



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Roberto Paolo Vico

Os megaeventos desportivos na perceção da comunidade local:

O caso do Mundial de Futebol do Brasil 2014 pelos moradores de Itaquera em
São Paulo

Outubro

2015

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Roberto Paolo Vico

**Os megaeventos desportivos na perceção da
comunidade local:**

O caso do Mundial de Futebol do Brasil 2014 pelos moradores de Itaquera em
São Paulo

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE) para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos, realizada sob a orientação científica do Professor Doutor Nuno Gustavo (ESHTE) e sob a co-orientação do Professor Doutor Ricardo Ricci Uvinha (Universidade de São Paulo).

Composição do Júri Examinador:

Presidente: Prof. Dr. Raúl das Roucas Filipe

Supervisor: Prof. Dr. Nuno Gustavo

Arguente: Prof. Dr. José Manuel Simões

Outubro

2015

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer a todas as pessoas que de uma maneira direta ou indireta contribuíram na realização desta Dissertação.

Em particular congratulo o meu orientador, professor Doutor Nuno Gustavo pela orientação, amizade e espírito crítico que sempre demonstrou ao longo das diversas reuniões.

Felicitoo meu co-orientador, professor Doutor Ricardo Ricci Uvinha pela nossa amizade e pelos conhecimentos transmitidos ao longo deste percurso.

Quero agradecer à Fundação Calouste Gulbenkian pela atribuição de uma bolsa de estudos bem como à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril e à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, o que me permitiu avançar nos estudos e adquirir mais conhecimentos em Turismo.

Reconheço ainda o auxílio prestado pelo Grupo Interdisciplinar de pesquisa em Estudos do Lazer da Universidade de São Paulo, pela cedência de elementos fotográficos, alguns elementos de projeto, esclarecimentos detalhados e cedência de revistas científicas.

Agradeço ao meu amigo Nelson Martins pela revisão do texto.

Um obrigado ao Professor Orlando Alcobia, colega do mestrado e grande amigo em Inhambane, pelo intercâmbio de ideias e espírito de ajuda demonstrado.

À minha esposa pelo companheirismo ao longo destes anos.

Agradeço também ao grupo de amigos brasileiros de São Paulo que me ajudaram durante toda a pesquisa, durante a minha permanência no Brasil e não só.

Um agradecimento muito especial aos meus pais, Michele e Silvana, às minhas irmãs, Gabriella, Carmen e Ester, pela amizade e apoio incondicional em todos os momentos da minha vida.

Finalmente concluo agradecendo a Deus por tudo.

“A vida é a arte do encontro”
Vinícius de Moraes (1967)

RESUMO

Hoje em dia, a cidade contemporânea está inserida num cenário mundial cada vez mais influenciado pelo fenómeno da globalização, sendo caracterizada por uma crescente competição urbana internacional. Deste modo, as cidades promovem consistentes transformações dos próprios sistemas físicos, económicos e sociais, quer dizer da própria imagem. Trata-se de mudanças que impõem um planeamento e grandes investimentos económicos. As recentes proliferações de tais ocasiões extraordinárias de transformação urbana tornaram mais evidentes as questões da sustentabilidade do desenvolvimento. Embora estas ações sejam promovidas com o objetivo de melhoria da qualidade urbana e ambiental, bem como do desenvolvimento económico e social, em muitos casos os êxitos ficam aquém das expectativas. Frequentemente, as exigências de mercado ultrapassam os interesses locais, e os objetivos da sustentabilidade ambiental e social correm o perigo de ficar num simples pretexto hipotético: uma práxis sempre mais frequente também no âmbito dos megaeventos, cuja importância no desenvolvimento das cidades cresceu de forma exponencial a partir dos anos '90 do século passado.

O trabalho aqui apresentado tem como campo de estudo o fenómeno dos megaeventos desportivos, com ênfase nos Campeonatos do Mundo de Futebol, como instrumentos para a criação de valor do território em termos de herança e de benefícios futuros a longo prazo. De fato, na maior parte dos casos, estes megaeventos comportam investimentos consideráveis e um envolvimento importante do tecido urbano das cidades anfitriãs; por este motivo as problemáticas que caracterizam os megaeventos desportivos estão em estreita relação com os processos de transformação da cidade. Na ótica do marketing territorial, os megaeventos desportivos, nomeadamente os Campeonatos do Mundo de Futebol, são acontecimentos com a capacidade de melhorar ou relançar a imagem do território, atrair fluxos turísticos, valorizar os recursos e ativar processos de desenvolvimento.

Esta dissertação avalia os impactes socioterritoriais mais significativos que o Campeonato do Mundo de Futebol de 2014 no Brasil contribuiu a desenvolver em termos de turismo, emprego, requalificação urbana, benefícios socioeconómicos e culturais. Em particular, analisaram-se as perceções dos moradores de Itaquera, distrito da Zona Leste de São Paulo, relativamente às transformações do tecido urbano provocadas pela construção do estádio de futebol "Arena Corinthians", pela construção de novas infraestruturas, de áreas e sistemas de mobilidade urbana, bem como a criação de novos empregos e as outras mudanças no contexto socioterritorial desta região de São Paulo, após a realização do Mundial de Futebol FIFA 2014.

Palavras-chave: Megaevento, turismo, legado, comunidade local, Mundial de Futebol FIFA 2014.

ABSTRACT

The contemporary city is set in a world stage increasingly influenced by the phenomenon of globalization and characterized by a growing international urban competition. Thus, cities promote consistent transformations of their own physical, economic and social systems. These are changes that require planning and enormous economic investments. With the recent proliferation of such unusual opportunities for urban transformation became more evident the issues of the sustainability of the development. Although these actions are promoted in order to improve the urban and environmental quality, and economic and social development, in many cases the success falls short of expectations. Often, market demands beyond the local interests and the objectives of environmental and social sustainability are in danger of getting a simple hypothetical pretext. It is an increasingly common practice also in the context of mega-events, which significance in the development of cities probably grew so exponential from the 1990s.

