizados pelos torcedores turistas.

GRÁFICO 17 – Meios de hospedagem utilizados pelos torcedores turistas (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Conforme resultados explicitados no Gráfico 17, nota-se que a maioria dos torcedores turistas utilizou hotel ou pousada como meio de hospedagem. Dessa forma, estes dados diferem-se dos resultados de outros estudos já realizados. Na pesquisa de Tikander (2010), o autor identificou que, quando foi necessário, o turista futebolístico se hospedar na cidade de destino, prevaleceu-se o uso de hospedagem doméstica em casa de amigos ou parentes.

torcedores que viajaram com a motivação principal de assistir a um jogo de futebol, a média de permanência em Belo Horizonte é de 1,96 dias, já para os torcedores que tiveram outros motivos para viajar, esta média aumenta para 3,29 dias.

Comparando-se os dados do Gráfico 17 com a pesquisa da Belotur, nota-se um aumento significativo em relação à demanda habitual por hotéis/pousadas na cidade. Os resultados da pesquisa supracitada indicam que 57,6% dos turistas que visitaram a capital mineira no ano de 2014 utilizaram a casa de amigos ou parentes como meio de hospedagem, enquanto apenas 33,1% disseram ter usado hotel ou pousada.

O uso de hotel ou pousada como principal meio de hospedagem entre os torcedores turistas que frequentaram o “novo” Mineirão no ano de 2014 também foi superior quando se compara com os dados da pesquisa realizada durante Copa, pois, entre os turistas brasileiros que viajaram pelo país durante esse megaevento, 48,2% pernoitaram em casa de amigos ou parentes e 45% hospedaram-se em hotéis/pousadas.¹⁸³

Diante de tais resultados, apreende-se que a prática do turismo futebolístico em Belo Horizonte pode contribuir para o desenvolvimento e a viabilidade operacional e econômica do setor. Segundo Taylor (2013), o futebol desempenha um papel significativo na atração turística para região de Manchester, na Inglaterra, sendo que as taxas de ocupação média dos hotéis nos dias de jogos é de 85% em comparação com 70% nos dias em que não há futebol. De acordo com Sácristan *et al.* (2014), a maior parte da geração de renda proveniente da prática do turismo futebolístico na cidade de Madri, na Espanha, concentra-se no setor da hotelaria.

Não obstante, é importante ressaltar que o tipo de hospedagem demandado pelos torcedores turistas varia de acordo com o aspecto em relação à renda média familiar.

¹⁸³ Estes resultados fazem parte da pesquisa realizada pela FGV (2014).

TABELA 8 – Meios de hospedagem utilizados pelos torcedores turistas (renda) – (%)

Meio de hospedagem (renda) – percentual válido (%)		
Meio de hospedagem	1	2
Hotel/Pousada	39,0	60,0
Casa de amigos/Parentes	51,0	32,0
Casa própria	4,0	5,0
Albergue/República	5,0	2,0
Outros	1,0	1,0
TOTAL	100	100

1 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando-se apenas as menores faixas de renda (R\$ 363,00 a R\$ 724,00; R\$ 725,00 a R\$ 1.448,00; R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00);

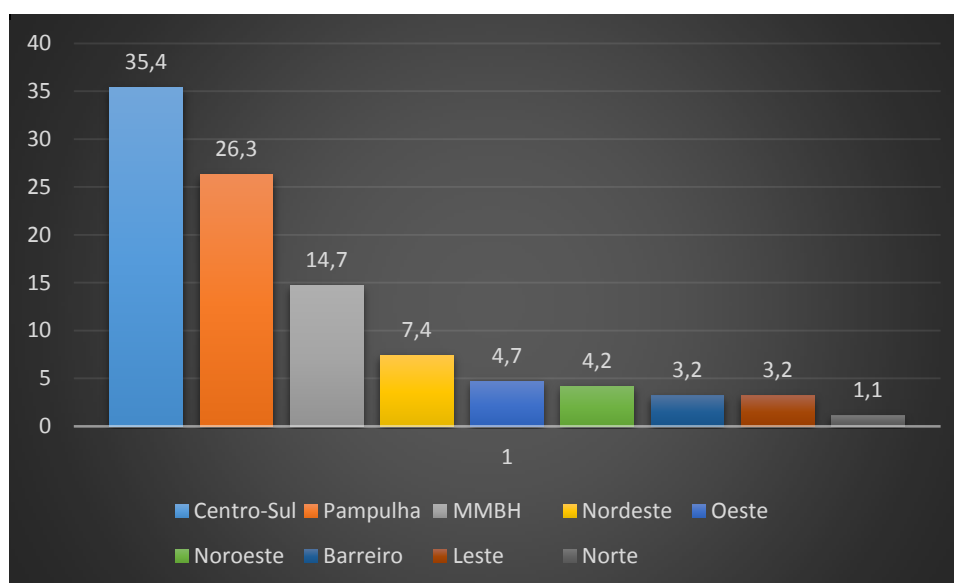
2 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando-se apenas as maiores faixa de renda (R\$ 3.621,00 a R\$ 7.240,00; R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480,00; R\$ 14.481,00 ou mais).

Fonte: Dados primários da pesquisa

Portanto, de acordo com as informações contidas na tabela acima, percebe-se que, entre os torcedores que possuem as menores rendas, a casa de amigos ou de parentes prevalece como o principal meio de hospedagem utilizado na cidade, todavia, tratando-se dos torcedores que possuem as rendas mais altas, o uso de hotéis/pousadas é preponderante. Assim, percebe-se que o aspecto financeiro, além de se configurar como elemento primordial na formação da demanda turística, também influencia na quantidade de serviços turísticos consumidos na localidade.

4.5.3.1 Localização da hospedagem

Além dos resultados referentes aos tipos de hospedagem demandados pelo torcedor turista, é importante apresentar os dados em relação à sua localização, considerando-se a divisão da cidade através de suas regionais.

GRÁFICO 18 – Localização do meio de hospedagem utilizado pelo torcedor turista (%)

Fonte: Dados primários da pesquisa

De maneira geral, considerando-se todas as opções de meio de hospedagem apresentadas no Gráfico 17 – hotel/pousada, casa de amigos/parentes, casa própria, albergue/república e outros – percebe-se que as regionais Centro-Sul e Pampulha foram as principais localidades escolhidas pelo torcedor para se hospedar em Belo Horizonte. Contudo, relacionando esta variável com a variável a respeito do principal motivo da viagem até a capital mineira, observa-se outra tendência.

TABELA 9 – Localização dos meios de hospedagem utilizados pelo torcedor turista (%)

Localização da hospedagem (principal motivo da viagem até Belo Horizonte) – percentual válido (%)		
Localização da hospedagem	1	2
Centro-Sul	28,4	40,3
Pampulha	32,1	22,0
MMBH	12,3	16,5
Nordeste	12,3	3,7
Oeste	3,7	5,5
Noroeste	2,5	5,5
Barreiro	2,5	3,7
Leste	3,7	2,8
Norte	2,5	-
TOTAL	100	100

1 = Assistir a uma partida de futebol no “novo” Mineirão;
2 = Outras motivações.

Fonte: Dados primários da pesquisa

A Tabela 9 demonstra que, quando se trata do torcedor que viajou para Belo Horizonte com a motivação principal de assistir a uma partida de futebol no “novo” Mineirão, a Pampulha foi a regional mais procurada, contudo, quando a razão principal da viagem não foi o futebol, a regional Centro-Sul continua sendo a mais escolhida.

Conforme foi dito ao longo do texto, o Mineirão localiza-se estrategicamente na Pampulha – próximo dos principais atrativos e serviços turísticos ofertados na região – com isso, aumenta-se a possibilidade do torcedor que viajou em razão principal do futebol querer se hospedar próximo ao estádio. De acordo com Raatikainen (2013), apoiar o time para o qual se torce e a atmosfera que envolve a partida são considerados como os principais aspectos associados ao motivo de se querer viajar para assistir a uma partida de futebol. Dessa forma, o torcedor turista que se hospeda próximo ao estádio tem a possibilidade de vivenciar a atmosfera do jogo mais incisivamente.

Segundo Campos e Silva (2013), o Mineirão possui uma característica peculiar que vem, por conseguinte, resistir mesmo com a reforma do estádio, que são as diversas formas de sociabilidade suscitadas entre os torcedores no entorno do estádio em dias de jogos, inclusive, são essas manifestações que criam uma atmosfera de festa e celebração nos momentos precedem a realização das partidas.

FIGURA 16 – Confraternização entre os torcedores do Cruzeiro no entorno do Mineirão¹⁸⁴



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

Ademais, dentre os torcedores que optaram se hospedar em outras regionais da cidade – principalmente a Centro-Sul – destaca-se a importância das ações em prol da melhoria da mobilidade urbana, como, por exemplo, a implantação do sistema BRT na Avenida Antônio Carlos – uma das principais vias de acesso entre o centro da cidade e a região da Pampulha – e a criação de uma linha MOVE exclusiva, dando acesso direto entre o centro da cidade e o Mineirão em dias jogos.¹⁸⁵

¹⁸⁴ Concentração da torcida do Cruzeiro na Avenida Alfredo Camarate, próxima ao Mineirão.

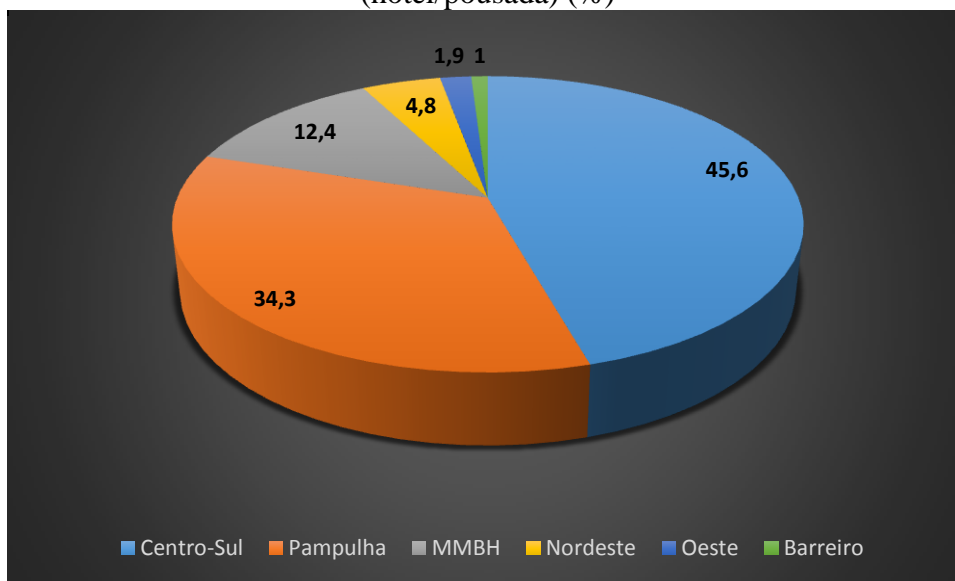
¹⁸⁵ Apesar de tais melhorias, mais à frente informaremos que uma das principais dificuldades encontradas pelos torcedores visitantes na região da Pampulha refere-se à questão do trânsito.

4.5.3.1.1 Localização dos meios de hospedagem comercial (hotel/pousada)

Devido ao grande número de torcedores turistas que optaram por se hospedar em hotéis/pousadas – inclusive bem superior que a demanda habitual da cidade – torna-se importante abordar este aspecto mais detalhadamente.

De acordo com o último levantamento realizado pela Belotur, Belo Horizonte e a região metropolitana dispõem de, aproximadamente, 31.240 leitos e 128 hotéis/pousadas, sendo que, destes, 37 foram inaugurados em 2014, em cumprimento às diretrizes do PEI, especificamente ao projeto “Rede Hoteleira”, que visou ampliar a infraestrutura da rede hoteleira da cidade. Os hotéis e as pousadas, em sua maioria, estão distribuídos nas regionais Centro-Sul e Pampulha. Assim, os resultados expostos no Gráfico 19 corroboram a oferta de hospedagem comercial da cidade.

GRÁFICO 19 – Localização do meio de hospedagem utilizado pelo torcedor turista (hotel/pousada) (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

Quando se analisa a demanda por hotéis/pousadas, nota-se que as opções escolhidas pelo torcedor turista restringem-se a poucas regionais, sendo que a maioria optou pela regional Centro-Sul ou Pampulha. Não obstante, a associação dos resultados apresentados no Gráfico 19 com a variável sobre a motivação da viagem do torcedor, indica a mesma tendência observada nos resultados expostos na Tabela 9.

TABELA 10 – Localização da hospedagem (hotel/pousada)

Localização do meio de hospedagem – Hotel/Pousada –		
(Principal motivo da viagem até Belo Horizonte) – percentual válido (%)		
Localização do meio de hospedagem	1	2
Centro-Sul	35,7	52,4
Pampulha	47,6	25,4
MMBH	4,8	17,5
Nordeste	11,9	-
Oeste	-	3,1
Barreiro	-	1,6
TOTAL	100	100

1 = Assistir a uma partida de futebol no “novo” Mineirão;

2 = Outras motivações.

Fonte: Dados primários da pesquisa

De acordo com as informações contidas na Tabela 10, nota-se que, quando o motivo principal da viagem do torcedor é assistir a uma partida de futebol no “novo” Mineirão, as opções de hotéis/pousadas que existem na Pampulha são mais demandadas.

Dessa forma, estes resultados ratificam algumas premissas pontuadas anteriormente – quando se analisou os aspectos em relação à realização da Copa em Belo Horizonte e as transformações no espaço urbano da cidade, com foco na atividade turística desenvolvida na região da Pampulha. Confirma-se, portanto, que o aumento da oferta de hotéis e pousadas na Pampulha pode ser visto como um legado da Copa, servindo como novas opções de hospedagem para o turista que visita à região, principalmente, o turista futebolístico que frequenta o estádio durante a temporada regular do futebol brasileiro.

4.5.3.1.1.1 Avaliação dos meios de hospedagem comercial da Pampulha (hotel/pousada)

A Pampulha foi idealizada para se tornar o espaço oficial do turismo na capital mineira, para tanto, era necessário que a região ofertasse um produto turístico diversificado e de qualidade. Contudo, conforme foi dito anteriormente, por muitas décadas a oferta turística

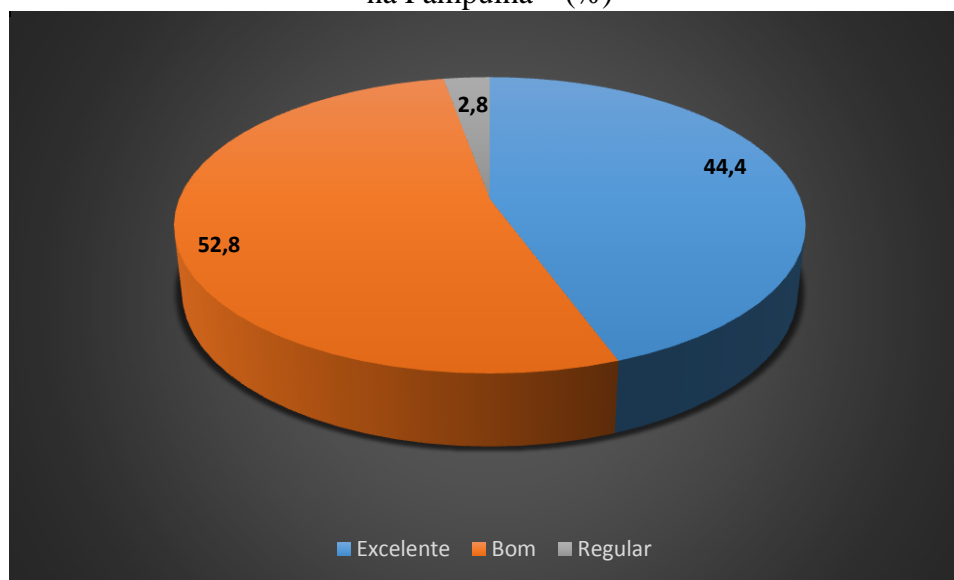
da Pampulha limitou-se apenas aos seus atrativos, pois, paradoxalmente, a legislação impedia o uso não residencial da região.

A ampliação das possibilidades de localização de atividades econômicas na Pampulha foi permitida legalmente apenas com a promulgação da Lei nº. 9.037/2005, no entanto, a permissividade da atividade hoteleira aconteceu somente após a instauração da Lei nº. 9.959/2010. É importante ressaltar novamente este fato, uma vez que a oferta de serviços de hospedagem – especialmente a hospedagem comercial como hotel e pousada – é fundamental para a permanência do turista na localidade visitada.

“A hotelaria é um componente necessário ao desenvolvimento do turismo dentro de qualquer destino que busque servir a turistas” (COOPER *et al.*, 2007, p. 384), atendendo aos vários tipos de turismo. Assim, o fomento da atividade hoteleira na região da Pampulha, especialmente após a realização da Copa, beneficia, sobretudo, a demanda de turistas futebolísticos, pois os jogos de futebol são realizados no Mineirão durante todo o ano.

Para atender às necessidades dos turistas, os diversos tipos de serviços turísticos devem ser revestidos de qualidade. Dessa forma, buscou-se identificar a avaliação que os torcedores turistas fizeram da hospedagem – hotel e pousada – utilizada na Pampulha.

GRÁFICO 20 – Avaliação do meio de hospedagem (hotel/pousada) utilizado na Pampulha – (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

De modo geral, nota-se que os serviços de hospedagem foram bem avaliados. Considerando-se a soma dos resultados entre os torcedores turistas que acharam a prestação

do serviço excelente ou bom, o resultado é de 96,4%. É importante enfatizar também que não houve torcedor que considerou a hospedagem ruim ou péssima.

4.5.3.1.2 Motivo de não ter utilizado hospedagem comercial (hotel/pousada) na Pampulha

Em relação aos torcedores visitantes que não utilizaram hospedagem comercial na Pampulha, perguntou-se a eles a razão desta escolha. Com isso, 32,6% disseram que o principal motivo foi a proximidade entre Belo Horizonte e a cidade em que mora (foi visto anteriormente que muitos dos torcedores moram na MMBH); 28,6% afirmaram ter outras opções na cidade, como casa de amigos/parentes ou casa própria (foi visto também que a opção de hospedagem em casa de amigos ou parentes foi a segunda opção de hospedagem mais utilizada na cidade); 15,2% preferiram voltar para casa após o jogo (configurando-se, neste caso, a prática do excursionismo); 8,9% preferiram se hospedar em outras regionais devido às opções de lazer (para estes, existem outras regiões da cidade que oferecem melhores atrações e serviços turísticos que a Pampulha); 8,1% preferiram se hospedar em outras regionais por motivo de trabalho ou estudos (esta opção condiz com os resultados da pesquisa que indicam que, entre os torcedores que viajaram para capital mineira com motivação distinta do futebol, prevaleceram-se as razões profissionais); 4,1% disseram que não se hospedaram na Pampulha, pois não obtiveram acesso/informações sobre as ofertas da região (isso indica que, apesar de ter havido aumento da oferta, ainda não há uma publicidade eficiente¹⁸⁶); e, ainda, 3% que disseram não terem se hospedado na Pampulha devido aos preços cobrados pelo serviço de hospedagem comercial na região.

