

thij

Tourism and Hospitality
International Journal



III Jornadas Científicas Internacionais de Turismo ISCE 2014:

Produtos, Mercados
e Destinos Turísticos

www.isce-turismo.com

Organização:



Departamento
Turismo@ISCE

Apoio:

Travelport



Volume 3 | Número 4 | Novembro 2014
Volume 3 | Number 4 | November 2014
Volume 3 | Número 4 | Novembro 2014

Impactos da copa do mundo FIFA 2014 no turismo das cidades - sede: Uma percepção dos residentes da cidade do Rio de Janeiro no período pré-evento

320

Paola Bastos Lohmann

Fundação Getulio Vargas (FGV)

Deborah Moraes Zouain

COPPE/UFRJ

Kaarina Barbosa Virkki

Fundação Getulio Vargas (FGV)

Marcel Dantas de Quintela

Escola Nacional de Ciências Estatísticas (ENCE)

Thayrine da Silva Pacheco

Universidade Federal Fluminense (UFF)

Lohmann, P. B., Zouain, D. M., Virkki, K. B., Quintela, M. D. de & Pacheco, T. da S. (2014). Impactos da copa do mundo FIFA 2014 no turismo das cidades-sede: Uma percepção dos residentes da cidade do Rio de Janeiro no período pré-evento. *Tourism and Hospitality International Journal*, 3(4), 320-337.

A opção de escrita pelo acordo ortográfico é da responsabilidade dos autores.

Resumo

Megaeventos esportivos são idealizados por governos como uma maneira de aumentar a visibilidade internacional dos países, e de diferentes formas, impulsionar a economia, gerando benefícios econômicos para a sociedade. O presente artigo visa analisar a percepção dos residentes em relação aos impactos gerados pelo evento no turismo nas Cidades-sede, no período pré-evento. Para a coleta de dados, foi utilizado o modelo de *e-survey* ou *Eletronic Survey*, por meio da aplicação de um questionário on-line, no momento pré-Copa, estruturado em quatro blocos temáticos, que apontavam a percepção de impactos: no turismo, na economia, na infraestrutura e serviços públicos; e perfil do entrevistado. A população residente na cidade do Rio de Janeiro foi o público alvo da pesquisa. Para o sucesso do mundial é necessário que além de investimentos públicos e privados aconteça o envolvimento da população e, para tal, é importante que se entenda qual o grau de aceitação da comunidade receptora ao megaevento. A análise dos resultados da pesquisa realizada mostrou que os impactos positivos - como melhoria de infraestrutura, estímulo ao comércio e turismo - são claramente percebidos pela população; assim como as negatividades - como aumento de preço, prejuízo financeiro e distração para esconder problemas do país - que também apresentaram alto grau de concordância. A abordagem do tema do presente artigo se dá em um momento no qual se faz necessário entender a percepção dos residentes quanto à receptividade e imagem do país; o legado deixado por meio das melhorias feitas pelo setor público nas áreas ligadas diretamente ao evento e dimensiona geograficamente a abrangência dos impactos gerados por este megaevento.

Palavras-chave: Copa do Mundo FIFA 2014, Percepção de impactos, Turismo.

Abstract

Mega sport events are used by governments as a way to increase the international visibility of the countries, and thus boost the economy through the tourism sector generating economic benefits for the country. This paper aims to analyze the perceptions of residents regarding the impacts generated by tourism events in the host cities. To achieve its goal the model used was the e- survey or Electronic Survey, through an online questionnaire, applied previously from the Cup, structured in four thematic groups which indicated the perception of impacts on: tourism, economy, infrastructure and public services; and interviewee profile. The residents of Rio de Janeiro were the target public. For the success of the championship is necessary that, besides public and private investments, happen people's involvement and, for that, it is important to understand the degree of the mega-event's acceptance by the host community. The analysis of research results pointed that the positive impacts – such as infrastructure improvement, incentive of businesses and tourism – are clearly perceived by the population, and the negativities – such as increase of prices, financial loss and distraction for the country's problems – also had high degree of accordancy. The approach to the subject of this article occurs in a time when it is necessary to understand the perception of residents regarding the receptivity and the image of the country; the legacy left by the improvements made by the public sector in the areas directly related to the event and dimensions geographically the scope of the impacts generated by the World Cup.

Keywords: 2014 FIFA World Cup, Perception of impacts, Tourism.

1. Introdução

Desde o anúncio do Brasil como sede da Copa do Mundo FIFA 2014, as instituições públicas e privadas têm realizado uma série de investimentos tanto para as cidades que serão sedes de jogos do mundial, quanto para aquelas que apesar de não receberem jogos, servirão como cidades-base para delegações ou serão impactadas devido à proximidade com as Cidades-Sede. São vários os setores que receberam investimentos diretos devido à Copa do Mundo, dentre eles o turismo, nos seus diferentes segmentos.

Na percepção do residente, existem expectativas diversas com a realização deste megaevento e torna-se importante analisar se o retorno dos investimentos realizados será positivo ou negativo. Dentre os benefícios esperados em relação ao setor turístico, estão principalmente: o aumento da arrecadação de impostos, a exposição internacional, as melhorias da infraestrutura, o fortalecimento das identidades regional e nacional e o aumento da demanda de turistas (Oikos Consultoria, 2014).