The work presented here focuses on the phenomenon of sports mega-events (especially the Football World Championships) as engines that create value of the territory in terms of heritage and long-term future benefits. In fact, in most cases, these mega-events involve considerable investments and important involvement of host city urban landscape; for this reason the problems that characterize the sports mega-events are closely linked to the city's transformation processes. In the view of territorial marketing, sports mega-events, including the FIFA Football World Championships, are events with the ability to improve or boost the area's image, attract tourist flow, enhance the features and enable development processes.

This dissertation evaluates the most significant socio-territorial impacts that the 2014 FIFA Football World Cup in Brazil had in development in fields such as tourism, employment, urban renewal, socioeconomic and cultural benefits. This essay analyzes in particular the perceptions of residents of Itaquera, East Side neighborhood of São Paulo, of the transformation of the urban landscape caused by the construction of the football stadium "Arena Corinthians", the construction of new infrastructures, urban areas and systems of mobility, as well as impact it had on creating new jobs and other changes in social and territorial context of the region of Sao Paulo, after the Football World Cup 2014 FIFA.

Keywords: Megaevent, tourism, legacy, local community, FIFA Football World Cup 2014.

LISTA DE ABREVIATURAS

ABC (paulista): Municípios de Santo André, São Bernardo e São Caetano

ANC: Congresso Nacional Africano

BNDES: Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social

BRICS: Brasil, Rússia, Índia, China, África do Sul

BRT: Via Rápida para Autocarros

BWI: Trabalhadores Internacionais de Construções em Madeira

CAF: Confederação Africana de Futebol

CEPAC: Certificados de Potencial Adicional de Construção

CIDs: Certificados de Incentivo de Desenvolvimento

COFINS: Contribuição Social para o Financiamento da Seguridade Social

COHAB: Conjunto Habitacional

COI: Comité Olímpico Internacional

CONMEBOL: Confederação Sul-americana de Futebol

CPTM: Companhia Paulista de Trem Metropolitano

EACH: Escola de Artes, Ciências e Humanidades

ESHTI: Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

FIA: Federação Internacional Automobilística

FIFA: Federação Internacional de Futebol

GECOPA: Grupo Executivo da Copa do Mundo FIFA 2014

GIEL: Grupo Interdisciplinar de pesquisa em Estudos do Lazer

ICMS: Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços

IDH: Índice de Desenvolvimento Humano

INE: Instituto Nacional de Estatística

IPTU: Imposto Predial e Territorial Urbano

ISS: Imposto sobre Serviços

ITBI: Imposto sobre Transmissão de Bens e Imóveis

MICE: Encontros, Incentivos, Convenções e Exposições

MTST: Movimento dos Trabalhadores sem Teto

OCDE: Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico

PAC: Programas de Aceleração do Crescimento

PIB: Produto Interno Bruto

PIS: Programa de Integração Social

PMSP: Plano Estratégico da Prefeitura de São Paulo

PNL: Plano Nacional de Logística

PSDB: Partido Social Democrata Brasileiro

PT: Partido dos Trabalhadores

QPMIMMFB: Questionário - Percepção dos Moradores de Itaquera sobre o megaevento Mundial de Futebol do Brasil

SECOVI-SP: Sindicato da Habitação de São Paulo

SENAI: Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SESC: Serviço Social do Comércio

SET: Teoria do Intercâmbio (Troca) Social

UEFA: União das Associações do Futebol Europeu

UNWTO: Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas

UPP: Unidades de Polícia Pacificadoras

USP: Universidade de São Paulo

VLT: Veículo Leve sobre Trilhos

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	ii
RESUMO	iii
ABSTRACT	iv
LISTA DE ABREVIATURAS.....	iv
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE TABELAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
INTRODUÇÃO	1
Capítulo I – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO.....	6
1.1 Âmbito, tema e justificativa.....	6
1.2 Problemática.....	7
1.3 Objetivos.....	8
1.4 Metodologia de pesquisa	8
1.5 As fontes utilizadas.....	12
Capítulo II – OS EVENTOS: UMA REFLEXÃO CONCEPTUAL.....	13
2.1 A progressiva importância dos eventos	13
2.2 Fatores conceituais: definições, tipologias e características dos eventos.....	14
2.3 Eventos especiais, festivais e <i>hallmark events</i>	17
2.4 Megaeventos	20
2.5 Os eventos e as suas dimensões	23
Capítulo III – CIDADES, COMPETIVIDADE E TURISMO DE EVENTOS	25
3.1 A competitividade internacional entre as cidades	25
3.2 Os megaeventos: instrumentos competitivos para as cidades	26
3.3 O turismo de eventos desportivos.....	28
Capítulo IV – OS MEGAEVENTOS: IMPACTES E LEGADOS	31
4.1 Tipologias de megaeventos	31
4.2 A organização de megaeventos e os atores envolvidos.....	33
4.3 Os impactes dos megaeventos	35
4.4 Categorização dos impactes	36
4.5 O impacte dos megaeventos no turismo.....	44

4.6	Os legados dos megaeventos.....	47
4.7	Aspetos sociais dos megaeventos desportivos – Benefícios para quem?	52
4.8	Megaeventos e países emergentes	57
4.9	A análise da perceção dos moradores sobre turismo e megaeventos	59
Capítulo V – CASO DE ESTUDO		62
5.1	Os Mundiais de Futebol	62
5.2	Mundial da África do Sul 2010	64
5.2.1	Considerações iniciais.....	64
5.2.2	Benefícios e custos	65
5.2.3	<i>Benchmarking</i> entre África do Sul 2010 e Brasil 2014	66
5.3	História recente – Contexto político, económico e social do Brasil	68
5.4	O Brasil entre megaeventos e contra reforma urbana	69
5.5	Os recentes megaeventos desportivos no Brasil.....	69
5.6	O Mundial de Futebol 2014 no Brasil.....	71
5.7	Caso de estudo: O Mundial de Futebol FIFA 2014 no distrito de Itaquera.....	72
5.7.1	A cidade de São Paulo e a sua continua regeneração	72
5.7.2	O distrito de Itaquera	76
5.7.3	A Arena Corinthians	79
5.7.4	Ações de melhoria da mobilidade urbana graças ao Mundial	80
5.8	Apresentação e discussão dos resultados.....	81
5.9	O Mundial de Futebol: mais prejuizos que benefícios para Itaquera?	92
5.10	Uma análise dos resultados por relação à perceção do Governo e das Entidades Administrativas envolvidas na organização do Evento	95
Capítulo VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS		100
6.1	Conclusões.....	100
6.2	Limitações da Investigação	104
6.3	Futuras linhas de investigação.....	105
BIBLIOGRAFIA.....		107
ANEXOS.....		117
ÍNDICE DE ANEXOS		118