¹⁸⁶ “O nível de investimentos em publicidade tem efeito direto na demanda turística, ainda que a propaganda boca a boca também seja uma forma poderosa de divulgar um produto ou destino turístico” (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008, p. 239).

4.6 Gastos com a viagem e consumo turismo na Pampulha

Neste item serão elucidados e discutidos os resultados em relação aos gastos efetuados pelo torcedor nas viagens envolvendo participação em jogos de futebol no “novo” Mineirão, o consumo turístico realizado na região da Pampulha, a avaliação do aspecto turístico da região e a principal dificuldade encontrada durante o tempo de permanência na localidade, e ainda, se houve visita a atrativos turísticos em outras regiões da cidade.

Ressalta-se que os dados a respeito dos gastos abarcam o valor total desembolsado pelo torcedor com realização da viagem – incluindo todos os tipos de gastos (ingresso¹⁸⁷, transporte, hospedagem, alimentação e etc.) – destacando-se a área em que ocorreu o principal gasto. Sobre os dados sobre o consumo turístico na Pampulha, evidenciam-se a demanda por atrações turísticas na região e o consumo de serviços turístico ofertados na localidade, como, por exemplo, bares, restaurantes e serviços de ambulantes/barraqueiros.

4.6.1 Gastos totais com a viagem

De acordo com Cooper *et al.* (2007, p. 180), no cenário mundial, ainda são incipientes as pesquisas que buscam identificar os gastos efetuados pelos visitantes em atividades turísticas, “em nível doméstico, a disponibilidade de dados sobre despesas turísticas é muito mais escassa”.¹⁸⁸ Assim, esses autores chamam atenção para a necessidade de “desenvolver pesquisas específicas sobre despesas turísticas para determinar os gastos dos turistas em áreas em particular”.

Tratando-se especificamente do turismo esportivo, é importante manter-se atento ao fato de que, quando os turistas de eventos esportivos são convidados a projetarem seus gastos durante suas viagens, eles geralmente o superestimam (WANG; SUTTON, 1996 *apud* GIBSON, 1998). No entanto, deve-se considerar que o turista de eventos esportivos,

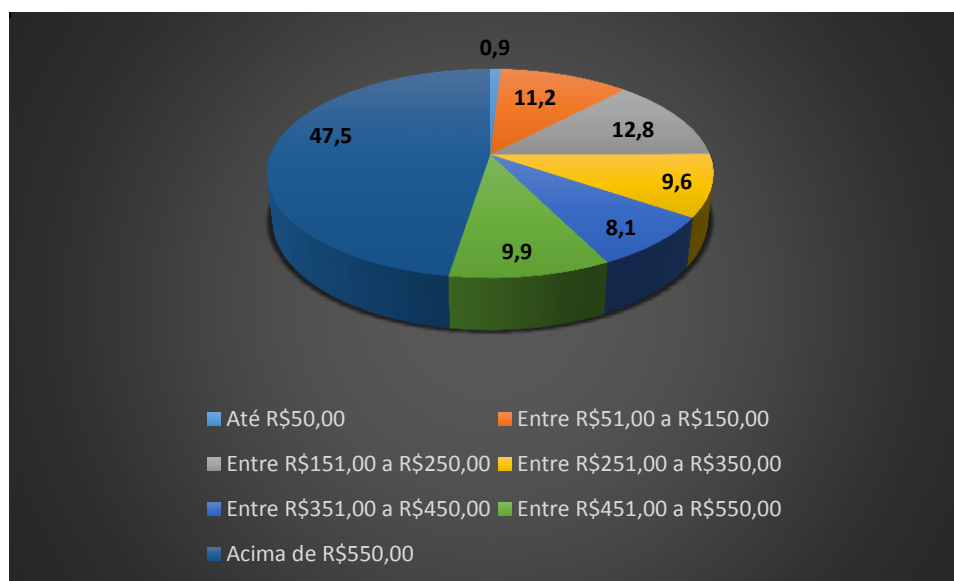
¹⁸⁷ É importante ressaltar que, entre os sócio-torcedores, dependendo da modalidade, não há necessidade da aquisição do ingresso da partida, pois o acesso ao estádio é garantido desde que a mensalidade esteja sendo paga em dia.

¹⁸⁸ Destaca-se o aspecto em relação ao turismo doméstico, pois, como visto anteriormente, a maioria dos torcedores visitantes abarcados nesta pesquisa são oriundos do próprio país.

especificamente os fãs de futebol, geralmente gastam mais dinheiro no destino em que está visitando comparando-se com os demais tipos de visitantes.¹⁸⁹

A partir deste entendimento, a questão relacionada com o gasto médio efetuado por cada torcedor visitante buscou identificar todo o gasto realizado com a viagem, desde o momento em que o torcedor deixa a sua cidade até o seu retorno.

GRÁFICO 21 – Quantia de gastos efetuada pelo torcedor visitante (%)



Fonte: Dados primários da pesquisa

De acordo com os dados expostos no Gráfico 21, percebe-se que grande parte do torcedor visitante gastou um montante acima de R\$ 550,00 com a realização da viagem. Comparando-se este resultado com os dados da pesquisa realizada pela Belotur, observa-se certa equidade, pois o gasto médio do visitante – considerando todos os tipos de turismo – que visitou a capital mineiro no ano de 2014 foi de R\$ 746,58 por viagem.

Comparando-se os resultados desta pesquisa com os dados da pesquisa realizada pelo Ministério do Turismo – Mtur¹⁹⁰, nota-se que a quantia de dinheiro gasta pelo torcedor nas viagens envolvendo participação em jogos de futebol no “novo” Mineirão é superior aos

¹⁸⁹ Como exemplo, pode-se citar os dados da pesquisa realizada por Taylor (2013). Segundo este pesquisador, a Premier League desempenha um papel importante no turismo britânico, atraindo torcedores que, além de querer assistir a uma partida – consumindo os insumos ligados ao espetáculo futebolístico – necessitam também se locomover, beber, comer e dormir na cidade. Diante de tais necessidades, os resultados da pesquisa indicam que os gastos dos turistas futebolísticos são elevados, pois estes visitantes gastam em torno de £ 800 em cada viagem realizada em razão do futebol, ao passo que o turista que visita o Reino Unido por outras motivações distintas do futebol gasta, em média, apenas £ 600.

¹⁹⁰ Turismo no Brasil: 2011-2014. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/noticias/todas_noticias/Noticias_download/Documento_referencial.pdf. (Acesso em: 12/04/2015.)

gastos efetuados pelos turistas que viajaram pelo país entre os anos de 2011-2014, ou seja, os gastos envolvendo a prática do turismo futebolístico em Belo Horizonte são superiores à média de gastos advindas do turismo doméstico em âmbito nacional, cujo valor é de R\$498,10. Assim, estes dados equiparam-se aos resultados identificados na pesquisa desenvolvida por Taylor (2013).

Não obstante, é importante ressaltar que algumas variáveis apresentam resultados peculiares, diferentes do padrão.

TABELA 11 – Associação de variáveis com os gastos efetuados com a viagem (%)

Gastos com a viagem (renda, local de moradia habitual e motivação da viagem) – percentual válido (%)						
Gastos com a viagem	1	2	3	4	5	6
Até R\$ 50,00	-	1	-	2,1	1,4	-
Entre R\$ 51,00 a R\$ 150,00	21	5	3,6	22	14,3	6,4
Entre R\$ 151,00 a R\$ 250,00	15	8	3,6	24,1	17,1	5,6
Entre R\$ 251,00 a R\$ 350,00	12	9	5,2	15,6	12,4	4,8
Entre R\$ 351,00 a R\$ 450,00	5	9	4,1	13,5	9	6,4
Entre R\$ 451,00 a R\$ 550,00	13	9	9,8	9,9	9,5	10,4
Acima de R\$ 550,00	34	59	72,7	12,8	36,2	66,4
TOTAL	100	100	100	100	100	100

1 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando apenas as menores faixas de renda (R\$ 363,00 a R\$ 724,00; R\$ 725,00 a R\$ 1.448,00; R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00);

2 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando apenas as maiores faixas de renda (R\$ 3.621,00 a R\$ 7.240,00; R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480; R\$ 14.481,00 ou mais);

3 = Turistas;

4 = Excursionistas;

5 = Principal motivo da viagem: assistir a uma partida de futebol na capital mineira;

6 = Principal motivo da viagem: outras motivações distintas do futebol.

Fonte: Dados primários da pesquisa

Diante dos resultados explícitos na Tabela 10, nota-se que, quando se mensura especificamente os gastos efetuados na viagem a partir da variável renda, tanto nos grupos de

torcedores que possuem as menores rendas quanto nos grupos que se situam entre as maiores rendas prevalecem os gastos acima de R\$ 550,00. Ressalta-se que a representatividade desta faixa de gastos é maior no caso dos torcedores que possuem as rendas mais elevadas, no entanto, estes dados evidenciam que a prática do turismo futebolístico requer um gasto significativo, pois mesmo os que ganham menos gastam muito.

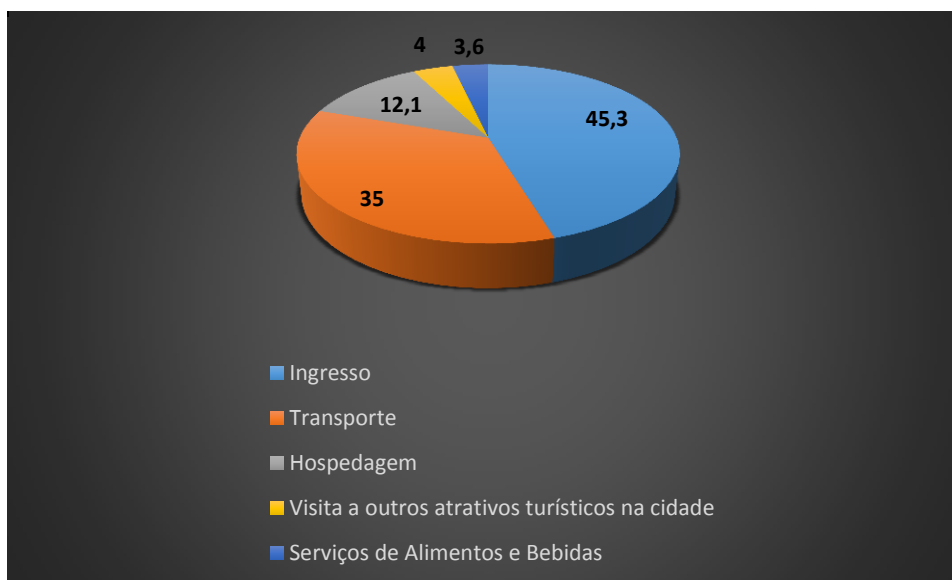
Quando se comparam os gastos efetuados entre os torcedores turistas e os excursionistas, observa-se grande disparidade. Entre os turistas, a maioria dos torcedores gasta um valor acima de R\$550,00 com a realização da viagem. Este resultado justifica-se, pois quanto maior for o tempo de permanência do torcedor na cidade, aumenta-se também a necessidade de consumo de bens e serviços ofertados no destino. Dessa forma, entre os excursionistas, os gastos são bem mais restritos.

Os resultados obtidos a partir da associação dos gastos efetuados com a viagem com a variável sobre a motivação principal do deslocamento indicam que, independente de qual seja o principal motivo da viagem, a maior representatividade dos gastos fica em torno de um valor superior a R\$550,00. Contudo, os gastos efetuados por torcedores que viajam tendo o futebol como motivação principal são inferiores aos gastos do torcedor cujo principal motivo da viagem não é o esporte.

De acordo com Carneiro (2000), cada evento esportivo representa a canalização de vultuosas importâncias para os locais em que os mesmos se realizam, em face dos dispêndios dos participantes que consomem diversos produtos e serviços, realizam gastos com restaurantes, pernoites, entretenimento, transporte local, comércio turístico, entre outros.

Os turistas gastam seu dinheiro em uma grande variedade de mercadorias e serviços fornecidos por uma ampla gama de empreendimentos. Por exemplo, eles pagam por hospedagem, alimentos e bebidas, comunicações, entretenimento, compras e serviços de turismo ou viagem (COOPER *et al.*, 2007, p. 177).

Na prática do turismo futebolístico, os tipos de gastos mencionados anteriormente por Carneiro (2000) e Cooper *et al.* (2007) são complementares aos gastos demandados com a participação no espetáculo futebolístico propriamente dito. Condizente com o emergente cenário do futebol brasileiro, no “novo” Mineirão, além dos gastos com os ingressos, o público que frequenta os jogos pode consumir outros produtos para além do espetáculo – estacionamento, produtos esportivos, comida, bebida e etc. (DAMO; OLIVEN, 2013). Assim, no gráfico a seguir é possível observar em quais áreas situam-se os principais gastos efetuados pelos torcedores durante as suas viagens.

GRÁFICO 22 – Principais gastos efetuados pelo torcedor visitante (%)

Fonte: Dados primários da pesquisa

De modo geral, nota-se que, para grande parte do torcedor, o principal gasto efetuado com viagem foi com o ingresso da partida. Este resultado condiz com a lógica dos estádios brasileiros que se transformaram em arenas, pois estes espaços foram remodelados e, por conseguinte, houve a diminuição dos lugares para os torcedores ditos tradicionais, que se notabilizavam em função do baixíssimo valor dos ingressos que dava acesso aos setores populares existentes antigamente (BARRETO; NASCIMENTO, 2011; CURI, 2012). A partir dos resultados expostos no Gráfico 22, torna-se evidente que a prática de ingressos caros, além de afastar do estádio um público de menor poder aquisitivo (MASCARENHAS, 2009), também apresenta implicações sobre os gastos do torcedor visitante em serviços turísticos, já que grande parte do dinheiro gasto com a viagem é reservada para a aquisição do ingresso do jogo.

Dessa forma, os dados sobre esta variável diferem-se dos resultados encontrados em outros estudos. Allan *et al.* (2007), estudando a prática do turismo futebolístico na Escócia, identificaram que todos os setores envolvendo a atividade turística tiveram aumento de suas receitas em dias de jogos de futebol, sendo observados grandes impactos, principalmente, nos setores de hotéis, A&B e transporte.

Walo *et al.* (1996) *apud* Gibson (2003), em pesquisa realizada na Austrália, observaram que a prática do turismo de eventos esportivos proporciona muitos benefícios para a comunidade local, que recebe grande impulso econômico, com fãs do esporte gastando mais com comida e bebidas. Todavia, conforme dados explícitos no Gráfico 22, o setor de

alimentos e bebidas foi o que obteve menor representatividade entre os gastos dos turistas futebolísticos presentes em jogos no “novo” Mineirão no ano de 2014.

Ressalta-se também que estes resultados apresentam variações quando relacionados com outras variáveis.

TABELA 12 – Associação de variáveis com o principal gasto efetuado com a viagem (%)

Principal gasto com a viagem (gasto com a viagem, local de moradia habitual e motivação da viagem) – percentual válido (%)						
Principal gasto com a viagem	1	2	3	4	5	6
Ingresso	65	41	22,2	78,1	58,2	23,6
Transporte	25	40	46,4	19	31,7	40,7
Hospedagem	1	11	20,1	-	4,8	24,4
Visita a outros atrativos turísticos na cidade	-	4	6,7	-	1,4	8,1
Alimentação	9	4	4,6	2,9	3,8	3,3
TOTAL	100	100	100	100	100	100

1 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando apenas os que gastaram até R\$ 350,00 com a realização da viagem;

2 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando apenas os que gastaram acima de R\$ 351,00 com a realização da viagem;

3 = Turista;

4 = Excursionista;

5 = Principal motivo da viagem: assistir a uma partida de futebol na capital mineira;

6 = Principal motivo da viagem: outras motivações distintas do futebol;

Fonte: Dados primários da pesquisa

De acordo com os dados expostos na Tabela 12, observa-se que, entre os torcedores que gastaram menor quantia com a viagem, até R\$ 350,00, aumentou a representatividade do ingresso como o principal gasto efetuado com a realização da viagem. Assim, nota-se que, entre os torcedores que se enquadram neste grupo, os gastos com os serviços turísticos são bem mais restritos quando comparados com os torcedores que gastaram um valor acima de R\$ 351,00. Neste segundo grupo, apesar do ingresso ainda representar o principal gasto da viagem, percebe-se um grande aumento em relação aos gastos com serviços turísticos, principalmente com transporte.

Segundo Cooper *et al.* (2007), a melhor forma de obter resultados mais fidedignos acerca dos gastos efetuados pelos sujeitos durante as suas viagens é analisar os dados a partir das categorias turistas e excursionistas, uma vez que, geralmente, os gastos dos excursionistas restringem-se à atividade principal desenvolvida no destino enquanto os gastos dos turistas são mais diversificados. Assim, percebe-se que, entre os torcedores excursionistas, aumenta-se, em grande medida, a representatividade do ingresso como principal gasto da viagem. Já entre os torcedores turistas, os serviços de transportes são os que demandaram maiores gastos e, ainda, crescem em representatividade os gastos efetuados com a hospedagem.

Estes resultados também se alteram quando se estabelece uma associação com a motivação da viagem. Entre os torcedores que viajaram tendo o futebol como a razão principal do deslocamento, nota-se que, para a maioria, o ingresso é o principal gasto efetuado na viagem, ao passo que, para os torcedores que viajaram com motivações principais distintas do futebol, destacam-se os gastos com serviços turísticos, sobretudo, transporte e hospedagem.