A exposição mundial pela qual o país está passando devido ao evento causa uma visibilidade tanto das cidades que receberão jogos quanto do país como um todo, possibilitando maior divulgação do destino Brasil e toda sua diversidade e favorecendo assim para o aumento do fluxo turístico no destino, seja antes, durante ou após o evento.

No contexto da infraestrutura urbana, é possível observar grandes transformações nas cidades que receberão jogos. No caso do Rio de Janeiro, podem ser citados alguns exemplos, tais como, a

construção de túneis, novas vias como o BRT do Corredor Transcarioca, obras relacionadas ao projeto “Porto Maravilha” e renovação e ampliação dos aeroportos, que contribuem não só para desobstruir gargalos de fluxo na cidade para residentes, como para melhorar o acesso ao destino.

Lohmann (2010), ressalta a importância de a população residente estar envolvida nos processos e que tenham suas expectativas levadas em consideração, assim como os outros *stakeholders* (turista nacional e internacional, empresariado, governo e promotores do evento). É destacado que:

Em termos de legados sociais, os megaeventos esportivos, ao modificarem a estrutura e o cotidiano de uma cidade, precisam beneficiar toda a população. Ou seja, mesmo que o espetáculo esportivo “ao vivo” não tenha como expectador o indivíduo mais pobre, esse pode ser beneficiado pelas inúmeras ações que fazem parte do megaevento (operários que trabalharam na construção e manutenção dos equipamentos esportivos e d infraestrutura em geral, cidadãos que passam a utilizar um transporte coletivo de melhor qualidade, equipamentos públicos de esporte e lazer...). Isso faz parte do capital simbólico acumulado no processo (Preus, 2008, citado em Lohmann, 2010).

Apesar de o Brasil ser conhecido como o “país do futebol” e o povo como verdadeiro amante do esporte, percebe-se uma dualidade em relação à escolha do país como sede. Pessimistas a todo acontecimento negativo que ocorre no

país especulam “imagina na copa”, contudo os mais otimistas enxergam o evento como boa oportunidade e motivo de orgulho para o país.

A expressão “Imagina na Copa”, por exemplo, se tornou muito comum no Brasil nos últimos dois anos. Um grande número de pessimistas costuma relacioná-la a qualquer fato negativo. Atraso nos voos? “Imagina na Copa!” Problemas nas estradas? “Imagina na Copa!” Metrô lotado? “Imagina na Copa!”. E a grande verdade é que não é a infraestrutura que vai ser o maior problema do país durante a Copa, e sim, a falta de mão-de-obra qualificada (Lima, 2013).

A força da expressão motivou inclusive a criação de campanhas publicitárias ironizando a expressão, de forma a ir contra os pessimistas e criar um cenário positivo em relação às possíveis catástrofes.

A previsão que existe na fala dos governantes é de que o evento trará consigo investimentos externos capazes de impulsionar a economia nacional. De fato, existe um aumento do consumo e importações de países que vêm sediando os recentes megaeventos esportivos, todavia autores afirmam que os benefícios previstos da despesa pública nunca se materializam (Swinnen, 2008 citado em Lohmann, 2010).

Megaeventos esportivos são usados pelos governos como uma maneira de aumentar a visibilidade internacional, e dessa forma impulsionar diferentes setores da economia, como por exemplo, o setor turístico, gerando benefícios para o país. Isso acontece invariavelmente com países-sede do megaevento. A Copa

do Mundo na África do Sul foi o exemplo mais recente, que proporcionou tamanha visibilidade para o país e conseguiu aumentar o turismo em 25% no período da realização do Mundial de 2010 quando comparado ao mesmo período do ano anterior como mostra Lohmann (2010).

O presente artigo visa à análise da percepção dos residentes da cidade do Rio de Janeiro em relação aos impactos gerados pela Copa do Mundo no turismo nas cidades-sede no período do pré-evento. Desta forma, busca mensurar, por meio de *e-survey*, a percepção dos residentes em relação aos impactos gerados pelo evento. Os aspectos avaliados estão de acordo com quatro blocos temáticos da pesquisa realizada; e englobam a análise dos seguintes itens: 1 – Percepção de impactos no turismo; 2 – Percepção de impactos econômicos; 3 – Percepção de impactos na infraestrutura e serviços públicos; e 4 – Perfil do entrevistado. A avaliação destes aspectos tanto na presente pesquisa, como em análises posteriores, levarão ao entendimento sobre: a receptividade e imagem do país; legado deixado por meio das melhorias feitas pelo setor público nas áreas ligadas diretamente ao evento e dimensionamento geográfico da abrangência dos impactos gerados pela Copa do Mundo FIFA 2014.

2. Referencial Teórico

É importante que se explique, primeiramente, o significado dos megaeventos, para que seja possível mensurar os impactos no mercado turístico. Segundo Allen (2003), megaeventos são aqueles cuja magnitude afeta economias inteiras e repercute na

mídia global. Entre eles podemos citar as Olimpíadas e as Feiras Mundiais, embora seja difícil a muitos outros eventos se encaixarem nessa categoria. O turismo, como parte da economia, é impactado significativamente pelos megaeventos na medida em que há a estruturação de diversos equipamentos turísticos como hotéis, aeroportos e transportes, para receber o volume de turistas inerente a este tipo de evento.