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: AS ETAPAS DO PROCEDIMENTO DA INVESTIGAÇÃO CIENTÍFICA NAS CIÊNCIAS SOCIAIS	9
FIGURA 2: AS DIFERENTES FASES DE UM ESTUDO POR SONDAÇÃO.....	11
FIGURA 3: MODELO DE ANÁLISE PARA MEGAEVENTOS PROPOSTO POR GURSOY (2006).....	60
FIGURA 4: MAPA DA CIDADE DE SÃO PAULO COM A LOCALIZAÇÃO DO DISTRITO DE ITAQUERA NA ZONA LESTE	76
FIGURA 5: ITAQUERA E SEUS DISTRITOS CIRCUNDANTES.....	77

ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1: CLASSIFICAÇÃO DOS EVENTOS SEGUNDO OS DIFERENTES CRITÉRIOS	16
TABELA 2: TIPOS DE <i>HALLMARK EVENTS</i>	19
TABELA 3: TIPOLOGIAS DE MEGAEVENTOS SEGUNDO A SUA PERIODICIDADE	22
TABELA 4: OS EVENTOS COM BASE NO MERCADO/PÚBLICO-ALVO E NO INTERESSE PELA MÍDIA.....	23
TABELA 5: TIPOLOGIAS DE GRANDES EVENTOS.....	24
TABELA 6: CARACTERÍSTICAS DE ALGUNS GRANDES EVENTOS.....	24
TABELA 7: REQUISITOS NECESSÁRIOS BÁSICOS PARA PODER ACOLHER UM MEGAEVENTO.....	32
TABELA 8: OS POSSÍVEIS IMPACTES POSITIVOS/NEGATIVOS DOS MEGAEVENTOS	37
TABELA 9: INTERESSES DOS VÁRIOS <i>STAKEHOLDERS</i> NUM EVENTO TURÍSTICO	45
TABELA 10: ATITUDES DE TURISTAS E MORADORES NUMA CIDADE-SEDE DURANTE O EVENTO.....	46
TABELA 11: POSSÍVEIS LEGADOS POSITIVOS/NEGATIVOS E TANGÍVEIS/INTANGÍVEIS DE UM MEGAEVENTO.....	50
TABELA 12: O LEGADO VISÍVEL/INVISÍVEL E A CURTO PRAZO/LONGO PRAZO	55
TABELA 13: EXEMPLO DE LEGADOS SOCIAIS NEGATIVOS PELA CIDADE ANFITRIÃ.....	55
TABELA 14: ESTÁDIOS DO MUNDIAL DE FUTEBOL DA ÁFRICA DO SUL 2010.....	67
TABELA 15: COMPARAÇÃO DOS ESTÁDIOS ENTRE ÁFRICA DO SUL E BRASIL	68
TABELA 16: INVESTIMENTO NO SISTEMA DE TRANSPORTE DA ÁFRICA DO SUL E DO BRASIL	68
TABELA 17: ESTÁDIOS DO MUNDIAL DE FUTEBOL DO BRASIL FIFA 2014	71
TABELA 18: PROJETOS EM SÃO PAULO PARA O MUNDIAL DE FUTEBOL 2014 E OS RELATIVOS BENEFÍCIOS	74
TABELA 19: PRINCIPAIS MEGA PROJETOS URBANOS JÁ EXECUTADOS E/OU FUTUROS EM SÃO PAULO.....	74
TABELA 20: RENDA FAMILIAR DE ITAQUERA.....	77
TABELA 21: PROJETOS E OBRAS NO DISTRITO DE ITAQUERA DURANTE OS ÚLTIMOS 15 ANOS	79
TABELA 22: OBRAS DE MOBILIDADE URBANA NAS PRINCIPAIS CIDADES-SEDE DO MUNDIAL DE FUTEBOL 2014	98
TABELA 23: INVESTIMENTOS NO SISTEMA DO TRANSPORTE BRASILEIRO	98