3.6.2 Consumo turístico na Pampulha

Após serem discutidos os dados acerca do montante de dinheiro desembolsado e os principais gastos efetuados pelos torcedores visitantes, neste subitem serão aclarados e analisados os resultados sobre a variável que condiz com um dos objetivos deste estudo, que é avaliar o consumo turístico na Pampulha agregado à vivência futebolística no “novo” Mineirão. Em decorrência da forma como a questão que abarca esta variável foi inserida no formulário – através de uma pergunta *semiaberta* – os resultados que serão expostos estão divididos em dois aspectos. Primeiramente, temos os resultados a respeito se houve ou não consumo turístico na Pampulha¹⁹¹ e, adiante, serão listados os atrativos turísticos mais visitados na região.

Os resultados acerca desta variável indicam que, de modo geral, apenas 29% dos torcedores visitantes disseram ter visitado outros atrativos turísticos e/ou utilizado serviços de A&B na Pampulha em dias de jogos de futebol realizados no Mineirão. Assim, para a

¹⁹¹ Entende-se, neste caso, por consumo turístico a visitação aos atrativos turísticos existentes na região e a utilização dos serviços de A&B. De acordo com a Belotur, as regionais Centro-Sul e Pampulha são também os principais centros gastronômicos da cidade.

maioria, 71%, a atratividade turística da região resume-se apenas ao estádio e aos jogos que nele são realizados. Estes dados diferem-se da percepção de Pinheiro (2012, p. 137) em relação ao contexto da capital gaúcha, pois este autor, apesar de reconhecer a atratividade turística que os estádios de Porto Alegre exercem, afirma que eles “sozinhos não possuem força para atrair os visitantes ao destino”.

A posição que o Mineirão assume como principal atrativo turístico da Pampulha¹⁹² se confirma quando se confronta este dado com os resultados de outras pesquisas já realizadas. Segundo Horta (2009), dentre os atrativos turísticos mais conhecidos da capital mineira, o Mineirão destaca-se perante os demais atrativos da Pampulha. Tratando-se exclusivamente dos atrativos turísticos desta região, os resultados da pesquisa de Assis e Capanema (2009) e de Bessa e Álvares (2010) indicam que o estádio é o atrativo que mais demanda visitação. Diante dos resultados destes estudos, percebe-se que o Mineirão já possuía um apelo turístico antes mesmo da reforma efetuada para a realização da Copa.

Mesmo que autores como Paz (2006) e Pinheiro (2012) concordem que há, no Brasil, um crescimento da prática do turismo futebolístico¹⁹³, no contexto da capital mineira ainda são poucos os torcedores que utilizam o tempo de permanência na cidade para vivenciar outras possibilidades de lazer existentes na Pampulha. Não obstante, diferente do contexto europeu, onde os turistas fãs do futebol desempenham grande influência no contexto das visitas turísticas (ALLAN *et al.*, 2007; TIKANDER, 2010), no Brasil, este aspecto apresentou pouca representatividade, inclusive, durante a Copa do Mundo – encarada como um dos principais megaeventos turísticos do planeta. Segundo dados da pesquisa realizada pela FGV (2014), apenas 45% dos torcedores que viajaram pelo país durante a Copa praticaram algum tipo de atividade turística no destino.

Diferente dos demais resultados discutidos ao longo deste capítulo, a associação dos dados sobre o consumo turístico na Pampulha com outras variáveis apresenta poucas nuances.

¹⁹²A partir destes dados, considera-se o Mineirão como atrativo excepcional, altamente significativo para o mercado turístico internacional e capaz de, por si só, motivar um grande número de turistas. Assim, diante do esquema de hierarquização dos atrativos turísticos proposto por Ruschmann (1997), o estádio situa-se no nível mais alto, que é o de hierarquia 3.

¹⁹³ O crescimento da prática do turismo futebolístico no Brasil aparece como destaque no *sítio eletrônico* do MTur. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140325_2.html. (Acesso em: 23/04/2015.)

TABELA 13 – Associação de variáveis com o consumo turístico na Pampulha (%)

Consumo turístico na Pampulha (renda, principal motivo da viagem até Belo Horizonte, turistas/excursionistas, quantidade de pernoites na cidade e localização da hospedagem) – percentual válido (%)										
Consumo turístico na Pampulha	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Sim	23,5	31,2	23,9	37,6	17,1	37,6	30	45,6	50	41,4
Não	76,5	68,8	76,1	62,4	82,9	62,4	70	54,4	50	58,6

1 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando apenas as menores faixas de renda (R\$ 363,00 a R\$ 724,00; R\$ 725,00 a R\$ 1.448,00; R\$ 1.449,00 a R\$ 2.172,00; R\$ 2.173,00 a R\$ 3.620,00);

2 = Resultado acerca do torcedor visitante considerando apenas as maiores faixas de renda (R\$ 3.621,00 a R\$ 7.240,00; R\$ 7.241,00 a R\$ 14.480,00; R\$ 14.481,00 ou mais);

3 = Principal motivo da viagem: assistir a uma partida de futebol na capital mineira;

4 = Principal motivo da viagem: outras motivações distintas do futebol;

5 = Excursionistas;

6 = Turistas;

7 = 1 e 2 noites;

8 = 3, 4, 5 ou mais noites;

9 = Localização da hospedagem – Pampulha;

10 = Localização da hospedagem – demais regionais e RMBH.

Fonte: Dados primários da pesquisa

Os dados explicitados na Tabela 13 indicam que as variáveis relacionadas com o consumo turístico na Pampulha – renda, motivação da viagem e o tipo do visitante (turista e excursionista) – não demonstram grandes variações, pois, independente da categoria em que o torcedor se situa, os resultados mostram que a minoria praticou outras atividades turísticas na região além de assistir a um jogo de futebol no “novo” Mineirão.

Todavia, percebe-se que, apesar do consumo turístico agregado ao futebol na Pampulha ser baixo, este tipo de comportamento é mais predominante entre os torcedores que possuem as rendas mais elevadas, os que viajam para Belo Horizonte tendo como motivação principal outras atividades distintas do futebol– os resultados menos expressivos foram entre os torcedores cujo principal motivo da viagem foi o futebol – e os turistas, especialmente os que permanecem três ou mais noites na cidade, sobretudo, os que se hospedam na região.

4.6.2.1 Visita aos atrativos turísticos da Pampulha

Os dados que serão apresentados na Tabela 14 indicam os resultados sobre os atrativos turísticos da Pampulha que mais foram visitados pelos torcedores visitantes em dias de jogos realizados no “novo” Mineirão.¹⁹⁴

TABELA 14 – Visita aos atrativos turísticos da Pampulha (%)

Atrativos	Percentual válido (%)
Orla da Lagoa da Pampulha	63,2
Bares e restaurantes	44,1
Igreja de São Francisco de Assis	39,4
Zoológico	25,8
Museu de Arte	12,9
Parque Guanabara	11,8
Mineirinho	6,5
Toca da Raposa II	4,3
Parque Ecológico	2,2
Outros	11,6

Fonte: Dados primários da pesquisa

Conforme foi visto nos resultados apresentados anteriormente, o Mineirão configura-se como o principal atrativo turístico da Pampulha e, mesmo a vivência em outras atividades turísticas na região sendo baixa, entre os torcedores visitantes, percebe-se a preponderância de alguns atrativos.

De acordo com os dados expostos n Tabela 14¹⁹⁵, observa-se que a orla da Lagoa da Pampulha foi o espaço no qual houve maior número de visitação. Bessa e Álvares (2010), estudando a demanda turística na região, identificaram este mesmo resultado. Segundo estes autores, o Mineirão e o entorno da lagoa são os atrativos turísticos mais visitados na Pampulha.

¹⁹⁴ É importante ressaltar que a questão do formulário que buscou mensurar esta informação permitia múltiplas respostas, pois o torcedor visitante poderia ter visitado mais de um atrativo turístico da Pampulha durante o seu tempo de permanência na cidade.

¹⁹⁵ A categoria “Outros” é composta por atrativos que tiveram menos de 1% de representatividade nas visitações, como a Casa Kubitschek, a Casa do Baile e o Iate Tênis Clube, e por atrativos que não se situam na Pampulha, pois, como se trata de uma questão *semiaberta*, emergiram respostas, como, por exemplo, o Shopping Del Rei, que se localiza próximo ao Mineirão, mas não faz parte da Pampulha.

Apesar da preocupação do poder público local com a recuperação ambiental da Lagoa ser manifestada através de documentos como o Plano Diretor Municipal, PDITS/BH e o Programa BH Metas e Resultados, que têm como objetivo comum melhorar o aproveitamento da orla para práticas esportivas e para as vivências de atividades de lazer, ainda assim, foi visto anteriormente que o problema ambiental da Lagoa não foi resolvido. Todavia, mesmo diante desta situação, a orla da Lagoa da Pampulha continua sendo um dos espaços mais procurados para visitação entre os torcedores visitantes.

FIGURA 17 – Torcedores do Cruzeiro no entorno da Lagoa da Pampulha antes de um jogo realizado no Mineirão¹⁹⁶



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

¹⁹⁶ Em dias de jogos no Mineirão, é comum encontrar torcedores passeando e confraternizando no entorno da Lagoa da Pampulha antes do início da partida.

Além de assistir a uma partida de futebol no “novo” Mineirão e passear pela orla da Lagoa, os resultados apresentados na Tabela 14 indicam que o consumo de alimentos e bebidas nos bares e restaurantes existentes no entorno do estádio¹⁹⁷ esteve inserido na programação de grande parte dos torcedores visitantes. Este resultado, inclusive, é superior aos dados da pesquisa realizada por Assis e Capanema (2009), uma vez que estes autores identificaram que apenas 27,62% dos visitantes que visitavam a Pampulha consumiam em bares e restaurantes da região.

Nas imagens percebe-se grande movimento de torcedores nestes estabelecimentos. Sobre este aspecto ressalta-se novamente a importância da Lei nº. 9.037/2005, que permitiu a ampliação de tais atividades econômicas na região.

FIGURA 18 – Torcedores do Cruzeiro em um bar no entorno da Lagoa da Pampulha antes de um jogo realizado no Mineirão



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

¹⁹⁷ Foi visto anteriormente que a utilização de serviços de A&B não ocupa grande representatividade entre os principais gastos efetuados pelos torcedores visitantes. Contudo, o consumo nos bares e restaurantes na Pampulha em dias de jogos no Mineirão foi recorrente.

FIGURA 19 – Torcedores do Cruzeiro em bares e restaurantes próximos ao Mineirão antes de um jogo realizado no estádio



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

Em relação aos atrativos culturais da Pampulha, a Igreja de São Francisco de Assis foi o equipamento que recebeu maior quantidade de visitas. Conforme mencionado nos capítulos anteriores, a Igrejinha da Pampulha¹⁹⁸ é considerada um dos principais cartões postais da cidade, sendo capaz de motivar uma corrente de turistas nacionais ou estrangeiros, por si só ou em conjunto com outras atrações (BELO HORIZONTE, 2012). De acordo com os resultados do estudo realizado por Pires *et al.* (2013), a Igreja de São Francisco de Assis foi classificada como o principal atrativo turístico da Pampulha – à frente, inclusive, do Mineirão – na percepção dos sujeitos que participaram da pesquisa desses autores.

¹⁹⁸ Como é conhecida popularmente entre os turistas.

FIGURA 20 – Torcedores do Cruzeiro visitando a Igreja de São Francisco de Assis antes de um jogo realizado no Mineirão



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

Depois da Igrejinha, o zoológico foi a atração turística da Pampulha mais visitada pelos torcedores visitantes. A atratividade turística deste equipamento também é evidenciada em outros estudos. Segundo Horta (2009), o zoológico é, após o Mineirão, a atração turística da Pampulha mais conhecida. Já nas pesquisas de Assis e Capanema (2009) e de Pires *et al.* (2013), realizadas especificamente sobre o aspecto turístico da Pampulha, o número de visitação do zoológico é inferior apenas em comparação com o Mineirão e a Igreja de São Francisco de Assis.

Em menor quantidade, parte dos torcedores visitantes também foi ao Museu de Arte da Pampulha e ao Parque Guanabara. A atratividade turística em menor escala destes equipamentos também foi identificada nas pesquisas realizadas por Assis e Capanema (2009) e por Bessa e Álvares (2010).

Também em menor proporção, houve torcedores visitantes que participaram como espectadores em eventos realizados no Mineirinho, visitaram a Toca da Raposa II – Centro de

Treinamento do Cruzeiro¹⁹⁹ e o Parque Ecológico da Pampulha. Em relação ao Parque, também foi identificado na pesquisa de Bessa e Álvares (2010) que este equipamento foi um dos atrativos menos visitados pelos turistas que frequentam a Pampulha.

4.6.2.2 Motivo de não ter ocorrido consumo turístico na Pampulha

Em relação aos torcedores que não fizeram consumo turístico na Pampulha – visita aos atrativos turísticos e utilização de serviços de A&B na região – buscou-se identificar os motivos que influenciaram em tal comportamento.

Para 39,6% o principal motivo foi a falta de tempo (foi visto anteriormente que a maioria dos torcedores visitantes é turista, no entanto, grande parte permanece apenas uma ou duas noites na cidade); 22,6% afirmaram que o futebol é o motivo exclusivo da viagem (neste caso, não houve interesse em outras programações na cidade além de assistir ao jogo); 21,3% disseram que iam embora após o jogo (ainda que implicitamente, esta resposta remete-se novamente à questão da falta de tempo e abarca os torcedores excursionistas); 6,8% afirmaram que já conhecem os atrativos turísticos da região, por isso, não houve interesse em visitá-los novamente; 4,3% disseram que o motivo principal foi o horário do jogo (conforme mencionado no início do capítulo, grande parte dos jogos ocorreram à noite, horário no qual os atrativos encontram-se fechados para visitação); 2,1% afirmaram que não houve oportunidade e apenas 0,4% disseram preferir outras regionais da cidade para vivências de atividades de lazer.

4.6.2.3 Consumo de serviços de ambulantes e barraqueiros

Segundo Coriolano (2006), os ambulantes e barraqueiros são compreendidos como trabalhadores do turismo. A situação destes trabalhadores que atuam na Pampulha, mais

¹⁹⁹ Sobre as visitas à Toca da Raposa, ressalta-se o trabalho desenvolvido pela Agência Cruzeiro Tour – agência de viagens oficial do clube – que atua especificamente no segmento do turismo esportivo. Os principais serviços ofertados são a realização de pacotes de viagens para os jogos do Cruzeiro fora de casa, atuação como agência receptiva em jogos do Cruzeiro realizados no Mineirão, além da realização das próprias visitas programadas à Toca da Raposa II. Para saber mais informações, consultar o seguinte endereço eletrônico da agência. Disponível em: <http://cruzeiroesportetour.com.br/>. (Acesso em: 15/04/2015.)

especificamente no entorno do Mineirão, é emblemática. Os serviços prestados pelos barraqueiros constituíram-se ao longo dos anos como “elementos fundamentais da cultura e da tradição do futebol na cidade” (MIRANDA; MERLADET, 2013, p.71). Contudo,

diante da preparação da cidade de Belo Horizonte para a Copa do Mundo de 2014 e, mais especificadamente, da adequação do Estádio do Mineirão, que gerou um consórcio no modelo de parceria público privada adotado pelo Poder Público para a realização das obras, a perpetuação da atividade dos barraqueiros do Mineirão [...] tornou-se proibida (MIRANDA; MERLADET, 2013, p. 72).

Não obstante, mesmo com a proibição, alguns trabalhadores têm resistido atuando de forma “irregular”²⁰⁰ nas imediações do estádio – nas ruas e avenidas que dão acesso ao Mineirão. Assim, devido à importância destes trabalhadores no contexto turístico e cultural, buscou-se identificar o consumo deste tipo de serviço entre os torcedores visitantes.

Os resultados a respeito desta variável indicam que apenas 31% destes torcedores disseram ter consumido produtos de ambulante/barraqueiros no entorno do Mineirão. De maneira geral, os serviços prestados foram bem avaliados, uma vez que 16,3% acharam o serviço excelente e 63,5% o consideraram bom, ao passo que 15,4% avaliaram o serviço como regular e apenas 4,8% acharam ruim.

Também foi perguntado aos torcedores visitantes o motivo de não terem consumido os produtos vendidos pelo ambulantes/barraqueiros do lado de fora do estádio: 30,8% disseram que não houve necessidade; 20,3% afirmaram preferir consumir nos bares e restaurantes dentro do estádio; 18,9% não consumiram, pois entraram direto para o estádio pelo estacionamento²⁰¹; 13,2% alegaram que não gostam ou não confiam; 11% não encontraram (este resultado condiz com o fato da proibição e do controle do exercício irregular da atividade); 4,4% falaram que tinham o interesse de consumir após o jogo e apenas 1,3% não consumiram, pois acharam caro.

²⁰⁰ Buscando regularizar a situação de tais trabalhadores, o Plano Diretor da Pampulha prevê a regulamentação das atividades exercidas pelos ambulantes e barraqueiros da região. Na Figura 16, é visível a presença dos barraqueiros no momento de confraternização entre os torcedores nas imediações do Mineirão.

²⁰¹ O estacionamento do “novo” Mineirão fica na parte interna do estádio. Assim, o torcedor que utiliza este serviço tem acesso às cadeiras do estádio diretamente pelo estacionamento.

4.6.2.3 Principais dificuldades encontradas pelo torcedor visitante na Pampulha e a avaliação do aspecto turístico da região

Antes de apresentar os dados a respeito da avaliação que os torcedores visitantes fizeram sobre os aspectos turísticos da Pampulha, é importante ressaltar os resultados que expressam a opinião destes torcedores em relação às principais dificuldades encontradas na região.²⁰²

TABELA 15 – Principais dificuldades encontradas pelo torcedor visitante na Pampulha

Principais dificuldades encontradas pelo torcedor visitante na Pampulha	Percentual válido (%)
Não encontraram dificuldades	33,3
Trânsito	26,1
Estacionamento	16,5
Sinalização	14,9
Falta de informação	9,2
Infraestrutura inadequada	6,0
Falta de segurança	4,4
Acessibilidade	4,0
Ausência de serviços turísticos	3,6

Fonte: Dados primários da pesquisa

Os dados apresentados na Tabela 15 indicam que a maior parte dos torcedores visitantes não encontrou dificuldade na Pampulha, no entanto, houve torcedores que disseram ter se deparado com algum tipo problema na região. Assim, o principal problema indicado foi a questão do trânsito. Sobre este aspecto, mesmo o poder público tendo investido recentemente em obras para melhorar o acesso à região, estas intervenções ainda são insuficientes, pois não resolveram os problemas da mobilidade urbana em sua totalidade.