Megaeventos, que também podem ser entendidos como eventos especiais, segundo Jago (1997), elementos-chave para a estratégia de desenvolvimento turístico de algumas regiões. Isso pode ser visto em regiões que muitas vezes se utilizam de grandes eventos fixos em seu calendário para atrair turistas e ganharem prestígio como “cidade festival”. Deste modo, fica implícito que a realização de megaeventos está diretamente ligada ao desenvolvimento do turismo local.

O consequente deslocamento de turistas que o megaevento provoca deve ser contextualizado de forma que a estrutura do mercado turístico seja pensada de acordo com o tipo de turista recebido e suas necessidades. Lohmann (2010) cita que o cenário de um megaevento deve ser analisado de acordo com as três formas de turismo definidas pela Organização Mundial do Turismo (OMT):

Turismo receptivo (quando não-residentes são recebidos por um país de destino, do ponto de vista desse destino), turismo emissivo (quando residentes viajam a outro país, do ponto de vista do país de origem) e turismo doméstico (quando residentes de dado país viajam dentro dos limites

do mesmo).(OMT, 1994, citado em Lohmann, 2010, p.35)

A autora aponta para as necessidades de se atentar para a demanda desses tipos de turistas através de serviços de receptivo, recebendo turistas de outras localidades por conta do evento; turismo emissivo, dada a saída de residentes do Brasil que realizam gastos em outros países e turismo doméstico, “quando visitantes, residentes e turistas viajam a outros destinos dentro do país, seja para assistir a jogos ou não” (Lohmann, 2010, p. 35).

Segundo Lohmann (2010), esse tipo de análise com base nas categorias citadas ajuda o destino a realizar seu planejamento turístico visando às principais necessidades e os pontos para os quais deve se atentar, principalmente ao levar em consideração a população receptora. Além disso, é necessário o uso de outras ferramentas para auxiliar nessa análise, como análises econômicas e sociais de forma a contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo.

Eventos são usados muitas vezes como uma forma de minimizar os impactos da sazonalidade do turismo e, no caso de megaeventos esportivos, têm ainda a finalidade de aumentar a visibilidade dos locais que os sediam, que podem se utilizar de técnicas de comunicação no sentido de melhorar o seu marketing internacional.

Além da finalidade econômica, Allen (2008) cita outros benefícios trazidos por esse tipo de evento:

Tradicionalmente, as comunidades e os governos organizam os eventos para seus próprios benefícios sociais, culturais e/ou esportivos. Segundo o

autor, essa situação começou a mudar drasticamente no início dos anos 80, quando eventos de grande porte em diversas partes do mundo passaram a ser considerados commodities desejáveis devido a sua capacidade de trazer benefícios econômicos com a promoção do turismo, maior gasto do visitante e geração de emprego (Allen, 2008, citado em Lohmann, 2010, p.36).

Para sediar um evento do porte de uma Copa do Mundo, o país precisa passar por diversas fases do processo de organização, que se tornam ainda mais detalhadas e extensas no caso da magnitude do evento em questão. Lohman (2010, p. 39) aponta que “seducir um megaevento constitui uma realidade complexa, envolvendo desde o processo de candidatura à realização do evento, recursos públicos e privados, além de diferentes *stakeholders*”.

Portanto, é importante que se atente para as diversas fases da organização do evento e os impactos esperados para cada etapa de realização:

- Pré-evento: Fase anterior ao evento, caracterizada pelos investimentos para estruturação e adequação das cidades-sede para receber o evento. Os impactos econômicos e oportunidades dessa fase têm duração finita.
- Evento: Os impactos desta fase são resultantes, principalmente, do fluxo econômico gerado pelos gastos dos visitantes e turistas nas cidades e com o turismo. São os negócios efetivados durante o evento. Assim, as oportunidades decorrentes desta fase são negociais.
- Pós-evento: Refere-se aos impactos deixados pelo megaevento. É o legado

que fica para o país, e mais particularmente para as cidades-sede. Os impactos incluem toda a infraestrutura construída, a exposição da cidade na mídia nacional e internacional, aumento do fluxo turístico e aperfeiçoamento da economia local, melhora da mão-de-obra oferecida, bem como uma nova visão da cidade diante de seus moradores. Os impactos dessa fase não terminam com o evento e por isso têm especial importância.

Levando em consideração a fase do pré-evento, que consiste no principal objeto de estudo do presente artigo, observa-se que o impacto do turismo nesta fase é ainda incipiente, visto que a maior parte dos impactos no turismo acontecem durante e após o megaevento. Porém a percepção de que o mesmo está sendo estruturado e tido como um importante receptor de investimentos para a fase do evento é uma constante tanto para o Governo como para a população.

Tendo em vista os impactos no turismo nos períodos do evento e pós-evento, estes serão mensurados e percebidos quase que instantaneamente, de acordo com a percepção do aumento de turistas e incremento de negócios no setor em questão. Além disso, a taxa de ocupação hoteleira e deslocamentos decorrentes da mobilidade de turistas entre cidades-sede serão mensurados durante todo período do evento.