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1: RENDA FAMILIAR DA POPULAÇÃO DE ITAQUERA ENTREVISTADA DURANTE O TRABALHO DE CAMPO	78
GRÁFICO 2: OPINIÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE RENOVAÇÃO DA IMAGEM E MAIOR VISIBILIDADE DO DISTRITO DE ITAQUERA NO CONTEXTO DO MUNDIAL DE FUTEBOL 2014	81
GRÁFICO 3: OPINIÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE OS BENEFÍCIOS DO MUNDIAL DE FUTEBOL 2014 PARA O DISTRITO DE ITAQUERA	82
GRÁFICO 4: NÍVEL DE SATISFAÇÃO COM A REALIZAÇÃO DO MUNDIAL DE FUTEBOL DOS MORADORES DE ITAQUERA.....	82
GRÁFICO 5: OPINIÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE OS BENEFÍCIOS DERIVANTES DOS INVESTIMENTOS DO MUNDIAL DE FUTEBOL PARA A POPULAÇÃO DE ITAQUERA.....	83
GRÁFICO 6: OPINIÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE A MELHORIA DA QUALIDADE DE VIDA DOS MORADORES DO DISTRITO DE ITAQUERA APÓS O MUNDIAL DE FUTEBOL	83
GRÁFICO 7: OPINIÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE O VERIFICAR-SE DE EXPROPRIAÇÕES DE MORADORES EM ITAQUERA COMO RESULTADO DO MUNDIAL DE FUTEBOL	83
GRÁFICO 8: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE A AÇÃO DE EXPROPRIAÇÕES DE MORADORES EM ITAQUERA.....	84
GRÁFICO 9: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O CRESCER OU NÃO DO COMÉRCIO E DA ATIVIDADE ECONÓMICA EM ITAQUERA DURANTE E APÓS O MUNDIAL	85
GRÁFICO 10: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE A OBRA MAIS IMPORTANTE REALIZADA PARA ITAQUERA.....	86
GRÁFICO 11: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O PRINCIPAL LEGADO PARA ITAQUERA DERIVANTE DOS INVESTIMENTOS PARA O MUNDIAL DE FUTEBOL DE 2014	86
GRÁFICO 12: OPINIÃO DOS INQUIRIDOS SOBRE A NECESSARIEDADE DA CONSTRUÇÃO DO ESTÁDIO “ARENA CORINTHIANS” ..	87
GRÁFICO 13: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O AUMENTO OU NÃO DO INTERESSE DO TURISMO PARA O DISTRITO DE ITAQUERA DEPOIS DA CONSTRUÇÃO DO NOVO ESTÁDIO	87
GRÁFICO 14: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE A MELHORIA OU NÃO NA QUALIDADE DA MÃO DE OBRA NO SETOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL	88
GRÁFICO 15: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O FATO SE AS MELHORIAS PARA O MUNDIAL DE FUTEBOL TROUXERAM OU NÃO MAIS EMPREGO PARA ITAQUERA	88
GRÁFICO 16: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O FATO DOS EMPREGOS DERIVANTES DO MUNDIAL DE FUTEBOL SEREM TEMPORÁRIOS OU PERMANENTES	89
GRÁFICO 17: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O FATO DOS EMPREGOS DERIVANTES DO MUNDIAL DE FUTEBOL SEREM FORMAIS OU INFORMAIS.....	89
GRÁFICO 18: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O FATO DE TER HAVIDO AUMENTO OU NÃO NO VALOR PARA ADQUISIÇÃO DOS IMÓVEIS (COMPRA) NO DISTRITO DE ITAQUERA.....	90
GRÁFICO 19: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O FATO DE TER HAVIDO AUMENTO OU NÃO NO VALOR PARA ALUGUER DE IMÓVEIS (CASAS, LOJAS ETC.) NO DISTRITO DE ITAQUERA	90
GRÁFICO 20: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O SETOR QUE AINDA PRECISA DE MAIS INVESTIMENTOS EM ITAQUERA	91
GRÁFICO 21: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O SEU GOSTO PELO FUTEBOL OU NÃO.....	91

GRÁFICO 22: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE A MELHORIA DO NÍVEL DE SEGURANÇA NO DISTRITO DE ITAQUERA APÓS O MUNDIAL DE FUTEBOL 2014.....	92
GRÁFICO 23: OPINIÃO DOS INQUERIDOS SOBRE O AUMENTO OU NÃO DA PRÓPRIA AUTOESTIMA APÓS A REALIZAÇÃO DO MUNDIAL DE FUTEBOL	94

INTRODUÇÃO

A sociedade tem criado ao longo dos tempos formas de eternizar um acontecimento através da celebração do seu significado.

Desde os primitivos rituais tribais, passando pelas Feiras Medievais, sem esquecer os majestosos Jogos Olímpicos, as Exposições Universais e os Mundiais de Futebol, hoje em dia, falar de eventos é falar de uma atividade entregue a profissionais especializados pelo seu desenvolvimento. Como ser social, o homem busca incessantemente formas de interação entre seus pares, entre os instrumentos de maior utilização para atingir sua sociabilidade está o Universo dos Eventos.

Nos últimos trinta anos, tanto as empresas como os organizadores de eventos se multiplicaram. As empresas e a comunidade em geral investem cada vez mais na realização e promoção de eventos. Estamos aprendendo a viver e nos relacionarmos através dos eventos e estamos próximos de uma “sociedade de eventos”. Atualmente os eventos são mais essenciais à nossa cultura do que jamais foram. O maior tempo de lazer e a maneira mais cuidadosa de gastar dinheiro levaram à proliferação de eventos públicos, celebrações e entretenimento. Os governos apoiam e promovem os eventos como parte de suas estratégias para o desenvolvimento económico, crescimento da nação e marketing de destino. As corporações/organizações adotam os eventos como elementos essenciais em suas estratégias de marketing e de promoção da imagem. O entusiasmo dos grupos comunitários e indivíduos por seus próprios interesses motiva o surgimento de vários tipos de eventos, em que se abordam todos assuntos e temas. Os eventos transbordaram dos nossos jornais e telas de televisão, ocupam muito do nosso tempo e enriquecem nossas vidas (Allen *et al.*, 2003).

De acordo com Gallina (2008), a produção de eventos é uma atividade que cresce anualmente em números, proporções e grau de sofisticação, movimentando grandes capitais em negócios no mercado internacional. Os eventos são cada vez mais essenciais à imagem e à vida económica das empresas e das cidades. Existe cada vez mais um grande interesse pelos megaeventos tais como as *Expo(s)*, os Mundiais de Futebol, os Jogos Olímpicos, mas o maior interesse deriva do grande contributo que eles trazem ao turismo (Green & Chalip, 1998; Lee, Lee, & Wicks, 2004). Os impactes dos megaeventos sobre as nações anfitriãs fomentam um aumento de receitas turísticas, turismo recetor, empregos, receitas do estado e um despertar da consciência cultural da cidade/país, fomentando ainda mais a imagem da cidade/país (Lee, Lee, & Lee, 2005).

Segundo Kotler (2007), os eventos de todo tipo, sejam eles culturais, artísticos ou desportivos, constituem uma grande oportunidade para o desenvolvimento socioeconómico local, contribuindo à criação de empregos, assim como à criação e melhoria das infraestruturas

(estradas, instalações, hotéis, restaurantes, comércio, etc.), beneficiando não só os turistas, mas também a população local. Em algumas ocasiões, a celebração dos eventos nas épocas de menor afluência turística tem contribuído a mitigar a sazonalidade da procura turística, uma das grandes fraquezas do setor turístico, gerando, como aconteceu em muitas ocasiões, um impacto direto na imagem e notoriedade das cidades-sede dos mesmos, promovendo-as como destinos turísticos. A criação de eventos pode servir para mitigar a sazonalidade de fluxos turísticos críticos, potenciando os serviços e as infraestruturas existentes ou mesmo, criar novas estruturas, o que aumenta a competitividade do território interessado, a nível nacional ou mesmo a nível internacional.