Também foram destacadas as dificuldades em relação à oferta de vagas em estacionamentos. Sobre este aspecto, há que se ressaltar que não existe, na Pampulha, estacionamento próprio para receber os visitantes. Este problema é acentuado em dias de

²⁰² Os resultados sobre esta variável apresentam-se em respostas múltiplas, uma vez que, por se tratar de uma questão aberta, o torcedor visitante pôde pontuar mais de uma dificuldade.

jogos no Mineirão, pois o estacionamento do estádio é insuficiente²⁰³, o que proporciona grande demanda por vagas nas ruas próximas ao estádio.

FIGURA 21 – Exemplo de casas que servem de estacionamento em dias de jogos realizados no Mineirão²⁰⁴



Fonte: Autor da pesquisa (2015)

Parte dos torcedores visitantes também disse ter encontrado dificuldades em relação à sinalização. Foi visto nos capítulos anteriores que a PBH investiu recentemente na implantação de nova sinalização turística na Pampulha – tanto indicativa quanto interpretativa – no entanto, diante destes resultados, afere-se que as intervenções do poder público em relação a este aspecto ainda não são suficientes. Além das dificuldades em relação à sinalização, houve torcedores que também reclamaram da falta de informações turísticas na

²⁰³ Medidas adotadas pelo poder público para atenuar este problema. Disponível em: <http://www.itatiaia.com.br/noticia/quase-2-anos-apos-reinauguracao-problema-de-estacionamento-no-mineirao-sera-resolvido> (Acesso em: 22/04/2015.)

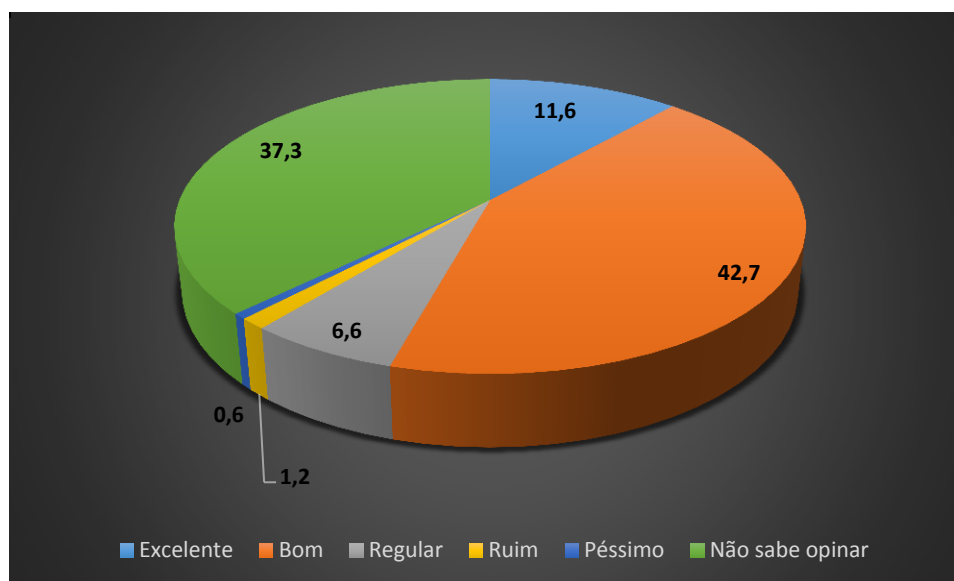
²⁰⁴ Devido à oferta reduzida de estacionamento público na região, muitos moradores da região têm aproveitado a oportunidade para oferecerem este tipo de serviço em suas próprias residências, inclusive, cobrando valores abusivos.

região. Contudo, ressalta-se que este problema poderia ter sido atenuado caso o CAT Dino Barbieri já tivesse sido inaugurando.²⁰⁵

Em menor proporção, os torcedores visitantes também acharam a infraestrutura (básica e turística) da Pampulha inadequada – mesmo com as intervenções realizadas recentemente²⁰⁶ –, não se sentiram totalmente seguros durante o tempo de permanência na região, questionaram a falta de acessibilidade nos atrativos turísticos, inclusive, no “novo” Mineirão e consideraram a oferta de serviços turísticos insuficiente – apesar de ter havido aumento por causa da realização da Copa do Mundo, sobretudo, nos setores de hospedagem e alimentos e bebidas.

Sobre a avaliação turística da Pampulha, buscou-se identificar a opinião dos torcedores visitantes a respeito do produto turístico ofertado na região como um todo – atrativos turísticos, serviços turísticos, serviços públicos e infraestrutura básica e de apoio.

GRÁFICO 23 – Avaliação do aspecto turístico da Pampulha (%)



Fonte: dados primários da pesquisa

Os dados expostos no Gráfico 23 indicam que a maioria dos torcedores visitantes fez boa avaliação do aspecto turístico da Pampulha – este dado apresenta-se em consonância com a opinião dos torcedores que disseram não ter encontrado dificuldades durante o tempo de permanência na região – pois, considerando os que acharam “excelente” e “bom”, obtém-

²⁰⁵ Previsto para ser inaugurado antes da Copa do Mundo, até o presente momento (maio de 2015), as obras deste CAT ainda continuam em andamento.

²⁰⁶ Destacam-se as intervenções pontuadas anteriormente em cumprimento às prerrogativas do Programa BH Metas e Resultados (Projeto Pampulha Viva) e PDITS/BH.

se o total de 54,3%. Todavia, quando se exclui, deste resultado, os torcedores que não souberam opinar – devido ao fato de não conhecerem a região, assim, impossibilitados de emitirem juízo de valor – os resultados referentes às demais variáveis contidas no Gráfico 23 são elevados.

Assim, considerando-se apenas os torcedores visitantes que puderam avaliar o aspecto turístico da Pampulha, temos o seguinte resultado: 68,1% avaliaram como excelente; 18,6% como bom; 10,5% como regular; 1,9% como ruim e apenas 1% como péssimo. Comparando-se estes dados com os resultados da pesquisa realizada por Bessa e Álvares (2010), percebe-se que a avaliação positiva em relação ao produto turístico da Pampulha vem se mantendo nos últimos anos, uma vez que, nos estudos destes autores, 24% dos turistas que visitaram a região a consideraram como ótima; 56% como boa; 19% como regular e 1% como ruim. Portanto, percebe-se que, mesmo diante das dificuldades que foram encontradas pelos torcedores visitantes, a Pampulha continua sendo bem avaliada.

4.6.2.4 Visita aos demais atrativos turísticos da cidade

Buscando-se comparar a atratividade turística exercida pela Pampulha com as atrações turísticas existentes em outras regiões da cidade, foi perguntado aos torcedores visitantes se houve visita aos atrativos turísticos localizados fora da Pampulha. Os resultados obtidos através desta variável demonstram que apenas 25,4% dos torcedores realizaram atividades turísticas na cidade – desconsiderando-se as atrações existentes na Pampulha. Assim, nota-se que a demanda por outras atividades de lazer, além do futebol, considerando todas as opções existentes na cidade é pequena.

Relacionando-se estes dados com os resultados sobre o consumo turístico na Pampulha, observa-se que 52,4% dos torcedores visitantes que praticaram atividades turísticas nesta região também visitaram atrações turísticas em outras regiões da cidade, ao passo que apenas 14,3% dos torcedores que não fizeram atividades turísticas na Pampulha visitaram as atrações existentes nas outras regiões do município. Portanto, nota-se que a demanda por atrações turísticas é condizente com o perfil de um torcedor mais específico, interessado não apenas no futebol, mas também nas atrações da cidade (TIKANDER, 2010).

4.7 Principais barreiras que impedem o torcedor visitante frequentar mais o “novo” Mineirão

Nesta seção serão apresentados e analisados os resultados que expressam o desejo do torcedor visitante querer assistir a mais jogos no “novo” Mineirão e quais são as principais barreiras que impedem que isso aconteça. Ressalta-se que, devido ao fato do Mineirão ser o estádio no qual o Cruzeiro faz os seus jogos como mandante, ou seja, é o clube que realiza partidas com mais assiduidade no Mineirão, nesta seção serão elucidados os resultados específicos a respeito do torcedor visitante do Cruzeiro.²⁰⁷

Conforme foi visto através dos dados apresentados anteriormente, o torcedor visitante do Cruzeiro é pouco assíduo no “novo” Mineirão, sendo que a maioria viaja apenas uma vez por ano. Diante deste cenário, 92,1% destes torcedores disseram que gostariam de frequentar mais o estádio.

De acordo com Cooper *et al.* (2007, p. 138), os principais inibidores das viagens turísticas são: renda, falta de tempo, limitações físicas, circunstâncias familiares, restrições governamentais, falta de interesse e medo.

Viajar é caro e exige certo nível de renda. As reservas financeiras disponíveis para viagens competem com as dedicadas ao consumo de poucos produtos. A falta de tempo é um problema para algumas pessoas que não podem separar períodos de tempo suficientes para estar fora de casa. Isso pode acontecer por razões profissionais ou familiares. As limitações físicas, como a falta de saúde, são razões significativas para que muitas pessoas não viajem. [...] Circunstâncias familiares, como ser mãe ou pai solteiro ou ter que cuidar de um familiar idoso, podem impossibilitar as viagens. As restrições governamentais, como os controles cambiais e vistos, podem agir como barreiras (tanto domésticas quanto internacionais) em alguns países. A falta de interesse ou o medo são barreiras reais para algumas pessoas.

Cooper *et al.* (2007, p. 138) ressaltam ainda que “é comum as pessoas se enquadrarem em mais de uma barreira”. Assim, na tabela a seguir, estão expostas a principais razões pelas quais os torcedores do Cruzeiro viajam pouco para assistirem a jogos no “novo” Mineirão.

²⁰⁷ Destaca-se este aspecto, pois, por razões óbvias, os torcedores dos outros clubes frequentam menos o estádio, uma vez que há menos jogos do seu time.

TABELA 16 – Principais barreiras que impedem o torcedor visitante do Cruzeiro frequentar mais o “novo” Mineirão

Barreiras	Percentual válido (%)
Distância	33,9
Preços dos ingressos	24,3
Despesas com a viagem	22,6
Falta de tempo	18,1
Transporte público insuficiente	4,5
Horário dos jogos	4,0
Estacionamento	4,0
Violência	1,1

Fonte: Dados primários da pesquisa

Considerando os dados expostos na Tabela 16 isoladamente, observa-se que, para o torcedor do Cruzeiro, a distância é a principal razão que limita sua presença mais constante no “novo” Mineirão. Este resultado difere do entendimento de Ignarra (2001) e de Cooper *et al.* (2007) que compreendem os aspectos “dinheiro” e “tempo” como os principais inibidores das viagens turísticas.

Especificamente sobre a prática do turismo futebolístico, Raatikainen (2013) encontrou resultados semelhantes às perspectivas de Ignarra (2001) e de Cooper *et al.* (2007), pois as principais razões que impedem os fãs de futebol de viajarem com mais frequência para assistirem às partidas da Premier League nos estádios ingleses são os gastos necessários para a realização da viagem e a falta de tempo que representam, respectivamente, 59% e 23% dos resultados alcançados sobre esta variável.

Não obstante, somando-se as respostas dos torcedores que consideraram o preço dos ingressos e as despesas com a viagem como os principais fatores que inibem sua presença no estádio percebe-se que o fator econômico torna-se um elemento preponderante. Nestes casos, a demanda diminuiu em decorrência do preço do “produto” turístico (ingresso do jogo) e do preço dos produtos complementares (transportes, hospedagem e serviços de alimentos e bebidas) (IGNARRA, 2001).

Em consonância com os entendimentos de Ignarra (2001), de Cooper *et al.* (2007) e com os resultados da pesquisa de Raatikainen (2013), o fator “tempo” também foi considerado, pelos torcedores visitantes do Cruzeiro, como um dos principais motivos que os impedem de frequentar o “novo” Mineirão com mais assiduidade.

Além dos aspectos mais citados – distância, dinheiro e tempo –, em menor proporção, os torcedores também consideraram a ineficiência do transporte público como um

inibidor das viagens futebolísticas, seguidamente do aspecto em relação ao horário dos jogos (grande parte das partidas abarcadas nesta pesquisa aconteceu à noite), o número reduzido de estacionamento (este aspecto, além de ser uma das principais dificuldades encontradas pelo torcedor visitante durante o tempo de permanência na Pampulha, é também um inibidor da ida deste torcedor ao estádio) e, em menor escala, a violência.

A respeito da violência, há que se ressaltar que, mesmo havendo uma grande propagação midiática sobre o tema que envolve especificamente a violência nos estádios de futebol brasileiros – abarcando também as novas arenas –, nota-se que este fator possui a menor representatividade entre as razões pelas quais os torcedores deixam de viajar para assistir a um jogo no “novo” Mineirão. Assim, percebe-se que existe grande sensacionalismo em torno deste tema, até mesmo porque a sensação de segurança entre os torcedores foi destacada como um dos principais elementos que os motivam a frequentar o estádio.

Por fim, após terem sido apresentados e discutidos os resultados obtidos com a realização da pesquisa de campo, é possível afirmar que a reforma do Mineirão contribuiu para maximizar a atratividade turística do estádio (consolidando este equipamento como a principal atração turística da região onde ele se insere), no entanto, a atividade turística (visitação aos atrativos turísticos e consumo de serviços turísticos) na Pampulha, agregada à vivência futebolística no “novo” Mineirão, é baixa. Assim, acredita-se que o poder público, em cumprimento com suas atribuições legais, deve buscar, diante do compromisso com o fomento da atividade turística na região, criar estratégias para reter por mais tempo o torcedor visitante, incentivando-o a conhecer as demais atrações existente na localidade e, conseqüentemente, a consumir mais serviços turísticos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta dissertação, buscou-se pesquisar a prática do turismo futebolístico em Belo Horizonte, especificamente, na Pampulha, a partir do contexto do “novo” Mineirão e da lógica oriunda do novo ordenamento do futebol brasileiro.²⁰⁸

O futebol e o turismo são fenômenos sociais, culturais e econômicos de grande notoriedade no Brasil. Devido a fatores como concentração das populações em torno dos centros urbanos, aumento da duração do tempo de lazer, aumento do poder de compra da população e o desenvolvimento dos meios de transporte, os índices em relação à quantidade de viagens turísticas realizadas no país vêm crescendo nos últimos anos.²⁰⁹

Em consonância com o atual momento do turismo brasileiro, diferentes tipos de turismo têm emergido, dentre os quais, destaca-se o próprio turismo futebolístico. Assim, este estudo justificou-se por duas razões principais: no novo cenário do futebol brasileiro, recém inaugurado a partir da realização da Copa do Mundo de 2014, os estádios que se transformaram em arenas, especialmente o Mineirão, tiveram o seu apelo turístico acentuado, e a região na qual este estádio localiza-se teve a oferta de serviços turísticos e a infraestrutura turística ampliada e melhorada; e, também, porque mesmo com o crescimento das viagens futebolísticas realizadas no país, ainda há uma grande lacuna a ser preenchida sobre o turismo futebolístico na sua compreensão enquanto tema científico.

Particularmente sobre os objetos de investigação deste estudo (Pampulha e Mineirão), por meio da pesquisa bibliográfica e documental, foi evidenciado que a Pampulha foi criada para se tornar o espaço de referência da capital mineira em termos de vivências sociais. Em relação ao esporte, foi com a inauguração do Mineirão, no ano de 1965, que a Pampulha consolidou-se como a região esportiva mais importante de Belo Horizonte. Ressalta-se que o estádio, desde a sua inauguração, também possibilitou outros tipos de vivências sociais, como o lazer e o turismo. Sobre o desenvolvimento da atividade turística na

²⁰⁸É importante ressaltar que, o futebol, enquanto fenômeno sociocultural, se manifesta de diversas formas na sociedade brasileira. As representações simbólicas existentes em torno deste esporte podem ser percebidas em diferentes contextos, que abarca desde as manifestações suscitadas em ruas, praças, parques, terrenos baldios e outros tantos espaços à margem das instituições formais até a sua forma espetacularizada. Assim, entende-se que o futebol, é, em sua essência, um fenômeno muito mais amplo do que o modelo propagado midiaticamente. Dessa forma, diante das diversas possibilidades de abordagens, neste estudo, optou-se por pesquisar o futebol na sua concepção enquanto espetáculo midiático. Portanto, quando fez referência ao novo ordenamento do futebol brasileiro, tratou-se especificamente das mudanças ocorridas a partir da organização da Copa do Mundo que causaram impactos na dinâmica do futebol profissional, principalmente, o da primeira divisão nacional.

²⁰⁹Dados obtidos através do site do MTur. Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20140417-1.html. (Acesso em: 25/05/2015.)

Pampulha, até a década de 1980, este interesse existia apenas com desígnio político, uma vez que a Lei nº. 3.237/1980, o único documento existente que tratava sobre o aspecto turístico da capital mineira nesse período, sequer menciona a Pampulha como área prioritária para a promoção do turismo no município.

Não obstante, a partir da década de 1990, quando se tornou mais explícita a intenção do poder público de fazer de Belo Horizonte um destino turístico, através da promulgação de importantes leis, como a Lei Orgânica Municipal e o Plano Diretor Municipal, emergiram as primeiras diretrizes a respeito dos compromissos e das responsabilidades que o poder executivo municipal deveria assumir com a atividade turística na Pampulha.

Nesse contexto, as diretrizes presentes nos documentos supracitados apresentavam, em suas gêneses, uma preocupação principal, que era a proteção do patrimônio cultural e natural da Pampulha. Esse aspecto, inclusive, reforçava a política de proteção já vigente na década de 1990, com os registros de tombamentos aos níveis nacional (IPHAN), estadual (IEPHA) e municipal (Fundação Municipal de Cultura). Em relação à proteção do patrimônio natural, já havia, desde a promulgação do Plano Diretor, uma atenção especial com a recuperação ambiental da Lagoa da Pampulha, todavia, até os dias atuais – mesmo havendo uma retomada desta preocupação em diversos documentos da PBH – o problema da poluição da lagoa ainda persiste.

No que tange às principais prerrogativas contidas nas legislações do município vigentes desde a década de 1990, destaca-se também o interesse em consolidar a Pampulha como complexo recreativo e de turismo ecológico (BELO HORIZONTE, 1996a). Paradoxalmente a este interesse, a Lei nº. 7.166/1996 impedia que isso acontecesse, pois não se permitia o uso não residencial da região. Contudo, essa prerrogativa foi revogada com a promulgação da Lei nº. 8.137/2000. Assim, é possível considerar que o desenvolvimento turístico da Pampulha começou a acontecer, de fato, apenas na década de 2000, principalmente quando outras leis municipais foram aprovadas, como a Lei nº. 9.036/2005 (Área de Diretrizes Especiais – Pampulha) e a Lei nº. 9.959/2010.