Para muitas cidades, os megaeventos podem ser um caminho mais rápido para conseguir um reconhecimento global por meio da exposição de mídia, o que pode ser bom para um destino turístico caso o evento seja um sucesso, ou altamente negativo caso o evento possua muitas

falhas em sua organização (Jones, 2006, apud Sousa et al, 2012).

Segundo a Organização Mundial de Turismo (UNTWO, 2013), cerca de 5,6 milhões de turistas visitaram o Brasil em 2012, sendo o Rio de Janeiro a cidade que mais recebe turistas internacionais. Acredita-se que a cidade, como sede dos jogos da Copa do Mundo FIFA 2014, possa potencializar ainda mais a vinda de turistas para o destino e pelo país, seja antes, durante ou após este megaevento.

3. Metodologia

3.1. E-Survey: Definições e Características

O entendimento da metodologia de pesquisa por meio de *e-survey* torna-se necessário para se compreender os benefícios do uso dessa ferramenta no meio de pesquisas acadêmicas. As novas tecnologias possibilitam ganhos para o desenvolvimento do conhecimento.

A ascensão da internet trouxe consigo meios de coleta de dados alternativos as forma tradicionais de obtenção de dados primários. E nesta mesma direção e sentido uma série de estudos enriquece a literatura sobre o tema, fornecendo valiosas referências e abordando questões como: a forma de coleta, a abordagem aos entrevistados, amostragem e a qualidade das respostas.

Couper (2005), aponta que o desenvolvimento de novas tecnologias trouxe para o mundo de pesquisa novos meios de coleta de dados tais como, entrevista de autopreenchimento por computador, sistemas automatizados de entrevista telefônica e entrevistas via web. Couper (2005) reconhece esta tecnologia oferece oportunidades de

expansão sobre a coleta de dados de pesquisa, dados que incrementam as possibilidades de interagir com os respondentes e também as implicações na qualidade do dado coletado devem ser estudadas em detalhes.

Para a OCDE (2005), *survey* é uma pesquisa que visa investigar as características de uma determinada população, por meio de coleta de dados de uma amostra da população e estimar suas características através do uso sistemático da metodologia estatística. Quanto ao *e-survey* ou *Electronic Survey*, Jansen, Corley e Jansen (2007), apresenta o mesmo conceito da OCDE, especificando o meio de obtenção dos dados.

Uma pesquisa *online* é um questionário que o público-alvo pode concluir através da Internet. Pesquisas on-line são geralmente criados como formulários da Web com um banco de dados para armazenar as respostas e software estatístico para fornecer análises. As pessoas muitas vezes são incentivados a concluir inquéritos on-line por um incentivo como ser inscrito para ganhar um prêmio (Jansen, Corley & Jansen, 2007).

Quanto a questões da amostragem, Watt (1997) chama a atenção quanto à auto seleção dos entrevistados, esta situação ocorre quando qualquer pessoa com acesso a internet pode preencher ao questionário. Para Watt (1997), a taxa de conclusão, de uma pesquisa com esse tipo de seleção amostral, é baixa em relação aos métodos de seleção tradicionais.

Tendo em vista as discussões sobre a técnica do *e-survey*, é possível visualizar

no Quadro 1 uma listagem comparativa das vantagens e desvantagens mais significativas relativas ao método.

A necessidade de informações cada vez mais rápida e valiosa exige o desenvolvimento de novos métodos para coleta e tratamento de dados pela internet de modo que as técnicas tradicionais combinadas às novas ferramentas possam proporcionar o dinamismo, a eficiência e a confiabilidade exigidos.

3.2. Coleta de Dados da Pesquisa

A presente pesquisa concentrou seu público alvo na população residente do estado do Rio de Janeiro com os objetivos de mensurar os impactos promovidos pela Copa do Mundo e traçar o perfil do público investigado.

O processo de coleta dos dados ocorreu, entre os dias 18 de março e 14 de abril de 2014, por meio de questionário eletrônico estruturado no *Google Docs*, o qual foi composto por 20 questões divididas em 4 blocos temáticos: 1- Percepção de impactos no turismo; 2- Percepção de impactos econômicos; 3 – Percepção de impactos na infraestrutura e serviços públicos; e 4 – Perfil do entrevistado.

Entre as questões, constaram duas questões abertas de natureza qualitativa e as demais fechadas quantitativas. Estas últimas contiveram questões com respostas categóricas, dicotômicas (Sim; Não) e escalares (*Likert*) com cinco níveis de concordância (1- Discordo plenamente; 2- Discordo parcialmente; 3- Não concordo nem discordo; 4- Concordo parcialmente; e 5- Concordo plenamente).

O *e-survey* foi disseminado através de mala direta e pela divulgação em

comunidades relacionadas ao turismo e a Copa do Mundo e em listas de contatos dos pesquisadores no Facebook. Por seu caráter exploratório, a pesquisa foi composta por uma amostra livre que totalizou 806 respondentes auto selecionáveis no território brasileiro, de acordo com a disponibilidade e interesse pelo assunto abordado. No entanto, para o presente artigo foi realizado um recorte para a cidade do Rio de Janeiro, contemplando um total de 363 formulários válidos.

Pensando no dimensionamento da amostra, a quantidade de entrevistados seria suficiente para se enquadrar nos critérios de significância estatística levando em conta estimadores que maximizariam a variância da população alvo. Todavia, além do tamanho da amostra, a técnica de coleta é essencial para se garantir a representação da população a ser estudada. Para isso, é comum utilizar características como distribuição etária, situação socioeconômica ou demográfica disponibilizadas pelos órgãos de estatística oficiais.