São muitos os eventos desportivos em todos os níveis, tanto em pequena como em grande escala, que se celebram cada ano em países, regiões e localidades de todo o mundo, destacando-se alguns megaeventos recentes como o Mundial de Futebol do Brasil 2014 e os próximos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Rio de Janeiro em 2016.

O megaevento tornou-se um instrumento de marketing fundamental, pois é capaz de incrementar as chegadas turísticas na área interessada, melhorar a imagem da cidade e a sua notoriedade, sem contar que traz também para a cidade anfitriã a oportunidade de melhorar a disposição urbanística, os serviços, as estruturas receptoras e as vias de comunicação, obras que normalmente são feitas ocasionalmente, ou seja, em ocasiões de grandes manifestações. Por isso representa uma ocasião imperdível, sobretudo por aquelas cidades e áreas pouco reconhecidas, que desejam reverter a própria imagem, tanto a nível nacional como a nível internacional. Os megaeventos são, normalmente, fenómenos urbanos, que requerem serviços e infraestruturas bem organizadas e estruturadas. De todas as formas, estar ao centro do mundo, mesmo somente por pouco tempo, organizando uma manifestação de sucesso, representa uma oportunidade única não só em termos de notoriedade, mas também para incrementar os desenvolvimentos tecnológicos, bem como o *know how* e a capacidade inovadora das empresas locais.

Uma simples análise financeira, não é suficiente para avaliar o sucesso de um evento, porque estão envolvidas inúmeras variáveis dificilmente mensuráveis como a revitalização da cidade, a melhoria do próprio perfil, o maior nível de atratividade, a notoriedade, todas ligadas ao sucesso do evento e também ao nível de satisfação dos moradores.

Grande parte desta dissertação foi dedicada ao megaevento como ferramenta de marketing territorial, e como recurso turístico, analisando os impactes socioterritoriais em cada tonalidade. Planear e organizar um evento de grandes dimensões comporta consideráveis investimentos e, de consequência, o envolvimento de diferentes sujeitos económicos, os quais podem ser públicos ou privados, e muitas vezes é de fundamental importância a colaboração entre os diferentes intervenientes no processo para o sucesso do evento, sem esquecer o ponto de vista dos moradores e da comunidade local.

Na literatura internacional que aborda a temática dos megaeventos desportivos, existem muitos artigos académicos e científicos que resultam ser demasiado centrados no aspeto económico, certamente importante, mas avaliando fracamente os outros setores envolvidos como, só para citar alguns, a sociologia, o marketing, a arquitetura, a urbanística e a psicologia.

O trabalho que aqui se apresenta examina os megaeventos na qualidade de promotores e como ferramentas de transformações territoriais com o escopo de adquirir uma maior competitividade internacional. Na atual conjuntura global os sistemas territoriais, numa perspetiva de competição internacional, são sempre mais chamados a elevar as próprias dotações estruturais e infraestruturais (tangíveis e intangíveis). E é neste cenário que os megaeventos podem desenvolver um importante papel como catalisadores e aceleradores de mudanças territoriais e sociais.

Nas últimas décadas, muitos investigadores e a comunidade científica internacional têm mostrado um crescente interesse e uma maior atenção para estudos sobre os eventos. A literatura, sobretudo anglo-saxónica, concentra-se sobre algumas tipologias de eventos sem nunca chegar a uma classificação unívoca e coesa. A temática é complexa e as dúvidas que provoca são numerosas. Com este trabalho quer-se focalizar a atenção sobre algumas perguntas-chave e, através de exemplos e argumentações, procura-se dar possíveis respostas e interpretações. Portanto questionemo-nos, entre as várias perguntas que os megaeventos podem suscitar: se os eventos e, mais concretamente os megaeventos, sejam necessários para as cidades ou se as próprias cidades, com as suas dotações de infraestruturas e serviços, sejam necessárias para as suas realizações; quais são os principais objetivos que um território se propõe quando compete para acolher um megaevento; quais são os impactes e, quais foram os impactes socioterritoriais de um megaevento desportivo como o Campeonato do Mundo de Futebol de 2014 no distrito de Itaquera na cidade de São Paulo considerando sobretudo a perceção dos moradores.

Desenvolveu-se para o efeito, uma análise e estudo dos autores, cientistas e especialistas sobre a matéria focalizando a atenção sobre aspetos que concernem por perto a relação entre cidades e megaeventos. Os eventos (e especialmente os megaeventos) são vistos sobretudo pelas entidades e pelas administrações proponentes bem como pelos outros portadores de interesse, como únicos, cuja participação não comporta repercussões negativas nos territórios interessados ou, no máximo, terá impactes negativos mínimos e, muitas vezes, eles estão errados.

Constatou-se que as motivações pelas quais as cidades lutam para acolher os megaeventos são as mais diversas. Segundo Clark (2008), as cidades de projeção e reconhecimento global têm a necessidade ou a vontade de utilizar e aproveitar tais eventos para requalificar uma determinada área ou para dotar-se de novas infraestruturas, enquanto os países em vias de desenvolvimento económico e os países de nova industrialização estão mais interessados em elevar o seu *status* internacional.

As motivações que levam os diferentes atores (locais, nacionais e internacionais) em promover a participação, a candidatura, a organização e a celebração de um megaevento são inúmeras. Assim como são muitos os possíveis impactes que do mesmo podem derivar. As variedades dos impactes mudam com base na dimensão ou escala, no momento em que se apresentam e na própria qualidade do impacte considerado. Em particular, podem-se distinguir tipologias de impactes económicos, físico-ambientais, sociais e culturais, turísticos e comerciais, psicológicos, político-administrativos (Ritchie, 1984).

A presente dissertação foi estruturada em seis capítulos, em particular:

No primeiro capítulo (**Metodologia da Investigação**) ilustra-se o âmbito, a problemática, a metodologia de trabalho e os objetivos que nos proponhamos de alcançar. Particular atenção foi endereçada às fontes e às modalidades de recolha das informações e dos dados. Além disso são indicadas as motivações que levaram à escolha dos casos de estudos, que completam e enriquecem o trabalho de pesquisa e de síntese da literatura existente.

No segundo capítulo (**Os eventos: uma reflexão conceptual**) tentou-se definir o que é um evento e, em particular, de dar uma definição de megaevento que possa encontrar amplo confronto também em comparação às contribuições dos autores citados. No decorrer da discussão, todavia, se tentará aprofundar e diferenciar as tipologias de evento que os autores citam e que se sobrepõem à própria definição de megaevento.