Com a promulgação da lei referente à Área de Diretrizes Especiais da Pampulha, foram permitidos, na orla da lagoa da Pampulha, os serviços de alimentação, estacionamento, apoio ao visitante, diversão, comunicação, dentre outros tipos de serviços tidos como turísticos. Com a aprovação da Lei nº. 9.959/2010, ampliou-se a permissividade de atividades econômicas na Pampulha, o que possibilitou a implantação de meios de hospedagem comercial no limite da área tombada.

É importante ressaltar estes aspectos, pois o visitante, além de querer conhecer os atrativos turísticos existentes nas destinações, necessita da oferta de serviços turísticos. Assim, propõe-se uma revisão da diretriz do Plano Diretor que considera a Pampulha como espaço de referência apenas para o turismo ecológico, uma vez que a região possui potencialidade para o fomento de outros tipos de turismo, principalmente, o turismo esportivo, em especial, o turismo futebolístico, devido ao grande fluxo turístico proveniente das partidas de futebol realizadas no Mineirão. Dessa forma, o futebol pode ser explorado com o objetivo de diversificar a demanda turística da localidade.

Devido ao fato de Belo Horizonte ter sido escolhida como uma das cidades-sede da Copa do Mundo de 2014 acentuou-se o processo de desenvolvimento turístico da Pampulha, uma vez que a atividade turística fazia parte de uma das rubricas do caderno de encargos da FIFA que poderia resultar em benefícios para além do megaevento (DAMO, 2012). Dessa forma, os planos e programas municipais elaborados pela PBH, como, por exemplo, o PDITS/BH e o Programa BH Metas e Resultados, serviram como instrumentos do poder público municipal no direcionamento das ações previstas na Matriz de Responsabilidades e no PEI.

A partir da realização das intervenções previstas nestes documentos, a Pampulha teve a sua oferta de serviços turísticos ampliada e sua infraestrutura turística melhorada. Dentre as principais ações que ocorreram, destacam-se a ampliação da infraestrutura hoteleira, a revitalização e ampliação das atrações turísticas, a ampliação do acesso até o Mineirão e a implantação da nova sinalização turística. Entretanto, é importante ressaltar que algumas ações que estavam previstas para acontecerem acabaram não sendo efetivadas, como a ampliação do sistema de informações turísticas e a despoluição da lagoa.

As ações iniciadas a partir da permissão de instalação de atividades econômicas na Pampulha e as intervenções realizadas para a Copa do Mundo contribuíram para que a região pudesse se consolidar como espaço turístico, abarcando um conjunto de atrativos, equipamentos, infraestrutura e serviços. Estas transformações ocorridas no espaço urbano da Pampulha aconteceram em consonância com o novo momento do futebol brasileiro, em que as arenas multiuso se proliferaram e, com elas, emergiram uma série de problematizações, principalmente, em relação à vivência do torcer. Nesse contexto, o torcedor recebe novas conotações e classificações, como, por exemplo, torcedor consumidor (categoria na qual se insere o torcedor visitante).

Assim, para compreender a lógica do turismo futebolístico envolvendo o “novo” Mineirão e a Pampulha tornou-se necessário analisar o perfil socioeconômico dos torcedores

visitantes, investigando as razões que os motivaram a viajar para assistir a uma partida de futebol e identificando a atratividade turística exercida pelo estádio, além de avaliar o consumo turístico realizado, especialmente, na Pampulha.

Através das informações coletadas nos formulários, foi possível perceber que o perfil socioeconômico do torcedor visitante que frequenta o “novo” Mineirão apresenta algumas características que se aproximam do perfil geral do torcedor brasileiro e outras características que lhe conferem certa peculiaridade, o que demonstra que, em alguns aspectos específicos, os atributos do torcedor visitante assemelham-se às definições do torcedor consumidor apresentadas ao longo da dissertação.

Assim, entre os torcedores visitantes há um grande predomínio de um público do sexo masculino. Este dado indica que, mesmo se tratando de um tipo de torcedor diferente do convencional, ainda assim, mantém-se uma característica que é comum ao futebol brasileiro. Não obstante, foi possível observar que os torcedores que viajaram para assistir a partidas de futebol no “novo” Mineirão também apresentaram características particulares.

Em linhas gerais, o torcedor visitante é, em sua maioria, casado (esta característica influencia também na composição do grupo de viagem, pois a maioria viaja entre familiares), adulto (existe uma equidade entre as faixas etárias que abarcam as idades entre 20 a 54 anos), possui nível de instrução elevado (48% têm formação em Ensino Superior), a renda familiar é superior ao padrão dos turistas brasileiros que viajam pelo país e a forma de trabalho predominante é a carteira assinada (existe uma igualdade entre as demais atividades profissionais: serviço público, profissional liberal e trabalho autônomo). Já em relação aos torcedores que não possuem ocupação profissional, identifica-se outra vez um panorama que se aproxima de uma tendência mais geral, caracterizada pela grande presença de torcedores que declararam serem estudantes.

Em consonância com o atual momento do futebol brasileiro, que vem se consolidando com um negócio mercadológico, uma nova “modalidade” de torcedor vem crescendo em todo o país, os sócio-torcedores. Assim, os resultados desta pesquisa ilustram a abrangência destes programas, uma vez que se identificou uma parte relevante de torcedores visitantes que disseram ser associados aos seus respectivos clubes. É importante ressaltar que a adesão ao programa de sócio-torcedor incide diretamente na assiduidade do torcedor no estádio.

Em relação aos fatores motivacionais relacionados com as viagens dos torcedores, a principal razão do deslocamento até a capital mineira foi o futebol. Todavia, uma parte representativa da amostra viajou devido a outros motivos, sendo os principais, trabalho/estudo

e lazer/turismo, respectivamente. Dessa forma, confirmou-se a possibilidade de atrair para o estádio o torcedor que estava na cidade por outras motivações distintas do esporte, o chamado “turista circunstancial”. Esse dado é relevante, pois, para a maioria do torcedor visitante, a reforma do Mineirão é tida como uma motivação para frequentar o estádio. Sobre este aspecto, a modernização do “novo” Mineirão em si é uma razão para o torcedor querer conhecê-lo. Atrelado a este aspecto, os valores que são intrínsecos ao próprio padrão das arenas multiusos (segurança, conforto e oferta diversificada de produtos e serviços) também são fatores que maximizam a atratividade turística do estádio.

Sobre os meios de transporte utilizados para a realização da viagem, o veículo próprio foi a opção mais recorrente entre os torcedores que moram em Minas Gerais, ao passo que, entre os torcedores de outros Estados, o avião foi a principal alternativa. Os torcedores visitantes são, em sua maioria, turistas, e o tempo médio de permanência na capital maneira varia entre um a dois dias. Dessa forma, houve grande demanda por hospedagem na cidade, principalmente, hotel/pousada. Tratando-se especificamente dos meios de hospedagem comercial, a maioria dos torcedores visitantes hospedou-se na região Centro-Sul e Pampulha, respectivamente. Mas, quando o motivo principal da viagem foi o futebol, os meios de hospedagem da Pampulha foram os mais demandados.

Os torcedores visitantes gastam, em sua maioria, um valor relativamente alto com a viagem (mais de R\$ 550,00), sendo o ingresso do jogo, o principal gasto (considerando todos os tipos de gastos, desde quando o torcedor deixa a sua cidade até o seu retorno). É possível considerar que o gasto principal com o ingresso é uma consequência dos preços que são praticados, pois o valor do ingresso para assistir a um jogo no “novo” Mineirão mantém-se coerente com a média nacional, que é uma das mais altas em escala planetária.

Sobre o consumo turístico na Pampulha, além da vivência futebolística no “novo” Mineirão e da utilização dos meios de hospedagem da região, a minoria dos torcedores visitantes realizou outras atividades turísticas na localidade. Contudo, ainda assim, foi possível observar que o consumo de alimentos e bebidas nos bares e restaurantes da região (tanto na orla quanto no entorno do estádio), o passeio pela orla da lagoa e as visitas a Igreja de São Francisco de Assis e ao zoológico foram as atividades mais recorrentes. Entre os torcedores que não praticaram outras atividades turísticas na Pampulha – além da vivência futebolística –, as principais razões foram a falta de tempo e o interesse exclusivo no jogo, respectivamente. Ademais, observou-se também um baixo consumo dos produtos vendidos pelos barraqueiros e ambulantes que atuam na região.

Por fim, a maior parte dos torcedores visitantes disse que não encontrou nenhum tipo de dificuldade durante o tempo de permanência na Pampulha, porém, dentre aqueles que tiveram dificuldades, os aspectos mais mencionados foram, paradoxalmente, os que estiveram entre as ações prioritárias do poder público. Os torcedores encontraram dificuldades em relação ao trânsito (mesmo tendo ocorrido ações de melhoria no acesso ao Mineirão), estacionamento, sinalização (apesar da implantação de nova sinalização turística), infraestrutura, segurança, acessibilidade e serviços turísticos (mesmo com aumento da oferta após a realização da Copa do Mundo). Não obstante, a avaliação do aspecto turístico da Pampulha, de maneira geral, foi boa.

Antes de elucidar as possíveis contribuições que este estudo pode oferecer, é importante destacar as suas limitações. Devido ao prazo conciso que há para a realização de uma dissertação, neste estudo foi possível obter apenas informações quantitativas sobre um único ator social (o torcedor). No entanto, a dinâmica do turismo futebolístico envolve outros atores, como, por exemplo, o *nicho empresarial* (tanto os agentes esportivos quanto o *trade turístico*) e o setor governamental.

Ainda assim, acredita-se que, com base nos resultados alcançados, esta pesquisa possa se tornar o passo inicial para a elaboração de políticas públicas municipais na área do esporte, lazer e turismo, que visem propagar o esporte (especialmente o futebol) como atração capaz de melhorar o aproveitamento turístico da Pampulha, com isso, não só essa região, mas todo o município poderá ser beneficiado com o fomento do turístico futebolístico em Belo Horizonte.

Muitos turistas visitam Belo Horizonte pela primeira vez em decorrência da realização de uma partida de futebol. Esses torcedores, por não conhecerem a cidade, muitas vezes necessitam de um tratamento especial, dessa forma, os resultados deste trabalho também podem ajudar o poder público na revisão dos instrumentos que tratam sobre os aspectos turísticos da capital mineira, constituindo-se como material de gestão e planejamento turístico no setor governamental.

Além de poder servir ao poder público e ao setor empresarial (principalmente os dados sobre o perfil socioeconômico, comportamento e hábitos de consumo do torcedor visitante), esta dissertação pode contribuir com os estudos no campo do lazer e do turismo, bem como com os estudos sobre o futebol nas áreas das Ciências Humanas e Sociais, pois se trata de uma investigação que apresenta dados relevantes sobre um fenômeno sociocultural pouco investigado no país.

Portanto, mesmo com as contribuições que esta dissertação pode oferecer (à academia, ao poder público e à sociedade em geral), acredita-se que este estudo necessita ser continuado. É importante, em outro momento, aprofundar-se nas concepções dos torcedores através da realização de métodos qualitativos e, ainda, dar voz ao poder público e aos agentes da iniciativa privada (por exemplo, os empresários do setor hoteleiro e de alimentos e bebidas) para poder identificar o que pensam sobre o turismo futebolístico, e o que essa prática pode proporcionar em termos de benefícios e/ou prejuízos. Ademais, a continuidade deste estudo também é importante, pois suscitará novos dados que poderão ser comparados com o cenário atual.

DOCUMENTOS

BELO HORIZONTE, **Lei nº. 674/57**. Câmara Municipal, 1957.

BELO HORIZONTE, **Lei nº. 3.237 de 1980**. Plano Municipal de Turismo. Câmara Municipal, 1980.

BELO HORIZONTE, **Lei Orgânica do Município de Belo Horizonte**. Câmara Municipal, 1990.

BELO HORIZONTE. **Lei nº. 7.165 de 1996**. Plano Diretor do Município de Belo Horizonte, Câmara Municipal, 1996a.

BELO HORIZONTE. **Lei nº. 7.166 de 1996**. Plano de Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo. Câmara Municipal, 1996b.

BELO HORIZONTE, **Lei nº. 8.137 de 2000**. Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo. Câmara Municipal, 2000.

BELO HORIZONTE, **Lei nº. 9.037 de 2005**. Área de Diretrizes Especiais da Pampulha. Câmara Municipal, 2005a.

BELO HORIZONTE, **Lei nº. 9.037 de 2005**. Programa de Recuperação e Desenvolvimento Ambiental da Bacia da Pampulha – PROPAM, Câmara Municipal, 2005b.

BELO HORIZONTE. **Lei nº. 9.034 de 2007**. Câmara Municipal, 2007.

BELO HORIZONTE, **Lei nº. 9.959 de 2010**. Lei de Parcelamento, Ocupação e Uso do Solo. Câmara Municipal, 2010.

BELO HORIZONTE. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Município de Belo Horizonte**. Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte, 2012.

BELO HORIZONTE (No prelo). **Plano Diretor da Pampulha**. 2014a.

BELO HORIZONTE. **Programa de Trabalho Belotur 2014**. Empresa Municipal de Turismo de Belo Horizonte, 2014b.

BELO HORIZONTE. **IV Conferência Municipal de Política Urbana**. Secretaria Municipal Adjunta de Política Urbana, 2014c.

BRASIL, **Lei nº. 8.623 de 1992**. Brasília: Senado Federal, 1992.

BRASIL. **Matriz de Responsabilidades**. 2010.

PREFEITURA DE BELO HORIZONTE. **Programa BH Metas e Resultados**. 2009.

MINAS GERAIS; BELO HORIZONTE. **Planejamento Estratégico Integrado: Projeto Copa 2014 – Governo de Minas Gerais e Prefeitura de Belo Horizonte**. 2009.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. **Conceptos, definiciones y clasificaciones de las estadísticas de turismo**. 2005

RELATÓRIOS DE EXERCÍCIOS DOS PREFEITOS

(Juscelino Kubitschek). BELO HORIZONTE. Relatório de **1940-1941** apresentado a S. Excia. o Sr. **Governador Benedito Valladares Ribeiro** pelo prefeito de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/arquivopublico/relatoriosdosprefeitos/1940-1941-Juscelino-Kubitschek-de-Oliveira.pdf>. (Acesso em: 20/12/2014.)

(Otacílio Negrão de Lima) BELO HORIZONTE. Relatório de **1948** apresentado a S. Excia. o Sr. **Governador Milton Campos** pelo prefeito de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/arquivopublico/relatoriosdosprefeitos/1948-Octacilio-Negrao-de-Lima.pdf>. (Acesso em: 20/12/2014.)

(Otacílio Negrão de Lima) BELO HORIZONTE. Relatório de **1949** apresentado à Câmara Municipal de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/arquivopublico/relatoriosdosprefeitos/1949-Octacilio-Negrao-de-Lima.pdf>. (Acesso em: 20/12/2014.)

(Américo René Giannetti). BELO HORIZONTE. Relatório de **1952** apresentado a S. Excia. o Sr. **Governador Juscelino Kubitschek** pelo prefeito de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/arquivopublico/relatoriosdosprefeitos/1952-Americo-Rene-Giannetti.pdf>. (Acesso em: 20/12/2014.)

(Celso Mello Azevedo). BELO HORIZONTE. Relatório de **1957** apresentado a S. Excia. o Sr. **Governador José Francisco Bias Fortes** pelo prefeito de Belo Horizonte. Disponível em: <http://www.pbh.gov.br/arquivopublico/relatoriosdosprefeitos/1957-Celso-Mello-de-Azevedo.pdf>. (Acesso em: 20/12/2014.)

REFERÊNCIAS

ABRIU-SE ontem o “gril-room” do Cassino da Pampulha. **Minas Gerais**, Belo Horizonte, 05/05/1942, p. 11.

ALLAN, G. *et al.* The economic impact of regular season sporting competitions: the Glasgow Old Firm football spectators as sports tourists. **Journal of Sport & Tourism**, v. 12, n. 2, p. 1-68, mai. 2007.

ALVITO, Marcos. A parte que te cabe neste latifúndio: o futebol brasileiro e a globalização. **Análise Social**, v. XLI, n. 179, p. 451-474, 2006.

ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 1999.

ARRUDA, Miguel Jorge. **O estádio na cidade contemporânea**. 2009. 93 p. Dissertação (Mestrado em Arquitetura) – Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.

ASSIS, Myriam C. L.; CAPANEMA, Lúcia Maria. A gestão do patrimônio no caso da Pampulha e a necessidade de um planejamento turístico integrado e sistêmico. **Fórum Patrimônio: ambiente construído e patrimônio sustentável**. Belo Horizonte, v. 3, n. 2, jul./dez. 2009.

ASSUMPÇÃO, Luís Otávio Teles. **O temp(l)o das geraes: a nova ordem do futebol brasileiro**. Montes Claros: Unimontes, 2004.

BAHIA, Denise Marques. **A arquitetura política e cultural do tempo na modernização de Belo Horizonte (1940-1945)**. 2011. 198 p. Tese. (Doutorado em História) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

BARBOSA, Attila Magno e Silva. O futebol e a sociedade global: uma reavaliação da identidade. **Sociedade e Cultura**, v. 10, n. 2, p. 173-186, jul./dez. 2007.

BARRETO, Túlio Velho; NASCIMENTO, Cristiano. Os espaços físicos e o *habitus* dos torcedores brasileiros em estádio de futebol: o que pode mudar com a adoção do ‘padrão FIFA’ para a Copa de 2014? In: ANPOCS, 35, 2011, Caxambu. **Anais ANPOCS 2011**, p. 1-28, 2011.

BELO HORIZONTE. **Cadernos de dados 2014**. Observatório do Turismo. Publicação da Belotur sobre indicadores de turismo em Belo Horizonte, 2014d.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2004.

BESSA, Altamiro S. M.; ÁLVARES, Lúcia Maria Capanema. O turismo como agente de transformações socioespaciais do território da Pampulha: de 1940 aos dias atuais. **Observatório de Inovação do Turismo: Revista Acadêmica**, Brasília, v. 5, n. 2, p. 1-19, 2010.

BOURDIEU, P. **Coisas ditas**. São Paulo: Brasiliense, 1990.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos conceituais**. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf (Acesso em: 15 fev.2015.)

BRUAND, Yves. **Arquitetura contemporânea no Brasil**. 4. ed. São Paulo: Perspectiva, 2003.

CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira; AMARAL, Silvia Cristina Franco. A copa do mundo de 2014 e o (novo) Mineirão. **Revista Rua**, Campinas, n. 19, v. 1, p. 40-56, jun. 2013.

CAMPOS, Priscila Augusta Ferreira; SILVA, Silvio Ricardo. O futebol como instrumento para as transformações urbanas em Belo Horizonte/MG. In: XIII SIMPÓSIO NACIONAL DE GEOGRAFIA URBANA, 13, 2013, Rio de Janeiro. **Anais...**, p. 1-16, 2013.

CARNEIRO, Reginaldo Aparecido. **Identificação do comportamento do turista de eventos esportivos a partir de uma análise de critérios para avaliação dos serviços turísticos na cidade de Maringá**. 2000. 154 p. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

CARSALADE, Flávio. **Pampulha**. Coleção BH. A cidade de cada um. Belo Horizonte: Conceito, 2007.

CASTELLI, G. **Turismo**: atividade marcante. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

CARVALHO; Pedro Guedes de; LOURENÇO, Rui. Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. **Revista Portuguesa de Ciência do Desporto**. Lisboa, v. 9, n. 2, p. 122-132, 2008.

CONN, D. **The football business**. Edinburgh: Mainstream, 1998.

COOPER, *Chris et al.* **Turismo: princípios e práticas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

COROLANO, Luzia Neide. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, 2006, San Pablo. **Enpublicación: América Latina: cidade, campo e turismo**. San Pablo: 2006, p. 367-368.

COSTA, Everaldo Batista da. Apontamentos sobre o patrimônio cultural da grandes cidades na seara da globalização. **Geografia e Pesquisa**, UNESP, Ourinhos, v. 3, p. 42-58, 2010.

COUTO, E. F. Belo Horizonte e o futebol: planejamento urbano e os esportes na nova capital / 1897-1927. In: SEMINÁRIO DA HISTÓRIA DAS CIDADES E DO URBANISMO-UFF, 8, 2004, Niterói. **Anais do VIII SHCU**, p. 1-16, 2004.

CRUZ, Antônio Holzmeister Oswaldo. **A nova economia do futebol: uma análise do processo de modernização de alguns estádios brasileiros**. 2005. 123 p. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

CRUZ, Maria Augusta Araújo; BORGES, Maria Boggi. Os meios de hospedagem de pequeno porte de Águas de São Pedro-SP e sua importância para o turismo local. **Turismo: visão e ação**. Itajaí, v. 8, n. 2, p. 273-282, 2010.

CURI, Martin. Espaços da emoção: Os torcedores nos estádios. In: ANPOCS, 36, 2012, Águas de Lindóia. **Anais...**, p. 1-21, 2012.

DAMO, A. S. A dinâmica de gênero nos jogos de futebol a partir de uma etnografia. **Revista Gênero**, Niterói, v. 7, n. 2, p. 135-150, set. 2007.

DAMO, Arlei Sander. O desejo, o direito e o dever: a trama que trouxe a Copa ao Brasil. **Movimento**. Porto Alegre, v. 18, n. 2, p. 41-85, 2012.

DAMO, Arlei Sander; OLIVEN, Ruben George. O Brasil no horizonte dos megaeventos esportivos de 2014 e 2016: sua cara, seus sócios e seus negócios. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, a. 19, n. 40, p. 19-63, jul./dez. 2013.

DANTAS, Nathallye Galvão; MELO, Rodrigo Sousa. Análise da metodologia de hierarquização de atrativos turísticos como instrumento para elaboração de roteiros turísticos no município de Itabaiana (PB). **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 147-163, abr. 2011.

DENCKER, A. F. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 5. ed. São Paulo: Futura, 1998.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1973.

ERDOGRU, Burcu Beste; YAZICI, Hacer Neyir Tekeli. Advantages af football tourism within Framework of Sustainable Tourism (model study, a Mediterranean City, Antalya). **International Journal of Trade, Economics and Finance**, v. 4, n. 6, p. 372-375, 2013.

FAGUNDES, André Francisco Alcântara *et al.* Um estudo sobre a satisfação do consumidor esportivo que frequenta estádios de futebol em Belo Horizonte. **RECADM: Revista Eletrônica de Ciência Administrativa**, v. 12, p. 121-135, 2013.

FAGUNDES, André Francisco de Alcântara; VEIGA; Ricardo Teixeira. Fatores que influenciam a satisfação dos torcedores na ida aos estádios de futebol no Brasil e a sua intenção de retorno. **XXXVII Encontro da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração – ENANPAD**, Rio de Janeiro, p. 1-15, 2013.

FARIA, Marina Dias de; FERREIRA, Daniela Abrantes. Diretrizes estratégicas para empresas prestadoras de serviços de lazer extradoméstico orientados para consumidores portadores de deficiência. In: SIMPÓSIO DE EXCELÊNCIA EM GESTÃO E TECNOLOGIA, 6, Resende. **Anais...**, p. 1-16, 2009.

FRAD, W. Pampulha, bairro elegante do futuro. **Revista Alterosa**. Belo Horizonte, 22/12/1960, p. 55.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. **O comenta centenário**, n. 1, p. 51-53, abr./mai. 1995.

GAMMON, S; ROBINSON, T. Sport and Tourism. A conceptual framework. **Journal of Sport Tourism**, v. 8, n. 1, p. 21-26, 2003.

GASTALDO, E. L. A pátria na “imprensa de chuteiras”: futebol, mídia e identidades brasileiras. In: Gastaldo, E. L; GUEDES, S. L. (orgs.). **Nações em campo: Copa do Mundo e identidade nacional**. Niterói: Intertexto, 2006, p. 87-102.

GIBSON, Heather J. Sport tourism: a critical analysis of research. **Sport Management review**, v. 1, p. 45-76, 1998.

GIBSON, Heather J. Sport Tourism: an introduction to the special issue. **Journal of Sport Management**, v. 17, p. 205-213, 2003.

GIBSON, Heather J. *et al.* Small-scale event sport tourism: fans as tourists. **Tourism Management**, p. 181-190, 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2009.

GIULIANOTTI, Richard. Fanáticos, seguidores, fãs e flaneurs: uma taxonomia de identidades do torcedor no futebol. **Recorde: Revista de História do Esporte**, v. 5, n. 1, p. 1-35, jun. 2012.

GOHR, Cláudia Fabiana *et al.* A informação como elemento chave para a qualidade do produto turístico: uma análise dos postos de informações turísticas do município de Florianópolis-SC. **Perspectivas em Ciência da Informação**, v. 14, n. 2, p. 169-187, mai./ago. 2009.

GOMES, Cristianne Luce; AMARAL, Maria Teresa Marques. **Metodologia da pesquisa aplicada ao lazer**. Brasília: SESI/DN, 89 p, 2005.

GOMES, Christianne Luce *et al.* Lazer, megaeventos esportivos e ações de infraestrutura relacionadas à Copa do Mundo de 2014 em Belo Horizonte. Congresso Brasileiro de Estudos do Lazer, I, 2014, Belo Horizonte, Seminário “O Lazer em Debate”, XV, 2014, Belo Horizonte. **Coletânea do 1º Congresso Brasileiro de Estudos do Lazer e do XV Seminário “O Lazer em Debate”**.

GONÇALVES, Júlio César Santana; CARVALHO, Cristina Amélia. A mercantilização do futebol brasileiro: instrumento, avanço e tendências. **Cadernos EBAGE.BR**, v. 4, n. 2, p. 1-27, 2006.

HALL, C, M. Adventure, sport and health tourism. In: WEILER, B.; HALL, C. M. **Special interest tourism**. London: Belhaven Press, 1992, p. 141-158.

HIGHAM, James; HINCH, Tom. Tourism, sport and seasons: the challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors. **Tourism Management**, p. 1-11, 2001.

HIGHAM, James; HINCH, Tom. **Sport and tourism: globalization, mobility and identity**. Oxford: BH, 2009.

HORTA, Neuma de Moura. **Patrimônio histórico, cultural e turístico de Belo Horizonte: incentivo à implantação do “turismo de cidade”**. 2009. 155p. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) – Universidade de Brasília, Brasília, 2009.

HÜBNER, Daniel Braga. Lazer e turismo em Belo Horizonte: uma abordagem histórica sobre a Pampulha na década de 1940. In: SEMINÁRIO LAZER EM DEBATE, 5, 2004, Rio de Janeiro. **Anais...**, p. 145-152, 2004.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira, 2001.

KALIFE, Marco Aurélio. Administração pública: Lei de Responsabilidade Fiscal e a controladoria. **Revista Eletrônica de Contabilidade**, Santa Maria, v. 1, p. 268-270, nov. 2004.

KOC, Erdogan. New product development in the Turkish market: the case of football tourism. **Journal of Sport Tourism**, v. 10, n. 3, p. 165-173, 2005.

KURTZMAN, J. Sport Tourism Categories. **Journal of Sport Tourism**, v. 10, n. 1, p. 15-20, 2005.

KURTZMAN, J.; ZAUHAR, J. A wave in time: the sport tourism phenomena. **Journal of Sport Tourism**, v. 8, n. 1, p. 35-47, 2003.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

LAGES, Carlos Eduardo Dias Munaier. **A Copa de 2014 na capital mineira e relações com as políticas públicas de esporte e lazer**: estudo a partir de projetos que compõem o Planejamento Estratégico Integrado do Estado de Minas Gerais e da Prefeitura de Belo Horizonte. 2012. 211 p. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Estudos do Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

LEVIN, Jack. **Estatística aplicada a Ciências Humanas**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 1987.

LICKORISH, Leonard; JENKINS, Carson. **Introdução ao turismo**. Rio de Janeiro: CAMPUS, 2000.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO, Alexandre Netto. **Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas**. São Paulo: Aleph, 2008.

MARCELLINO, Nelson Carvalho *et al.* As cidades e o acesso aos espaços e equipamentos de Lazer. **Impulso**, Piracicaba, v. 17, n. 44, p. 55-66, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia de trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2009.

MASCARENHAS, Gilmar. A mutante dimensão espacial do futebol: forma simbólica e identidade. **Espaço e cultura**, n. 19-20, p. 61-70, jan./dez. 2005.

MASCARENHAS, Gilmar. O ideário urbanístico em torno do olimpismo. Barcelona (1992) e Rio de Janeiro (2007): os limites de uma apropriação. In: PEREIRA, Elson Manoel (org.). **Planejamento Urbano no Brasil: conceitos, diálogos e práticas**. Chapecó: Argos, 2008, p. 9-311.

MASCARENHAS, Gilmar. O novo estádio de futebol: reflexões sobre territorialidade, lugar, cultura e cidadania. In: ALMEIDA, Maria Geralda de; CRUZ, Beatriz Nates (orgs.). **Território e cultura: inclusão e exclusão nas dinâmicas socioespaciais**. Goiânia e Manizales: Universidade Federal de Goiás/FUNAPE e Universidade de Caldas, 2009, v. 1, p. 101-113.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processo**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MELO, Victor Andrade de. **Cidade sportiva: primórdios do esporte no Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro: Relume Dumará, FAPERJ, 2001.

MELO, Victor Andrade; PERES, Fábio Faria. Lazer, esporte e cultura urbana na transição dos séculos XIX e XX: conexões entre Paris e Rio de Janeiro. **Logos (Rio de Janeiro)**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 22, p. 75-92, 2005.

MELO NETO; Francisco Paula de. **Marketing de eventos**. Rio de Janeiro: Sprint, 2001.

MESQUITA, Yuri Mello. **Jardim de asfalto: água, meio ambiente, canalização e as políticas públicas de saneamento básico em Belo Horizonte, 1948-1973**, 2013. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

MINAS GERAIS. **Novo Mineirão**. s.d. Disponível em: <http://www.copa.mg.gov.br/novomineirao/> Acesso em: 10 fev.2015.

MIRANDA, Isabella Gonçalves; MERLADET, André Diniz. Os impactos dos megaeventos nos trabalhadores informais e precários: estudo de caso dos barraqueiros do Mineirão. **Atas do Colóquio Internacional: Direito(s) Desigualdades**. Lisboa, p. 67-75, 2013.

MOURA, Rodrigo Caldeira Bagni. Os habitantes de Belo Horizonte “como os maiores admiradores do esporte Bretão”. **Revista Licere**, Belo Horizonte, v. 13, n. 3, p. 1-25, set. 2010.

OLIVEIRA, Márcio Caldas de; GOMES, José Maria Machado. O tombamento como indutor de desenvolvimento econômico através do turismo cultural e as cidades históricas mineiras. **Revista da Associação Mineira de Direito e Economia**, v. 6, p. 180-201, 2011.

PAULA, José Antônio de *et. al.* **Formação histórica: três momentos da História de Belo Horizonte**. Disponível em: <http://www.cedeplar.ufmg.br/pesquisas/pbh/arquivos/Mod1.pdf>. (Acesso em: 05/12/2013.)

PAZ, Sérgio Miranda. **O futebol como patrimônio cultural do Brasil**: estudo exploratório sobre possibilidades de incentivos ao turismo e ao lazer. 2006. 157 p. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo.

PEREIRA, J. A. O. **Futebol, de esporte amador a negócio de entretenimento e lazer em uma sociedade midiaticizada**. 2003. 283 p. Dissertação (Mestrado em Administração) – Escola de Administração, Universidade Federal da Bahia, Salvador.

PEREIRA, Patrícia Corrêa. **Mineirão em cena**: palco de sociabilidades e imagens. 2004. 162 p. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte.

PIGEASSOU, C. Contribution to the definition of Sport tourism. **Journal of Sport Tourism**, v. 9, n. 3, p. 287-289, 2004.

PINHEIRO, Pedro Mascarenhas de Souza. **Planejamento e ações para o desenvolvimento do turismo no ambiente do futebol**: um estudo do Grêmio e do Internacional de Porto Alegre. 2012. 206 p. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú.

PINHEIRO, Pedro Mascarenhas de Souza *et al.* Ações turísticas no Ambiente do Futebol. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 9, 2011, São Paulo. **Anais...** 2011.

PIRES, Fabiana Mendonça; ÁLVARES, Lúcia Capanema. Interação entre o visitante e o patrimônio cultural: a sinalização interpretativa nos casos de La Pedrera (Barcelona) e Casa do Baile (Belo Horizonte). In: **VII Cidade Revelada**, 2004, Itajaí, SC, 2004, p. 1-27.

PREUSS, Holger. Aspectos sociais dos megaeventos esportivos. In: RUBIO, K. (org.). **Megaeventos esportivos**: legado e responsabilidade sociais. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2008, p. 13-35.

PRONI, M. W. **A metamorfose do futebol**. Campinas, SP: UNICAMP, 2000.

PRONI; Marcelo Weishaupt; SILVA, Leonardo Oliveira da. Impactos econômicos da Copa do Mundo de 2014: projeções superestimadas. **Texto para discussão (Instituto de Economia UNICAMP)**. Campinas, n. 211, p. 1-26, out. 2012.

PUREZA, José Manuel. **O patrimônio comum da humanidade: rumo a um direito internacional da solidariedade?** Porto: Afrontamento, 1998.

RAATIKAINEN, Minka. **Football and tourism to England: reasons why finnish fans travel.** 2003. (Monografia) – Programa de Licenciatura em Turismo. Laurea University of Applied Sciences.

RABAHY, Silvia Maria Ligabue Abrahão. **Mercado de turismo sob o prisma de segmentos de consumo: uma abordagem do perfil psicológico do consumidor de Turismo.** 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo.

REQUIXA, R. **Sugestões de diretrizes para uma Política Nacional de Lazer.** São Paulo: SESC, 1980

REIS, Heloisa Helena Baldy. Lazer e esporte: a espetacularização do futebol. In: BRUNHS, H. T. **Temas sobre lazer.** Campinas: Autores Associados, 2000, p. 130-143.

RESENDE, Maria Stella Andrade de. **O Conjunto da Pampulha em Belo Horizonte: concepção e usos para o lazer e turismo (1943/2010).** 2004. 124 p. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) – Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú.

RIBEIRO, Raphael Rajão (org.). **Histórias de bairros de Belo Horizonte: Regional Pampulha.** Belo Horizonte: Arquivo Público da Cidade, 2011.

RIBEIRO, Raphael R. O futebol em Belo Horizonte a constituição do campo esportivo (1904-1921). In: SILVA, Silvio R; DEBORTOLI, José A.; SILVA, Tiago F. (orgs.). **Futebol nas Gerais.** Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012, p. 91-110.

RINALDI, Wilson. Futebol: manifestação cultural e ideologização. **Revista da Educação Física,** Maringá, PR, v. 11, n. 1, p. 167-172, 2000.

RITCHIE, B; ADAIR, D. **Sport Tourism.** Interrelationships, impacts and issue. Clevedon: Channel View Publications, 2004, p. 21-28.

RODRIGUES, Francisco Xavier Freire. O programa “sócio-torcedor” do Sport Club Internacional. **Revista Aurora**, São Paulo, n. 9, p. 128-138, 2010.

RODRIGUES, Marilita Aparecida Arantes. **Constituição e enraizamento do esporte na cidade:** uma prática moderna de lazer na cultura urbana de Belo Horizonte (1894-1920).2006. 338 p. Tese (Doutorado em História) – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

ROMERA, Liana Abrão; REIS; Heloísa Helena Baldy dos. O uso de álcool, futebol e torcedores jovens. **Motriz**, Rio Claro, SP, v. 15, n. 13, p. 541-551, jul./set. 2009.

ROSA, Maria Cristina. **Lazer em Ouro Preto e Mariana:** espaços e equipamentos. Ouro Preto: Editora UFOP, 2014

ROSCA, V. Sustainable development of city by using a football club. **Theoretical and empirical researches in urban management**, v. 16, n. 5, p. 61-68, ago. 2010.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável:** a proteção do meio ambiente. Campinas: Papirus, 1997.

SÁCRISTAN, J. *et al.* Un escaparate esencial para atraer turistas. **El economista**. 12 de maio de 2014, p. 9.

SÁNCHEZ, Fernanda. **A reinvenção das cidades para um mercado mundial.** Chapecó: Ed. Argos, 2003.

SANCHO, A. **Introdução ao turismo.** Tradução de Dolores M. R. São Paulo: Roca, 2001.

SANTIAGO, Alina *et al.* O Plano Diretor como estratégia de organização espacial e o planejamento turístico de Florianópolis-SC. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, Itajaí, v. 2, n. 2, p. 64-83, jul. 2008.