Considerando uma amostra aleatória simples, o tamanho da amostra pode ser obtido a partir da seguinte equação (Bolfarine & Bussab, 2005, pp. 69-70):

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \times \sigma^2}{e^2}$$

Assim para se determinar o tamanho de uma amostra é preciso fixar uma margem de erro aceitável (e^2), com certo nível de confiança (Z_{α}^2) e algum conhecimento prévio quanto a variabilidade da população (σ^2). Fixando as duas primeiras medidas tem-se como erro máximo de 5% ($e = 0,05$) ao nível

de confiança de 95% ($z_{\alpha} = 1,96$). Como a medida de variabilidade é desconhecida e considerando que a variável de interesse tem características dicotômicas a qual desejamos maximizar sua variabilidade temos $\sigma^2 = 0,5^2$. Listados ou parâmetros (ou suas estimativas), tem-se:

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5^2}{0,05^2} \rightarrow n \cong 384$$

Tomando como referência o exemplo do cálculo do tamanho amostral, nota-se o quão próxima a quantidade de entrevistas obtidas (363) está do tamanho amostral calculado, e conseqüentemente muito próximo dos critérios de significância estatísticos de confiança (95%) e margem de erro (5%) para o levantamento realizado.

É ponderável que a representatividade ideal da população carioca não é um fator impeditivo para as análises exploratórias acerca dos impactos da Copa do Mundo FIFA 2014 na cidade do Rio de Janeiro, visto que as respostas obtidas demonstram as percepções da população residente em regiões da cidade de grande relevância para o segmento do turismo.

4. Resultados

4.1. Perfil dos Respondentes

Capital do estado do Rio de Janeiro, município da região Sudeste, o Rio de Janeiro, de acordo com o Censo Demográfico de 2010 (Ibge,2010), tem população de, aproximadamente, 6.320.446 habitantes com 53% de mulheres e 47% de homens. Segundo o

Instituto Pereira Passos (IPP)¹, o município está dividido administrativamente em cinco áreas de planejamento com 16 (dezesesseis) regiões de planejamento, 33 (trinta e três) regiões administrativas onde se distribuem seus 160 (cento e sessenta) bairros numa área de 1.224,56 km².

Os respondentes da pesquisa distribuíram-se por praticamente todo o território da cidade do Rio de Janeiro, onde cerca de 60% deles residem nas Regiões Administrativas da Lagoa (10%), da Tijuca (10%), de Copacabana (13%) e de Botafogo (27%), conforme apresenta a Figura 1.

De acordo com as características básicas dos respondentes, a maioria deles são de jovens, onde cerca de 2/3 (dois terços) tem até 26 anos; no que se refere ao sexo dos respondentes, existe uma distribuição praticamente igual para homens (52%) e mulheres (48%).

Quanto ao grau de escolaridade, observou-se que os respondentes tem um alto grau de desenvolvimento escolar, destes 55% tem pelo menos o ensino superior completo e 42% estão com o ensino superior em curso. Dos que tem pelo menos ensino superior completo, os cursos/áreas de formação que mais se destacaram foram os de Administração (22%) seguido pelo de Jornalismo (10%), Direito (8%), Geografia/História (7%), e os de Ciências Sociais, Turismo/Hotelaria, Publicidade e Propaganda/Marketing ambos com 6%.

Por fim, contatou-se que cerca de 60% respondentes possuem uma renda familiar acima de R\$7240,00, e que em geral a média de pessoas que residem no

¹ Instituto Pereira Passos (IPP), disponível em: <http://www.armazemdedados.rio.rj.gov.br/>

domicílio do respondente é de 3 (três) pessoas.

4.2. Análise de Dados

Em uma análise preliminar dos resultados, pode-se notar que cerca de 65% da população entrevistada não acreditam que o Brasil foi uma boa escolha para sediar a Copa do Mundo FIFA 2014. Entretanto, a grande maioria dos entrevistados (98%) acreditam que o evento irá gerar algum tipo de impacto na cidade do Rio de Janeiro, e destes, aproximadamente 72%, esperam que esses impactos sejam sentidos diretamente nos bairros onde moram.

Quanto aos impactos, o levantamento buscou mapear por meio de questões abertas o que respondentes, espontaneamente, associavam situações positivas e negativas a realização da Copa do Mundo na cidade do Rio de Janeiro. Para analisar estas respostas, fez-se uso de técnicas de Mineração de Texto ou *Text Mining* comumente utilizada para o exame de dados não estruturados oriundos de textos, mídias sociais ou páginas da web.

Este processo consiste basicamente na segmentação do texto de cada resposta em palavras que serão tratadas de forma a manterem um padrão textual da língua portuguesa e posteriormente quantificadas conforme uma categorização proposta e por último visualizar as interações entre os termos associados aos pontos positivos e aos negativos da realização do megaevento esportivo em sua cidade.