No terceiro capítulo (**Cidades, competitividade e turismo de eventos**) apresenta-se o território e as bases teóricas da sua organização e do seu estudo. Neste contexto, a cidade e os sistemas territoriais urbanos entram num processo de competição internacional. Apurou-se portanto que os megaeventos, se integrados no processo e na visão de desenvolvimento dos sistemas territoriais, podem ser instrumentos de promoção dos contextos territoriais onde se verificam. Também se destacaram as novas dinâmicas das cidades, se examinaram as peculiaridades dos megaeventos e por último se abordou o turismo de eventos desportivos.

No quarto capítulo (**Os megaeventos: impactes e legados**) enumeram-se alguns exemplos de tipologias mais significativas de megaeventos, sobretudo desportivos, ao fim de evidenciar as características em termos de oportunidades de desenvolvimento, de ocasiões a poder colher, de objetivos e estratégias organizativas para a sua gestão. Conferiu-se igualmente amplo espaço ao Mundial de Futebol como megaevento desportivo por excelência. A questão, bastante debatida, dos impactes dos megaeventos é tratada, no mais adiante, com vários exemplos. É apresentada uma proposta de classificação baseada no perdurar dos efeitos de tais impactes sobre os territórios de referência e sobre diferentes tipologias de impactes que se podem distinguir. É também discutido o tema das heranças que os eventos deixam no território. Depois de ter reportado os termos do debate atual sobre os impactes, propõe-se uma síntese que sublinha as características e as problemáticas ligadas às heranças e aos legados dos eventos. As avaliações do impacte servem para quantificar os efeitos queridos

e também os indesejados, por isso representam um importante suporte para as decisões, deixando a faculdade de escolher aos organizadores do evento. Se aborda sobretudo o impacte socioterritorial, analisando tanto os aspetos positivos como os negativos. Entre os primeiros encontramos: o orgulho cívico dos cidadãos, um maior nível de satisfação dos mesmos, o aumento da notoriedade e visibilidade da cidade e do próprio distrito, a melhoria das infraestruturas e da mobilidade urbana, a aprendizagem na capacidade de acolhimento dos visitantes e do *know how* na organização de eventos por parte dos operadores locais e dos próprios cidadãos; enquanto entre os aspetos negativos existe uma atitude de hostilidade, para o evento em si e para os turistas: a mudança ou a perda de identidade de valores indígenas, as expropriações dos moradores, o aumento do trânsito na cidade, os prejuízos no comércio, os comportamentos maus e danosos dos turistas ou a falta de experiências valiosas e enriquecedoras. Todos estes efeitos negativos poderiam ser afastados através da colaboração entre organizadores, patrocinadores e empresas com as entidades locais e através de um maior envolvimento dos residentes.

Ressalta-se portanto a importância da análise da perceção da comunidade local sobre os megaeventos e o turismo que representa o foco principal do trabalho de campo. São consideradas as variáveis intrínsecas e extrínsecas da população anfitriã e a importância da análise da perceção e do ponto de vista dos moradores sobre o megaevento. Numa realidade onde é preeminente o aspeto económico e onde a atividade desportiva se junta com a iniciativa económica, tanto privada como pública, realizar e perseguir ao melhor o objetivo económico não deve deixar em segundo plano as virtudes da atividade desportiva e o aspeto ético e moral. Não há dúvidas acerca da criação de valor adicional por parte destes eventos, tanto a nível local como nacional. Mas este valor adicional seguramente deve incluir um envolvimento da população local.

No capítulo cinco (**Caso de Estudo**), confere-se amplo espaço ao estudo de caso do Mundial de Futebol do Brasil em 2014 e às relativas influências e impactes para a cidade de São Paulo analisando em particular a perceção sobre o megaevento dos moradores do distrito de Itaquera na Zona Leste da cidade. Também se efetuou uma pequena comparação e *benchmarking* com o Mundial da África do Sul de 2010, sobretudo a nível dos estádios e das obras para a melhoria da mobilidade urbana, mas também em termos de fluxos turísticos e de outros tipos de benefícios psicológicos e sociais.

No sexto e último capítulo (**Considerações finais**), para além de uma conclusão geral sobre o inteiro trabalho de investigação realizado, também se mencionam as dificuldades encontradas e a maneira como foram ultrapassadas. Além disso, se propõem algumas linhas orientadoras para futuras investigações e para os interessados na área da organização e do planeamento de megaeventos bem como no setor do turismo desportivo e do lazer.

Capítulo I – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

1.1 Âmbito, tema e justificativa

O presente trabalho tem como foco principal a temática dos megaeventos e como estas grandes manifestações podem mudar a imagem de uma cidade, regenerando-a urbanisticamente e conferindo-lhe mais visibilidade a nível internacional.

No decorrer do trabalho pretendeu-se abordar sobretudo a questão da sustentabilidade social destes megaeventos, em particular, o Mundial de Futebol do Brasil no distrito de Itaquera na cidade de São Paulo, tentando analisar os benefícios e os prejuízos que este grande evento gerou e está gerando a nível dos moradores deste distrito.

Relativamente às razões pessoais que me induziram a abordar este tema, devem-se ao fato de ser docente da disciplina de Planeamento e Organização de Eventos na Universidade Eduardo Mondlane em Moçambique, por já ter desenvolvido pesquisas nesta área. Como também já tive a oportunidade de publicar alguns artigos científicos neste âmbito.

A decisão de querer abordar o tema dos megaeventos surge do fato de ter participado como espetador dos Campeonatos Mundiais de Futebol de Itália 1990, Alemanha 2006, África do Sul 2010 e Jogos Africanos de Maputo 2011. Além disso durante três meses (de Novembro de 2014 até Fevereiro de 2015), fiz parte de um grupo de investigadores que analisavam vários aspetos relacionados com o Mundial de Futebol do Brasil 2014 – o Grupo Interdisciplinar de pesquisa em Estudos do Lazer da Universidade de São Paulo (USP)¹. Na minha permanência em São Paulo com a USP foi possível constatar *in loco* a realidade do impacte de um megaevento. Além disso, tive a honra e a grande oportunidade de conversar e debater ideias com professores, organizadores, patrocinadores, administradores de empresas e especialistas do tema, como o Prof. Ricardo Ricci Uvinha. No seguimento do meu trabalho de campo, também pude trocar ideias com os moradores da cidade de São Paulo, em particular do distrito de Itaquera.