SANTOS, André Carazza dos. Estádio Mineirão: orgulho e redenção do futebol mineiro. **Efdeportes Revista Digital**, Buenos Aires, año 10, n. 87, revista eletrônica, 2005.

SANTOS, Rodrigo Amado dos; SOUZA, Norma de Sitta. Eventos esportivos: definição de mercado e perspectivas de atuação. **Revista Eletrônica Científica de Turismo**. São Paulo, ano IX, n. 16, p. 1-8, 2012.

SANTOS FILHO, José Camilo dos. **Pesquisa educacional: quantidade-qualidade**. 6ª ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SEIXAS, W. *et al.* **Mineirão 40 anos: paixão e emoção**. Belo Horizonte: Lastro Editora, 2005.

SILVA, Mônica Cristina de Souza. **Turismo cultural em sítios históricos tombados**. 2005. 74p. Monografia (Especialização em Turismo: Cultura e Lazer) – Universidade de Brasília, Brasília.

SILVA, Raquel Ribeiro de Souza. Patrimônio tombado: proteção de bens culturais e desenvolvimento regional. **Contribuciones a Iãs Ciencias Sociales**, p. 1-9, set. 2013.

SILVEIRA, Amanda Carolina Costa; SILVA, Regina Helena Alves da. Os espaços de lazer na cidade: a política urbana de Belo Horizonte. **Licere**, Belo Horizonte, v. 13, n. 3, p. 1-42, set. 2010.

SOUZA, Luiz Neves; ÁLVARES, Lúcia Capanema. A propaganda política da Pampulha: do Modernismo de Kubitschek ao *City-Marketing* de Pimentel. SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL, 4, 2006, Caxias do Sul. **Anais...**, 2006.

SOUZA NETO, G. J. **Aha, uhu, o Mineirão é nosso**: a história da memória de um lugar. Projeto de Pesquisa apresentado ao Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, Nível Doutorado, EEEFTO-UFMG, 2013.

SOUZA NETO, Georgino Jorge. **A invenção do torcer em Belo Horizonte**: da assistência ao pertencimento clubístico (1904-1930). 2010. 130 p. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte.

STANDEVEN, J. DE KNOP, P. **Sport tourism**. Leeds: Human Kinetics. 1999.

SWARBROOKE, J. **The development a management of visitor attractions**, 1995.

TAVEIRA, Marcelo; GONÇALVES, Saete. Lazer e turismo: análise teórico-conceitual. In: CONGRESSO LATINO-AMERICANO DE INVESTIGAÇÃO TURÍSTICA, 5, São Paulo. **Anais...**, 2012, p. 1-23.

TAYLOR, Rogan. As dimensões sociais do relacionamento comercial entre os clubes de futebol e suas comunidades. In: CONGRESSO INTERNACIONAL EAESP DE GESTÃO DE ESPORTES organizado pela Fundação Getúlio Vargas. São Paulo, 1998.

TAYLOR, Russel. Analysing the value of football to Greater Manchester. **Short report**, p. 1-17, abr. 2013.

TIKANDER, J. **Traveller and identities of the finnish football fans**. 2010. (Dissertação de Mestrado) – Departamento de Ciências do Esporte, Universidade de Jyvaskila.

TOLEDO, Luiz Henrique de. **Torcidas organizadas de futebol**. Campinas: Anpocs, 1996.

VIANA, Juliana Alencar. Do remo à pesca: o prescrito e o imprevisto na constituição da Lagoa da Pampulha como um espaço de lazer moderno em belo horizonte (1942 a 1968). **Revista Licere**, Belo Horizonte, v. 16, n. 2, p. 1-34, jun. 2013.

VILLANO, B. *et al.* Seminário Legados de Megaeventos Esportivos: pontos de convergência. In: DA COSTA, L. P. *et al.* (eds.). **Legados de megaeventos esportivos**. Brasília: Ministério do Esporte, 2008, p. 47-50.

XAVIER, Gabriela Costa. **O estado democrático de direito subsidiário e as parcerias público-privadas: o estudo de caso do complexo do Mineirão**. Disponível em: http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=14160. (Acesso em: 12/02/2015.)

WALO, M. Achieving economic benefits at local events: a case study of a local sports event. **Festival Management and Event Tourism**, v. 4, p. 95-106, 1996.

WANG, P; SUTTON, W. Comparative analysis of diaries and projected spending to assess patron expenditure behavior at short-term sporting events. **Festival Management and Event Tourism**, v. 4, p. 29-37, 1996.

WIDMER, Gloria Maria; PIRES, Mário Jorge. O turismo como fator de contribuição para a proteção e função social do patrimônio natural da humanidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano 5, n. 2, p. 52-64, jul./dez. 2008.

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título da pesquisa: Interfaces entre o futebol e o turismo: a região da Pampulha e o “novo” Mineirão

Pesquisador responsável: Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva

Pesquisador auxiliar: Erick Alan Moreira Ferreira

Instituição responsável: Departamento de Educação Física – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional – Universidade Federal de Minas Gerais.

Contatos: a) Prof. Dr. Luciano Pereira da Silva, Departamento de Educação Física – EEEFTO – UFMG.

Av. Carlos Luz, 4664 – Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional – DEF – CELAR – Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer. Universidade Federal de Minas Gerais, Campus Pampulha – Belo Horizonte – MG, CEP: 31310-250. Tel.: (31) 3409-2338. b) COEP – Comitê de Ética em Pesquisa – Av. Antônio Carlos, 6627 – Unidade Administrativa II – 2º andar – Universidade Federal de Minas Gerais, Campus Pampulha – Belo Horizonte – MG, 31270-901. Tel.: (31) 3409-4592.

Prezado(a) senhor(a),

Esta pesquisa faz parte de um trabalho de Mestrado em Estudos do Lazer e tem como objetivo principal pesquisar a relação entre Turismo e Futebol na Pampulha a partir da reforma do Mineirão e das recentes transformações no futebol brasileiro. De forma mais específica, pretende-se diagnosticar o quanto os jogos de futebol realizados no Mineirão têm atraído turistas, qual o perfil destes e, além do estádio, quais equipamentos de lazer e turismo da região eles frequentam. Tais informações podem ser úteis para subsidiar os estudos sobre o lazer, assim como as políticas públicas que envolvem este campo. Gostaríamos de convidá-lo(a) a participar dessa pesquisa que consiste no preenchimento de um formulário a partir de algumas questões que serão apresentadas pelo pesquisador. O tempo médio para preenchimento do formulário é de 15 minutos. Em todas as etapas da pesquisa será garantido o seu anonimato. Está garantida também a liberdade, sem restrições de se recusar a participar, ou retirar o seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem que disso resultem quaisquer tipos de consequências. Os dados obtidos com essa pesquisa serão utilizados exclusivamente para os fins de estudo vinculados ao Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer/EEFTO/UFMG. Todos os produtos gerados por essa pesquisa (formulários e dados tabulados) ficarão armazenados na secretaria do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer/EEFTO/UFMG por um período mínimo de 2 anos, sob inteira responsabilidade do professor responsável por essa pesquisa. Informamos também que a sua participação tem caráter voluntário e não resultará em qualquer tipo de ressarcimento ou remuneração.

Eu _____ (nome da participante), RG _____, Órgão emissor _____, declaro ter **COMPREENDIDO** as informações prestadas neste Termo, **DECIDO** participar da pesquisa solicitada e **AUTORIZO** sua utilização no Projeto de pesquisa intitulado: “Interfaces entre o futebol e o turismo: a região da Pampulha e o “novo” Mineirão”.

Estando de acordo, assinam o presente Termo de Consentimento em duas vias.

Pesquisador responsável Pesquisador auxiliar

Participante
 Belo Horizonte/MG, _____ de _____ de 2014.

APÊNDICE B – FORMULÁRIO



Universidade Federal de Minas Gerais
 Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional
 Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer
 Pesquisa de Mestrado: **Interfaces entre o Futebol e o Turismo: A Região da Pampulha e o “Novo” Mineirão**

Data:	Horário:
Campeonato:	Jogo:
Aplicador:	

1. Em que cidade você mora? (ESPONTÂNEA) (CASO FOR Belo Horizonte, encerrar questionário).

1.1 Nome:

2. Para que time você torce?

3. Sexo? () M / () F

4. Qual o seu estado civil?

() Solteiro / () Casado / () Divorciado/Separado / () Viúvo / () Outro _____

5. Qual a sua idade?

6. Quantas pessoas moram na sua residência?

() Uma / () Duas / () Três / () Quatro / () Cinco / () Mais de Cinco / () Não possui filhos

7. Qual a sua renda familiar mensal?

- () sem rendimento
 () 0 a 362,00
 () 363,00 a 724,00
 () 725,00 a 1.448,00
 () 1.448,00 a 2.172,00
 () 2.173,00 a 3.620,00
 () 3.631,00 a 7.240,00
 () 7.241,00 a 14.480,00
 () 14.481,00 ou mais

8. Escolarização (o que já completou)?

- () Nunca estudou
 () Ensino Fundamental
 () Ensino Médio
 () Ensino Superior
 () Pós-graduação

9. (SE TRABALHA) No seu trabalho (PRINCIPAL) você é?

- () Funcionário público
 () Assalariado
 () Negócio próprio
 () Trabalho autônomo
 () Outros _____

10. (SE NÃO TRABALHA) Qual a sua ocupação principal?

- () Estudante
 () Aposentado
 () Dona de casa
 () Desempregado

- Pensionista
 Outros _____

11. Você é sócio-torcedor?

- Sim / Não

12. Você pertence a alguma torcida organizada?

- Sim / Não

13. Quantas vezes você VIAJOU para assistir a uma partida no Mineirão no ano de 2014?

- Uma vez / Duas vezes / Três vezes / Quatro vezes / Cinco ou mais vezes

14. E no ano de 2013?

- Nenhuma / Uma vez / Duas vezes / Três vezes / Quatro vezes / Cinco ou mais vezes

15. No ano de 2013, para assistir qual competição você VIAJOU mais?

- Campeonato Mineiro / Copa do Brasil / Campeonato Brasileiro

16. E no ano de 2014?

- Campeonato Mineiro / Copa do Brasil / Campeonato Brasileiro / Taça Libertadores da América

17. Nestas VIAGENS, qual o principal motivo da sua vinda a Belo Horizonte?

- Assistir exclusivamente a jogos de futebol
 Outra: _____

18. Antes da reforma do estádio, com que frequência você VIAJAVA para assistir jogos no Mineirão?

- Sempre / Frequentemente / Raramente / Nunca

19. A reforma do Mineirão é um fator motivador da sua vinda ao estádio?

- Sim / Não

Se sim, por quê?

20. Com quem você viajou para vir ao Estádio?

- Sozinho / Conjugue/namorado / Filhos (as) / Outros familiares / Amigos / Outro(s)

21. Qual o meio de transporte o(a) senhor(a) utilizou para a realização desta viagem (até BH)?

- Próprio / Alugado / Amigos ou Parentes / Ônibus ou van fretados / Ônibus fretado de torcida organizada /
 Transporte regular (linha convencional) / Avião

22. Se for o caso, qual o meio de hospedagem utilizado na cidade nesta viagem?

- Não vai dormir / excursionista
 Hotel/pousada
 Albergue/república
 Casa de amigos e parentes
 Acampamento turístico (campings ou similares)
 Casa própria/Alugada
 Resort
 Hotel fazenda
 Outro: _____

23. Em qual bairro da cidade você está hospedado?

24. Durante VIAGENS PARA ASSISTIR A JOGOS DE FUTEBOL NO MINEIRÃO, você já se hospedou em algum meio de hospedagem comercial (hotel, pousada ou similares) na região da Pampulha?

- Sim / Não

Se sim, o que achou do serviço?

- Excelente / Bom / Regular / Ruim / Péssimo

Se não, por que não o fez?

25. Quantas pernoites você pretende realizar nesta cidade (RESPONDER APENAS SE FOR PERNOITAR)?

Uma / Duas / Três / Quatro / Cinco ou mais

26. Considerando todos os gastos para assistir aos jogos, desde o momento em que você sai de casa até o momento do seu retorno, quanto será o seu gasto nesta viagem?

- Até R\$ 50.
 Entre R\$ 51,00 e R\$ 150,00.
 Entre R\$ 151,00 e R\$ 250,00.
 Entre R\$ 251,00 e R\$ 350,00.
 Entre R\$ 351,00 e R\$ 450,00.
 Entre R\$ 451,00 e R\$ 550,00.
 Acima de R\$ 550,00.

27. O seu PRINCIPAL gasto para essa viagem se dá com:

Ingresso / Transporte / Alimentação / Hospedagem / Visita a outros atrativos turísticos

28. Você visitou ou vai visitar após o jogo outro(s) equipamentos(s) de lazer/turismo da região da Pampulha?

Sim / Não

Se sim, qual(is)?

- Orla da Lagoa da Pampulha
 Igreja de São Francisco de Assis
 Museu de Arte
 Parque Guanabara
 Parques Aquáticos
 Parque Ecológico
 Jardim Zoológico
 Bares / Restaurantes / Casas noturnas
 Shopping
 Outros: _____

Se não, qual o motivo?

29. Você consumiu produtos de vendedores ambulantes / barraqueiros no entorno do Mineirão?

Sim / Não

Se sim, o que achou do serviço?

Excelente / Bom / Regular / Ruim / Péssimo

Se não, por que não o fez?

30. Como você avalia os equipamentos e os serviços de lazer /turismo da região da Pampulha?

Excelente / Bom / Regular / Ruim / Péssimo / Não sei opinar

31. Em sua opinião, quais os problemas que a região da Pampulha possui para receber o torcedor/visitante (TORCEDORES DE FORA DE BH)?

32. Houve ou haverá visitação a outros atrativos turísticos da cidade (fora da região da Pampulha)?

Sim / Não

33. Você gostaria de frequentar mais o estádio?

Sim / Não

Se sim, o que impede que isto ocorra?

Você aceitaria, em outro momento, ser contatado(a) para um entrevista com o objetivo de dar continuidade a essa pesquisa? Sim Não

Telefone:

E-mail:

ANEXO A – DOCUMENTO DE APROVAÇÃO DO COEP

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS
COMITÊ DE ÉTICA EM PESQUISA - COEP

Projeto: CAAE – 35500714.9.0000.5149

Interessado(a): Prof. Luciano Pereira da Silva
Departamento de Educação Física
EEFFTO - UFMG

DECISÃO

O Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG – COEP aprovou, no dia 13 de outubro de 2014, o projeto de pesquisa intitulado **"Interfaces entre o futebol e o turismo: a região da Pampulha e o 'novo' Mineirão"** bem como o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido;

O relatório final ou parcial deverá ser encaminhado ao COEP um ano após o início do projeto através da Plataforma Brasil.

Prof. Dra. Telma Campos Medeiros Lorentz
Coordenadora do COEP-UFMG

ANEXO B – PAMPULHA – ATRATIVOS, EQUIPAMENTOS E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Local	Tipo de local
7 Cacau	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
AABB - Associação Atlética Banco do Brasil	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
AASBemge - Associação Atlética Bemge	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Abelhas Air Serviços em Aviação	Companhia Aérea, Locadora, Transporte, Serviço turístico
Adega Pampulha	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Aeroporto Carlos Drummond de Andrade - Pampulha	Aeroporto, Transporte, Serviço turístico
Alfatur	Agência / Operadora, Agência de viagem, Serviço turístico
Ambar Produções e Cenografia	Organizador / Promotor, Empresa de evento, Serviço turístico
América Futebol Clube	Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Americantour Agência de Viagens e Turismo	Agência / Operadora, Agência de viagem, Serviço turístico
Amigos e Antigos	Bar, Gastronomia
Anella Ristorante	Restaurante, Italiano, Gastronomia
APCEF/MG - Associação do Pessoal da caixa Econômica Federal	Outro, Entretenimento / Cultura
Aquário da Bacia do Rio São Francisco - FZB-BH	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Natural / Ecológico
Armazém do Churrasco	Empresa de evento, Serviço de apoio, Serviço turístico
Atlântida Steak Beer	Restaurante, Bar, Carne, Casa de show, Entretenimento / Cultura, Gastronomia
Baião de Dois	Restaurante, Bar, Churrascaria, Gastronomia
Bar do Ceará	Bar, Gastronomia
Bar do Dedinho	Bar, Gastronomia
Bar do João - Santa Branca	Bar, Gastronomia
Bar do Joãozinho	Bar, Gastronomia
Bar e Boi	Restaurante, Bar, Gastronomia
Bar e Restaurante do João Véio	Bar, Gastronomia
Bar Pompéu	Bar, Gastronomia
Bar Purarmonia	Bar, Casa de show, Entretenimento / Cultura, Gastronomia
Barolio	Restaurante, Italiano, Gastronomia
Barra Beer	Bar, Cervejaria / Choperia, Gastronomia
Barra Lounge Disco	Boate, Entretenimento / Cultura
Barril 211	Bar, Cervejaria / Choperia, Gastronomia
Belga Brigaderia	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Bem-te-vi Hotel	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Best Western Plus Pampulha Design Hotel	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Bhendito	Bar, Gastronomia
Biblioteca Central - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura
Biblioteca da Escola de Belas Artes - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura

Biblioteca da Escola de Biblioteconomia - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura
Biblioteca da Escola de Educação - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura
Biblioteca da Escola de Educação Física - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura
Biblioteca do Instituto de Ciências Biológicas - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura
Biblioteca do Instituto de Ciências Exatas - UFMG	Biblioteca, Entretenimento / Cultura
Bike Mania Aluguel	Outro, Entretenimento / Cultura
Bistrô Folha Gourmet	Restaurante, Francês, Gastronomia
Bistrô Verde Essencial	Restaurante, Francês, Gastronomia
Bistrô Vila Rica	Restaurante, Gastronomia
Bob Ben Sorveteria	Sorveteria, Gastronomia
Bolicho Del Rey	Casa de jogo, Outro, Entretenimento / Cultura
Botequim Seu Jorge	Bar, Gastronomia
Bravíssimo	Pizzaria, Gastronomia
Bristol Alameda Business Hotel	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Bristol Jaraguá Hotel	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Bristol Pampulha Lieu	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Buffet Circus/ Vila Bibi	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Burgueria Pampulha	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Bushi Cozinha Oriental	Restaurante, Oriental, Gastronomia
Busto de Santos Dumont	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Busto de Tancredo Neves	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Busto do Marechal Roberto Trompowski	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Busto Dom Orione	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Butecão Do Leão	Bar, Gastronomia
Butecário	Antiquário, Bar, Compra, Gastronomia
Cacau Show - Ouro Preto	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Café Coração de Minas	Cafeteria / Tabacaria, Gastronomia
Café Paddock	Restaurante, Cafeteria / Tabacaria, Espaço para evento, Outro Espaço, Gastronomia, Serviço turístico
Camarote Music Bar	Casa de show, Entretenimento / Cultura
Campus Liberdade Flat	Apart-hotel, Hospedagem
Caravaggio Raicri - Galeria de Arte e Eventos	Espaço para evento, Outro Espaço, Galeria de arte, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Casa de Portugal	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico

Casa do Baile	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Espaço cultural, Entretenimento / Cultura
Casa Kubitschek - JK	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico
Casa Pampulha	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Casarão Beer	Bar, Gastronomia
Castelo Festas	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Cemitério Israelita	Outro serviço
Centro Cultural Lagoa do Nado	Espaço cultural, Entretenimento / Cultura
Centro Cultural Pampulha (CCP)	Espaço cultural, Entretenimento / Cultura
Centro Cultural São Bernardo (CCSB)	Espaço cultural, Entretenimento / Cultura
Centro de Atendimento ao Turista (CAT) - Aeroporto da Pampulha	Centro de atendimento ao turista, Informação turística, Serviço turístico
Centro de Compras ViaBrasil Pampulha	Shopping, Compra
Centro de Referência Turística Alvaro Hardy - Veveco	Centro de atendimento ao turista, Informação turística, Serviço turístico
Cepel - Centro de Preparação Equestre da Lagoa	Outro, Entretenimento / Cultura
Cervejaria Studebaker	Bar, Cervejaria / Choperia, Gastronomia
Chácara Chiari	Empresa de evento, Serviço de apoio, Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Chalé da Costela	Restaurante, Churrascaria, Gastronomia
Cheers Chooperia e Grelhados e Mulan	Restaurante, Chinês, Japonês, Gastronomia
Chico do Churrasco - Castelo	Bar, Gastronomia
Churrascaria Fiesta Brava	Restaurante, Churrascaria, Gastronomia
Churrascaria Pampulha Grill	Restaurante, Churrascaria, Gastronomia
Churrasquinho do Manuel - Lagoa	Bar, Gastronomia
Cia do Boi - Pampulha	Restaurante, Carne, Gastronomia
Cine Clube da UFMG	Cinema, Entretenimento / Cultura
Cine TJ - Pampulha Mall	Cinema, Entretenimento / Cultura
Clube Belo Horizonte	Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Clube Cruzeiro Esporte Clube - Sede Campestre	Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Clube da Esquina - Itapoã	Bar, Gastronomia
Clube do Bosque	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Clube do Ipê	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Clube dos Pescadores	Restaurante, Gastronomia
Clube Libanês	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Clube Quinze Veranistas	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Cocana - Santa Amélia	Restaurante, Gastronomia
Colégio Militar	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
Commemorare Festas e Buffet	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico

Companhia do Boi - Pampulha	Restaurante, Carne, Gastronomia
Companhia Mineira do Churrasco	Restaurante, Churrascaria, Gastronomia
Confraria do Café - Pampulha	Cafeteria / Tabacaria, Gastronomia
Conjunto Arquitetônico e Paisagístico da Pampulha	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico
Conselho Tutelar Pampulha	Prefeitura, Outro serviço
Consulado da Guatemala	Consulado, Serviço turístico
Coomotaxi	Serviço de Táxi, Transporte, Serviço turístico
Cooperbh-Táxi	Serviço de Táxi, Transporte, Serviço turístico
Degraus	Bar, Gastronomia
Delegacia de Polícia de Eventos	Polícia, Segurança, Outro serviço
Delpa Produções	Organizador / Promotor, Empresa de evento, Serviço turístico
Des Amis Bistrô	Restaurante, Internacional, Gastronomia
Desvendar.com Viagens e Turismo	Agência de viagem, Receptivo, Serviço turístico
Don Carlo La Pizzeria	Pizzaria, Gastronomia
Dona Breja	Bar, Cervejaria / Choperia, Gastronomia
Embrataxi	Companhia Aérea, Locadora, Transporte, Serviço turístico
Embravans	Agência de viagem, Receptivo, Locadora, Transporte, Serviço turístico
Empada's - Ouro Preto	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Empório Via Verde	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Escola de Música - UFMG	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
Escultura Irmão Sol, Irmã Lua	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Escultura Maternidade	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Escultura Revoada de Pássaros	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Escultura Saltério 3	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Espaço ClubGourmet	Restaurante, Espaço para evento, Outro Espaço, Gastronomia, Serviço turístico
Espaço Cultural Schauspielhaus Luchini	Espaço cultural, Entretenimento / Cultura
Espeto do Manuel - Santa Amélia	Bar, Gastronomia
Esporte Clube Sírio Belo Horizonte	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Estação Ecológica da UFMG	Atrativo turístico, Natural / Ecológico, Entretenimento / Cultura
Estátua Boi	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Estátua da Vênus de Milo	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Estátua Nu	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Estátua O Abraço	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Estátua Pampulha	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte

Estátuas Leões	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Estruturar	Organizador / Promotor, Empresa de evento, Serviço turístico
Executive Empreendimentos Turísticos Sociedade Simples	Agência / Operadora, Agência de viagem, Receptivo, Serviço turístico
Expresso Gardênia	Transporte, Serviço turístico
Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia (FAJE)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
Fanático Esporte Bar	Bar, Gastronomia
Farroupilha Grill - Pampulha	Restaurante, Carne, Gastronomia
Feijoaria	Restaurante, Mineiro, Gastronomia
Feijuada	Restaurante, Gastronomia
Filé Espeto e Cia	Restaurante, Bar, Gastronomia
Fina Flor Turismo	Agência / Operadora, Agência de viagem, Serviço turístico
Fino da Bola Hostel	Albergue / Hostel, Hospedagem
Frutos do Brasil - Itapoã	Sorveteria, Gastronomia
Frutos do Brasil - Ouro Preto	Sorveteria, Gastronomia
Fundação João Pinheiro	Outro serviço
Galeria Com'Art	Galeria de Arte, Galeria de arte, Compra, Entretenimento / Cultura
Galeria Livrobjeto	Galeria de Arte, Galeria de arte, Compra, Entretenimento / Cultura
Global Bicicletas - Pampulha	Outro, Entretenimento / Cultura
Great Adventure Turismo	Agência / Operadora, Agência de viagem, Serviço turístico
Guanabara Grill	Restaurante, Gastronomia
Hannah- Pampulha	Restaurante, Japonês, Gastronomia
Hertz - Pampulha	Locadora, Transporte, Serviço turístico
Hollywood Fine Burger	Bar, Gastronomia
Hospedaria Martuccelli	Pousada, Hospedagem
Hospital Infantil Padre Anchieta	Hospital, Saúde, Outro serviço
Hospital Paulo de Tarso	Hospital, Saúde, Outro serviço
Hostel Pousada Vila Feliz	Albergue / Hostel, Hospedagem
Hotel Chamonville	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Hotel Conexão Pampulha	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Hotel L'Espace	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Hotel Portovale	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Hotel Villa Marquês	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
late Tênis Clube	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
ibis Styles Pampulha	Hotel, Hospedagem
Igreja Batista Getsêmani	Representação Religiosa

Igreja São Francisco de Assis	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Igreja, Representação Religiosa
Imperatriz Pampulha Eventos	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Imperial Eventos	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
J's Fine Burger	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Jaraguá Country Club	Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Jardim Botânico	Atrativo turístico, Natural / Ecológico
Jardim Japonês de Belo Horizonte	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Natural / Ecológico
Juizado da Infância e Juventude - Aeroporto Pampulha	Segurança, Outro serviço
Juscelino Deck Beer	Gastronomia
Kadosh Pampulha Mall Shopping	Restaurante, Gastronomia
Kita's Bar	Bar, Gastronomia
La Palma	Restaurante, Pizzaria, Gastronomia
Labareda - Clube Atlético Mineiro	Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Laboratório de Estudos em Museus e Educação - LEME	Outro serviço
Lagoa da Pampulha	Atrativo turístico, Natural / Ecológico
Lamounier Cerimonial	Organizador / Promotor, Empresa de evento, Serviço turístico
Le Monde Motel	Motel, Hospedagem
Leno's Gourmet	Restaurante, Pizzaria, Gastronomia
Let's Go Festas	Empresa de evento, Serviço de apoio, Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Líder Táxi Aéreo	Companhia Aérea, Locadora, Transporte, Serviço turístico
Lips Motel 1	Motel, Hospedagem
Locar Alpha	Locadora, Transporte, Serviço turístico
Loucos por Aventura - Rodrigo Fiúza	Agência de viagem, Receptivo, Ecoturismo, Serviço turístico
Macaxeira	Bar, Gastronomia
Marco Comemorativo da Visita do General Francisco Hygino Craveiro Lopes	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Marco Comemorativo do 79º Aniversário de Belo Horizonte	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Marco Comemorativo do Milésimo Gol de Pelé	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Marco em Homenagem a Marcelo Campos	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Marco em Homenagem ao Sargento Sílvio Hohenbach	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Marco em Homenagem aos aviadores Gago Coutinho e Saccadura Cabral	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Marco Rotário - Alípio de Melo	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte

Marco Zero - Pampulha	Outro, Entretenimento / Cultura
Marcos em Homenagem à Antônio Abrahão Caram	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Maria das Tranças - São Francisco	Restaurante, Mineiro, Gastronomia
Massa Pizza e Grelhados	Restaurante, Gastronomia
Mc Donald's - Ouro Preto	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
MC Eventos	Empresa de evento, Serviço de apoio, Serviço turístico
Memorial da Imigração Japonesa	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico
Mineirão - Estádio Governador Magalhães Pinto	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Mineirinho - Estádio Jornalista Felipe Drummond	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Mix Pão	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Mochi Cozinha Oriental	Restaurante, Gastronomia
Monumento a Yemanjá	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Monumento em Homenagem a Aleijadinho	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Monumento em Homenagem a Galileu	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Motel Baton	Motel, Hospedagem
Motel Castelo	Motel, Hospedagem
Motel Lagoa Pousada	Motel, Hospedagem
Motel Pampulha	Motel, Hospedagem
Motel Royale	Motel, Hospedagem
Motel Very Good	Motel, Hospedagem
Mural "O Trabalho Humano"	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Museu Brasileiro do Futebol (MBF)	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Museu, Outro, Entretenimento / Cultura
Museu da História da Inquisição	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Biblioteca, Museu, Entretenimento / Cultura
Museu de Arte da Pampulha (MAP)	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico
Museu de Ciências Morfológicas	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Museu
Na Brasa Grill	Restaurante, Churrascaria, Gastronomia
O Barco	Restaurante, Frutos do mar, Gastronomia
One Burger - Ouro Preto	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Orange BH	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Orla da Lagoa da Pampulha	Espaço para evento, Outro Espaço, Serviço turístico
Ouro Beer	Bar, Gastronomia
Ouro Burguer	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Ouro Lanche	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Painel de Bucle Marx - O esporte	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte

Painel de Cândido Portinari - Peixes	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Painel de Cândido Portinari - Suicídio da consciência	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Painel de Guignard	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Painel de Yara Tupynambá - A Inconfidência Mineira	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Pamps Hostel	Albergue / Hostel, Hospedagem
Pampulha Flat	Apart-hotel, Hospedagem
Pampulha Green Hostel	Albergue / Hostel, Hospedagem
Pampulha Iate Clube	Arquitetura, Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Espaço para evento, Outro Espaço, Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Pampulha Mall Shopping	Shopping, Compra
Pampulha Open Hotel - Deluxe Hostel	Albergue / Hostel, Hospedagem
Parque Ecológico da Pampulha	Atrativo turístico, Natural / Ecológico, Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Elias Michel Farah	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Guanabara - Centro de Diversões	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Jardim Montanhês	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Municipal Cássia Eller	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Municipal Fazenda Lagoa do Nado	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Municipal Ursulina de Andrade Mello	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Parque Vencesli Firmino da Silva	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Passaredo Linhas Aéreas	Companhia Aérea, Transporte, Serviço turístico
Petisqueira do Jacaré	Bar, Gastronomia
Picchioni Câmbio - Shopping Del Rey	Câmbio, Serviço turístico
Pizzaria Mangabeiras - Ouro Preto	Pizzaria, Gastronomia
Pizzaria Mangabeiras - Santa Amélia	Pizzaria, Gastronomia
Placa Comemorativa "Monumento Tortura Nunca Mais"	Artístico / Cultural, Atrativo turístico, Obra de Arte
Pousada Lagoa	Pousada, Hospedagem
Pousada Sossego da Pampulha	Pousada, Hospedagem
Pousada Vip BH	Pousada, Hospedagem
Praça São Francisco de Assis	Atrativo turístico, Outro
Praça Alberto Dalva Simão	Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Praça da Pampulha - Praça dos Esportes	Espaço para evento, Outro Espaço, Parque / Praça, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
Praça Dino Barbieri	Atrativo turístico, Outro, Parque / Praça, Entretenimento / Cultura
Pró Suporte	Organizador / Promotor, Empresa de evento, Serviço turístico
Quality Hotel Pampulha	Hotel, Espaço para evento, Hotel, Hospedagem, Serviço turístico
Ramos Turismo	Agência / Operadora, Agência de viagem, Receptivo, Locadora, Transporte, Serviço turístico

Rancho do Manoel	Restaurante, Gastronomia
Recanto da Macaca	Bar, Gastronomia
Recanto do Açai	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Regional Pampulha	Prefeitura, Regional, Outro serviço
Restaurante do Siri	Restaurante, Gastronomia
Restaurante e Pizzaria Fazendinha	Restaurante, Pizzaria, Gastronomia
Restaurante Jardim de Minas	Restaurante, Self-service, Gastronomia
Restaurante Novo Paladar	Restaurante, Self-service, Gastronomia
Restaurante Ochi Sushi	Restaurante, Japonês, Gastronomia
Restaurante Paladino Fazenda	Restaurante, Espaço para evento, Outro Espaço, Gastronomia, Serviço turístico
Restaurante Parrillero	Restaurante, Carne, Gastronomia
Restaurante Quintal Pampulha	Restaurante, Carne, Gastronomia
Restaurante Sabor Caseiro	Restaurante, Self-service, Gastronomia
Restaurante Toyo	Restaurante, Oriental, Gastronomia
Rota 85 Rock Bar	Bar, Gastronomia
Rutger Motors Music Bar	Bar, Gastronomia
Saatore Ristorante - Pampulha	Restaurante, Italiano, Gastronomia
Sambô Pizzaria	Pizzaria, Gastronomia
San Diego Suítes Pampulha	Hotel, Hospedagem
Sapão Taioba	Bar, Gastronomia
Saritur	Empresas de ônibus, Transporte, Serviço turístico
Single Flat Pousada Pampulha	Pousada, Hospedagem
Solar das Palmeiras	Espaço para evento, Serviço turístico
Surubim no Espeto - Jaraguá	Restaurante, Pizzaria, Frutos do mar, Gastronomia
Sushi House	Restaurante, Japonês, Gastronomia
T8T - Viagens e Turismo	Agência / Operadora, Agência de viagem, Receptivo, Serviço turístico
Tamig - Táxi Aéreo	Companhia Aérea, Locadora, Transporte, Serviço turístico
Teartes Artesanatos	Artesanato, Compra
Tia Eliana - Ouro Preto	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Toca da Raposa I - Cruzeiro Esporte Clube	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Toca da Raposa II - Cruzeiro Esporte Clube	Estádio / Clube, Entretenimento / Cultura
Transnorte	Empresas de ônibus, Transporte, Serviço turístico
Trem - Associação do Trade Receptivo de MG	Associação de Turismo, Informação turística, Serviço turístico
Trem Bão na Praça	Restaurante, Gastronomia
Trigaria	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Trigo Dourado	Confeitaria / Lanchonete, Gastronomia
Trip Linhas Aéreas	Companhia Aérea, Transporte, Serviço turístico
Tudo na Brasa	Restaurante, Gastronomia
UEMG - Escola de Design (ED)	Outro serviço
UFMG - Auditório da Reitoria	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico

UFMG - Campus Pampulha	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Centro de Treinamento Esportivo (CTE)	Espaço para evento, Outro Espaço, Outro, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
UFMG - Centro Esportivo Universitário (CEU)	Espaço para evento, Outro Espaço, Outro, Entretenimento / Cultura, Serviço turístico
UFMG - Escola de Ciência da Informação (ECI)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional (EEFFTO)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Escola de Engenharia	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Escola de Veterinária	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Faculdade de Ciências Econômicas (FACE)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Faculdade de Educação (FaE)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas (FAFICH)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Faculdade de Letras (FALE)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Faculdade de Odontologia	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Instituto de Ciências Biológicas (ICB)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Instituto de Ciências Exatas (ICEx)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Instituto de Geociências (IGC)	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
UFMG - Universidade Federal de Minas Gerais	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
Unidas Rent a Car	Locadora, Transporte, Serviço turístico
Unifenas - Unidade Boaventura	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
Unifenas - Unidade Líbano	Centro de Convenção / Auditório, Espaço para evento, Serviço turístico
Unitáxi	Serviço de Táxi, Transporte, Serviço turístico
Verde Minas Turismo Ecológico	Agência de viagem, Receptivo, Ecoturismo, Serviço turístico
Verdim Bar	Restaurante, Bar, Gastronomia
Via Shopping Pampulha	Shopping, Compra
Viação Gontijo	Empresas de ônibus, Transporte, Serviço turístico
Viação Itapemirim	Empresas de ônibus, Transporte, Serviço turístico
Viana Grill	Restaurante, Pizzaria, Churrascaria, Gastronomia
VMI Evntos e Viagens	Agência / Operadora, Agência de viagem, Organizador / Promotor, Empresa de evento, Serviço turístico
W Rent A Car	Locadora, Transporte, Serviço turístico

Wäls Cervejas Especiais	Atrativo turístico, Bar, Cervejaria / Choperia, Gastronomia
Xapuri Restaurante	Restaurante, Mineiro, Gastronomia
Xico do Churrasco - Dona Clara	Restaurante, Bar, Gastronomia
Zap 18	Espaço cultural, Entretenimento / Cultura
Zeus 360º	Boate, Entretenimento / Cultura
Zoo Bar	Bar, Gastronomia
Zoológico - Fundação Zoo-Botânica de Belo Horizonte (FZB-BH)	Atrativo turístico, Natural / Ecológico