Dos pontos positivos relacionados a realização da Copa, o termo “Turismo” com cerca de 18% foi o mais citados dentre as respostas, seguido pela

“Infraestrutura” (11%), “Aumento” (8%), “Melhoria” (7%), “Emprego” (6%) e “Obras” (6%). Quanto aos pontos negativos, os termos “Transito” (8%), “Obras” (8%), “Público” (7%), “Custo” (5%), “Aumento” (5%) e “Preço” (5%) foram os de maior relevância dentre os citados. As distribuições dos termos relacionados aos pontos positivos e negativos são apresentados nos gráficos WordClouds² do Quadro 2.

Associando a análise de importância apresentada no Quadro 2 e a correlação entre os termos citados demonstrado no Quadro 3, seria prudente reconhecer que o entendimento dos entrevistados quanto aos pontos positivos da realização da Copa do Mundo remetem ao aumento do turismo proporcionado pelo megaevento incentivado pela maior visibilidade internacional do destino, fato que demanda maiores investimentos públicos em infraestrutura e transportes para a cidade do Rio de Janeiro e consequentemente gerando emprego e renda.

Quanto a percepção negativa da realização da Copa do Mundo, os respondentes da pesquisa acreditam que o Trânsito será um dos principais pontos negativos do megaevento esportivo na cidade do Rio de Janeiro. Numa associação sensata dos termos analisados somos levados a crer que o aumento dos preços, o alto custo de investimentos públicos para suprir a falta de infraestrutura da cidade para sediar o evento e a corrupção nos gastos públicos pesam negativamente na realização Copa

² Word Cloud ou Tag Cloud é uma imagem composta de palavras usadas em um texto ou assunto específico, em que o tamanho de cada palavra indica sua frequência ou importância. (<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/word-cloud>)

do Mundo segundo a percepção dos respondentes.

No que tange à percepção econômica, a população divide opiniões em relação à lucratividade gerada pela Copa nas Cidades Sede, mas essa tendência tende a ser positiva. Apesar dessa parcialidade, acredita-se que os preços irão aumentar - fato que influencia nos lucros futuros gerados pelo evento.

Mais de 80% dos entrevistados concorda que haverá estímulo da atividade comercial, criando um cenário de otimismo e aquecimento do mercado, confiando também no surgimento de novas oportunidades de negócio. O mesmo ocorre no que diz respeito à geração de empregos, com potencial positivo nessa área. Em contraposição, há a concordância (mais de 57%), provavelmente por conta dos altos custos envolvidos, de que o evento trará prejuízo financeiro para as Cidades-Sede mesmo existindo dúvidas por parte da população a este respeito.

Faz-se necessário explicitar o conceito de custo de oportunidade, que se apresenta alto, e no caso da preparação para a Copa do Mundo está “relacionado ao fato do país precisar investir muito dinheiro em construção de infraestrutura geral (estradas, portões de acesso, entre outros) e específica para o jogo (tais como estádios, hotéis, entre outros)” (Lohmann, 2010, p.113). Este aumento do custo de oportunidade é principalmente percebido pela população que contesta a falta de obras de infraestrutura básica, como hospitais e escolas, em detrimento de construções de estádios e equipamentos específicos para a realização dos megaeventos.

Sabendo-se que um evento de grande porte, como a Copa do Mundo, influencia

na imagem de um país, é importante entender se a população compartilha desse pensamento. Cerca de 85% do universo pesquisado concorda que a Copa divulgará a atividade turística das Cidades-Sede.

Apesar de metade dos respondentes concordarem que a Copa trará danos à reputação das cidades, existe uma parte (18%) que é imparcial sobre esse assunto, corroborando para o cenário de dúvidas que é percebido na população. Cerca de 60% do público pesquisado acredita que não existirá resistência por parte dos residentes aos turistas à época do evento, e que o número de turistas nas cidades em que acontecerá o evento irá aumentar.

Mais de 60% da amostra acredita que as recentes manifestações ocorridas nos últimos meses em todo o país, poderão influenciar negativamente a imagem do Brasil. Contudo, mais de 80% acredita que a Copa servirá como distração para esconder os reais problemas que o país enfrenta. Vale ressaltar que os ânimos da população estão exaltados no período pré-evento, principalmente por conta de descontentamento com relação à FIFA e a forma como o Governo Federal conduziu a política pública em detrimento da realização do evento. Percebe-se um ambiente tenso, que está sendo exposto inclusive pela mídia, tanto nacional como internacional, e coloca em cheque o próprio legado do evento.

As obras de infraestrutura que estão sendo realizadas por consequência do evento não são vistas por 56% da população investigada como melhorias duradouras para a mobilidade urbana. O momento pré-Copa com diversas obras, que afetam a mobilidade urbana, pode ser um dos motivos por esta percepção negativa no período de aferição dos

dados. O mesmo ocorre com a opinião no que diz respeito à infraestrutura aeroportuária, aonde a percentagem dos que concordam (36%) é inferior aos que discordam (56%) a respeito das melhorias nesse setor. Apesar da maior parte dos respondentes acreditarem que por conta do evento serão feitas melhorias no Turismo, cerca de 15% ainda não tem certeza sobre a tendência de melhorar ou não o setor.

Quanto à segurança pública, quase 70% dos respondentes têm a opinião de que a Copa não trará melhorias significativas nessa área. Assim como no setor de Esporte, em que quase 45% acredita que não haverá melhorias nesse quesito. Mesmo que a quantidade de respostas indiferentes a esta questão (22%) seja relativamente alto, é possível perceber que grande parte da população investigada não percebe o legado no setor de interesse do megaevento, o esporte.