Outro motivo fundamental consistiu em sair um pouco do contexto moçambicano, abordando um tema que pudesse ser mais desenvolvido no futuro, no âmbito de um doutoramento, analisando futuros megaeventos como por exemplo: Expo Milão 2015, Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro de 2016, Mundial de Futebol da Rússia de 2018 e Mundial de Futebol do Qatar em 2022 que será também o primeiro a ser disputado nos meses de Novembro e Dezembro por causa das elevadas temperaturas deste país² (EuroNews, 2015).

¹ Ver Anexo M e Y: Grupo Interdisciplinar de pesquisa em Estudos do Lazer (GIEL – USP); O autor com o professor Ricardo Ricci Uvinha, líder do GIEL – USP.

² Isto foi decidido pela FIFA com base na resolução do dia 25/09/2015 (EuroNews, 2015).

“Um caso de estudo é uma pesquisa empírica que investiga um fenómeno atual no interno do seu contexto real, especialmente quando os limites entre o fenómeno e o contexto não são bastante evidentes” (Yin, 2003:13). A escolha dos casos de estudo mexeu-se sobre duas linhas principais: por um lado sobre a identificação da tipologia de evento que melhor permitia uma análise da temática nas diferentes escalas; por outro lado sobre a individuação das cidades ou dos territórios, que acolheram um megaevento, que melhor teriam podido ser exemplificativas pela descrição e a compreensão dos atuais processos. Depois de uma primeira análise da literatura, a escolha focou-se no Campeonato do Mundo de Futebol, organizado pela *Fédération International de Football Association* (FIFA)³.

Para além do caso de estudo principal (o Mundial de Futebol do Brasil de 2014), também se realizou uma comparação com o Mundial de Futebol realizado da África do Sul em 2010 e com outros casos de megaeventos desportivos. Segundo Yin (2003) a técnica de utilizar um ou mais casos de estudo para aprofundar um fenómeno, resulta particularmente útil quando é necessário compreender algum problema ou situação em grande profundidade e quando é possível identificar casos ricos de informações.

1.2 Problemática

Hoje em dia, o megaevento tornou-se uma importante ferramenta de marketing capaz de transformar e regenerar, territórios e cidades até então, pouco conhecidas ou pouco importantes sob o ponto de vista turístico.

Mas o que se considera por megaevento? Porque as maiores cidades do mundo competem entre elas para ganhar a oportunidade de acolher um megaevento? Quais têm sido as condicionantes que levaram o megaevento a ser um instrumento cada vez mais utilizado por muitas cidades? Quais são os impactes causados no território que o acolhe? Quais são os benefícios e as desvantagens relacionados com este tipo de eventos segundo os vários atores envolvidos, mas sobretudo segundo a perceção da comunidade local?

Esta dissertação tenta responder a tais perguntas procurando fundamentalmente dar a resposta de como uma parte da população da cidade anfitriã reage, após a realização de um megaevento como um Campeonato Mundial de Futebol.

Este trabalho tem como ponto de partida a constatação que cada vez mais cidades competem nas diferentes escalas, para angariar a possibilidade de acolher eventos no geral, mas sobretudo aqueles que são definidos, também na literatura, como megaeventos.

³A FIFA é a associação internacional que reúne as confederações de futebol continentais. As confederações continentais que aderem à FIFA são a AFC para a Ásia e Austrália, a CAF para a África, a CONCACAF para o centro-norte América e o Caribe, a CONMEBOL para a América do Sul, a OFC para a Oceânia e a UEFA para a Europa.

Identificadas as perguntas-chave que guiaram a pesquisa, o presente trabalho concentrou-se sobre uma definição de evento e megaevento quanto mais universal e que tivesse sobretudo em conta as diferenças de escala, dos impactes e das múltiplas tipologias.

Procurou-se delinear uma panorâmica sobre o atual cenário e mercado dos eventos a nível global. Enfim, enfrentou-se a temática dos Campeonatos do Mundo de Futebol (ou Mundiais de Futebol), como megaeventos por excelência, através do caso de estudo principal do distrito de Itaquera da cidade de São Paulo no Brasil.

Outras problemáticas paralelas, com as quais nos confrontamos são os efeitos, sobre os sistemas territoriais e sobre a população das políticas dos eventos. Tais temáticas são enfrentadas durante todo o trabalho, procurando fornecer possíveis respostas e momentos de reflexões. No trabalho, tomou-se em consideração principalmente a componente socioterritorial, sem excluir completamente as componentes económica, política, psicológica e cultural, sem as quais considera-se impossível efetuar uma análise completa.

1.3 Objetivos

O presente trabalho é orientado pelos seguintes objetivos:

O objetivo geral é compreender a perceção dos moradores do distrito de Itaquera sobre o Mundial de Futebol do Brasil 2014 na cidade de São Paulo.

Quanto aos objetivos específicos, estes são identificar e analisar os prós e contras ao nível socioterritorial, bem como as mudanças advindas na vida quotidiana dos cidadãos do distrito de Itaquera, após a realização do respetivo megaevento.