Nas questões referentes à percepção de preços, as respostas foram contundentes de que os serviços e produtos sofrerão aumentos devido ao evento, especialmente os relacionados diretamente ou indiretamente ao setor turístico. Acima de 95% dos respondentes acreditam que os bares e restaurantes terão seus preços elevados, assim como as passagens aéreas (98%) e os preços com hospedagem (99%). Em relação à arte e cultura, cerca de 70%, acredita no aumento de preços, mas se tratando do preço da cesta básica, apesar de mais de 50% ter certeza do aumento, cerca de 20% não sabe como essa variação se dará.

Alguns desses aumentos são em parte justificados pela lei de oferta e demanda, no entanto, deve-se ter o cuidado de avaliar os impactos para a população

residente, que é diretamente afetada com os ajustes de preço, muitas vezes superiores à inflação. A especulação de preços no momento pré-Copa e durante o evento é recorrente e, portanto, as opiniões a esse respeito ainda são influenciadas pela insatisfação do consumidor com relação aos valores pagos por produtos e serviços. É importante que se verifique se o cenário de alta de preços se manterá no período pós-Copa.

5. Considerações Finais

Tendo em vista os resultados obtidos na pesquisa realizada com residentes da cidade do Rio de Janeiro no período pré-evento, ficou claro que as variáveis negativas, tais como aumento de preços, danos à reputação das cidades-sede e prejuízo financeiro, em sua maioria, eram corroboradas nas respostas tendo alto grau de concordância. A única exceção nesse sentido foi com relação a possibilidade de resistência dos residentes aos turistas que chegarão para a Copa do Mundo, cuja grande maioria discorda que haja alguma reação nesse sentido.

As variáveis positivas, tais como estímulo à atividade comercial, oportunidades de negócio às cidades-sede, incremento do turismo e geração de empregos, também obtiveram alto grau de concordância. Algo que demonstra que a população enxerga os fatores positivos que a realização de um megaevento pode proporcionar. A única variável positiva que teve equilíbrio entre o grau de concordância e discordância foi sobre a Copa do Mundo ser economicamente lucrativa para as Cidades-Sede. Este resultado se deve,

provavelmente, ao alto custo de oportunidade envolvido na realização do megaevento, cujos investimentos não são vistos como legados para população, visto que alguns importantes setores, tais como saúde e educação, ficam em segundo plano, mas continuam sendo de grande importância e prioridade.

Apesar de melhorias na infraestrutura, que terão impactos positivos para a comunidade local, os transtornos causados na fase do pré-evento faz com que a visão negativa se sobreponha à percepção sobre benefícios. Apesar deste fator, o turismo já é visto pela população como um dos setores mais beneficiados e que terá muitos impactos positivos por conta do megaevento.

O presente artigo contribui para o entendimento dos impactos percebidos pela população preliminarmente à realização de grandes eventos. Para o campo de estudos do turismo, como um segmento que depende essencialmente do apoio da comunidade local, a pesquisa realizada permitiu a obtenção de dados importantes como: apesar da contrariedade com relação ao evento não haverá resistência aos turistas, aumento das oportunidades de negócios, incremento do número de turistas nas cidades e melhorias para o setor turístico das cidades-sede. Há, porém, uma grande desconfiança com relação à melhoria da infraestrutura aeroportuária, cujo bom funcionamento é de extrema importância para a atividade turística.

Como parâmetro de comparação é muito importante que a pesquisa apresentada tenha continuidade e seja complementada com mais estudos que contemplem o evento e o pós-evento. Desta forma será possível, além de entender o sucesso ou insucesso do

evento, atentar para os reais legados percebidos pela população posteriormente. Além disso, as amostras das pesquisas posteriores devem envolver a população das outras cidades-sede, além do Rio de Janeiro, para que se entendam os impactos do evento no contexto geral.

Referências

- Allen, J., Harris, R., McDonnell, I. & O'Toole, W. (2003). *Organização e gestão de eventos*. Rio De Janeiro: Elsevier.
- Couper, M. P. (2005). Technology trends in survey data collection. *Social Science Computer*, 23(4), 486-501.
- Ibge. Censo Demográfico 2010. (2010). *Sistema Ibge de recuperação automática - Sidra*. Disponível em <http://www.sidra.ibge.gov.br/Bda/Tabela/Listabl.asp?C=3392&Z=Cd&O=11>.
- Jago, L. K. (1997). *Special events and tourism behaviour: A conceptualisation and an empirical analysis from a values perspective*. Victoria: Department Of Hospitality, Tourism And Marketing, Faculty Of Business, Victoria University.
- Jansen, K. J., Corley, K. G. & Jansen, B. J. (2007). E-Survey Methodology. In: R. A. Reynolds, R. Woods & J. D. Baker (2007), *Handbook of research on electronic surveys and measurements* (p.384). [S.L.]: Idea Group Inc (Igi).
- Lima, E. (2013). *O impacto da copa do mundo na economia brasileira*. Associação Brasileira Das Relações Empresa Cliente- Abrarec. Disponível

- em
<http://www.abrarec.org.br/Index.Php/2013-06-15-02-36-41/Item/153-O-Impacto-Da-Copa-Do-Mundo-Na-Economia-Brasileira>.
- Lohmann, P. B. (2010). *Megaeventos esportivos: Impactos no turismo das cidades sedes*. Rio De Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Ministério do Esporte (2010). *Impactos econômicos da realização da copa 2014*. Disponível em <http://www.esporte.gov.br/Arquivos/Futeboldireitorcedor/Copa2014/Estudosobreimpactoseconomicoscopamundo2014.Pdf>
- OCDE (2005). *Glossary Of Statistic Terms. Statistics Portal*. Disponível em <https://Stats.Oecd.Org/Glossary/Detail.Asp?Id=2620>.
- Oikos Consultoria (2014). *Brasília na Copa Do Mundo Fifa 2014: Desafios e oportunidades*. Disponível em <http://www.dfcooperativo.coop.br/Dfcoop/Apresentacoes/22-11-2012/Ncaitanacopadomundofifa2014desafioseoportunidadescongcooperativismo.Pdf>.
- Sousa, P. R. P. *et al.* (2012). Impactos econômicos e investimentos setoriais da copa de 2014 no Brasil. *Revista de Economia e Administração*, 11(1), 75-92.
- Watt, J. (1997). Using the internet for quantitative survey research. *Quirk's Marketing Research Media*.
- World Tourism Organization- Unwto (2013). *Unwto: Tourism Highlights 2013 Edition. 2013*. Disponível em <Http://Mkt.Unwto.Org/Publication/Unwto-Tourism-Highlights-2013-Edition>.

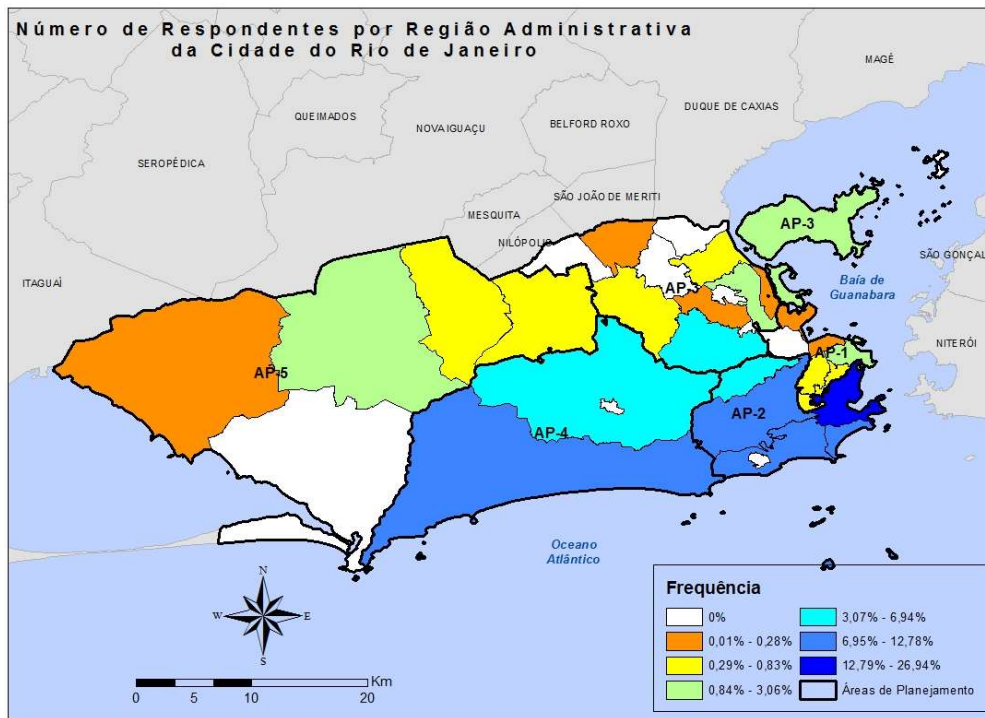




Figura 1: Mapa da distribuição de onde reside os respondentes por região administrativa da cidade do Rio de Janeiro

Quadro 1

Word Cloud dos aspectos Positivos e Negativos associados a realização da Copa do Mundo FIFA 2014 na cidade do Rio de Janeiro

Pontos Positivos	Pontos Negativos
 <p>Word cloud for Positive Aspects (Pontos Positivos) featuring terms like: turismo, infraestrutura, obras, aumento, melhoria, transporte, visibilidade, mobilidade, metro publico, economia, investimentos, empregos, cidade, internacional, comercio, reforma, dinheiro, renda, urbano, e aumento.</p>	 <p>Word cloud for Negative Aspects (Pontos Negativos) featuring terms like: publico, transito, obras, precos, corrupcao, investimentos, infraestrutura, custo, aumento, gastos, cidade, falta, geral, moradia, eventos, transtorno, servicos, superlotacao, saude, impacto elevado, excessivos, turismo, transporte, pessoas, desnecessarios, planejadas, educacao, aeroportos, superfaturadas, governo, desperdicio, recursos, remocoes, melhor, urbana, setores, mobilidade, dinheiro, e aumento.</p>

Quadro 2

Correlacionamento dos termos Positivos e dos Negativos associados a realização da Copa do Mundo FIFA 2014 na cidade do Rio de Janeiro