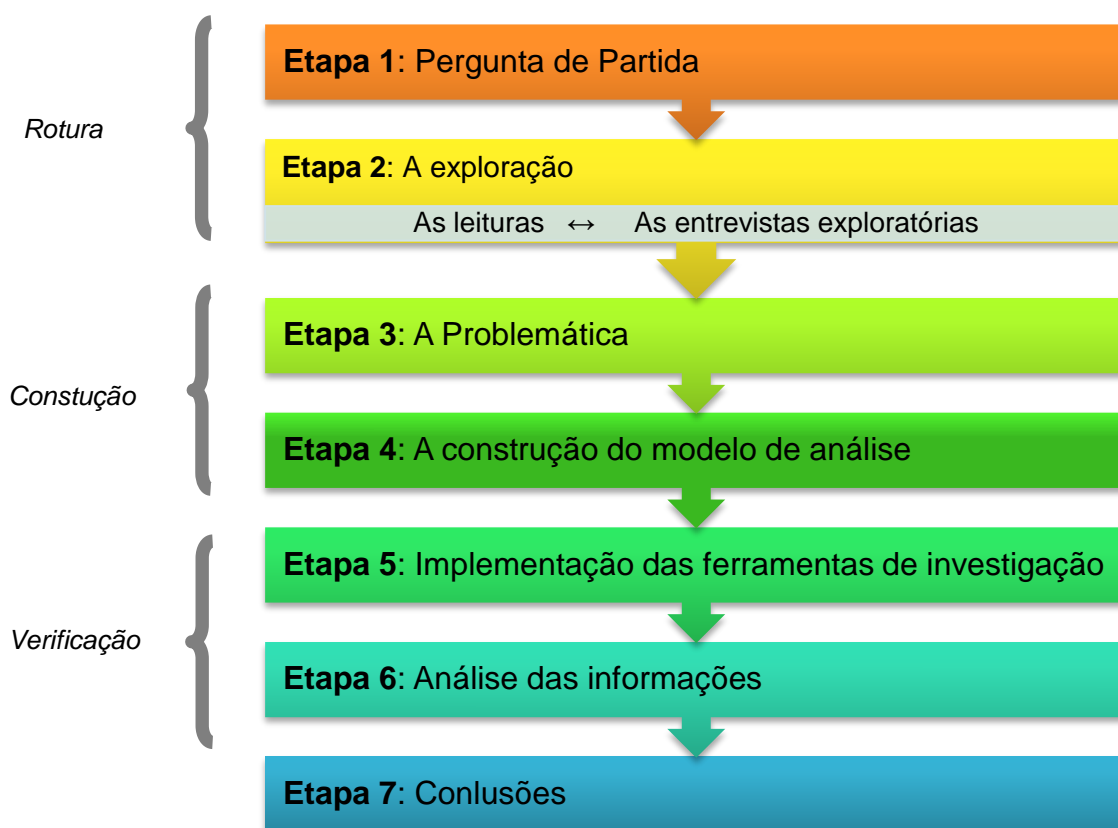
1.4 Metodologia de pesquisa

A metodologia consistiu fundamentalmente numa recolha e análise de dados estatísticos e informações relativos à perceção da população local da comunidade de Itaquera sobre o megaevento desportivo do Mundial de Futebol do Brasil de 2014. A pesquisa foi do tipo qualitativo-quantitativa e procurou fornecer, além do que um conjunto de dados estatísticos relativos aos megaeventos (típico das pesquisas meramente quantitativas), um panorama de oportunidades e riscos, limites e desvantagens relativos às possibilidades de acolher um megaevento. De fato, segundo Veal (2011), as metodologias que se utilizam para recolher informação qualitativa, incluem a observação, as entrevistas informais, a observação direta e participante. Todas estas técnicas foram implementadas durante o trabalho de campo.

O trabalho desenvolveu-se por fases ou etapas de acordo com a metodologia de investigação realizada por Quivy e Campenhoudt (1995).

De fato segundo estes autores, os princípios fundamentais que as investigações deveriam respeitar, podem resumir-se em sete etapas: em cada etapa são descritas as operações efetuadas para alcançar a etapa seguinte e assim progredir.

Figura 1: As Etapas do Procedimento da Investigação Científica nas Ciências Sociais



Fonte: Quivy & Campenhoudt (1995), adaptado pelo autor.

Na primeira etapa levantou-se a questão principal desta dissertação: Qual é a percepção dos moradores do distrito de Itaquera em São Paulo, relativamente ao megaevento do Mundial de Futebol do Brasil de 2014?

Na segunda etapa exploraram-se, através da leitura da bibliografia, os megaeventos desportivos, análises de casos de estudos de Mundiais de Futebol e seus impactes a nível social, entre outros. Além disso, efetuou-se um *benchmarking* comparando o estudo de caso brasileiro com outros trabalhos e artigos relativos ao Mundial anterior da África do Sul e à percepção da comunidade local sul-africana. Em termos de entrevistas exploratórias, foram dirigidas principalmente para os *stakeholders* ou seja para aqueles que tinham um interesse específico sobre o evento Mundial de Futebol, mesmo sem dispor de um poder formal de decisão. É só pensar aos patrocinadores, aos organizadores ou aos simples apaixonados. Perguntou-se a eles, em qualidade de administradores públicos, exponents de organizações e de cidadãos, de elencar todas as possíveis criticidades territoriais ligadas ao Mundial. Entre as principais, os atores entrevistados colocaram o acento, por exemplo, sobre a falta de coordenação e de informação com as entidades locais e com a população, sobre o planeamento do desenvolvimento da cidade, sobre o papel da política.

Foram realizadas também entrevistas não formais com especialistas da área dos megaeventos e do turismo, sociólogos, professores e estudantes da Universidade de São Paulo (USP), arquitetos, colaboradores da empresa de construção Odebrecht, fãs do clube de futebol Corinthians, educadores e organizadores de eventos do Serviço Social do Comércio (SESC) e com os principais protagonistas do presente estudo: os moradores do distrito de Itaquera.

A terceira fase consistiu no balanço entre as etapas precedentes. Com base na pergunta de partida e nas conclusões alcançadas através das leituras desenvolvidas e entrevistas efetuadas, delinearam-se as linhas orientadoras do projeto de pesquisa. Particularmente estabeleceu-se qual a informação importante para poder desenvolver um plano com os métodos a utilizar para a individuação da percepção dos moradores do distrito de Itaquera em São Paulo relativamente ao megaevento Mundial de Futebol do Brasil de 2014.

A quarta etapa representou a estruturação do modelo de análise em que foram examinados os conceitos e apresentadas hipóteses que levaram à possibilidade de uma constante análise e recolha de dados de experimentação ou observação.

A quinta fase constituiu na implementação das ferramentas de investigação. Tratando-se de um tipo de investigação nomeadamente social, decidiu-se optar por uma metodologia qualitativo-quantitativa utilizando a etnografia através das ferramentas da observação direta e participante onde o relacionamento humano e social é mais profundo e a *Social Exchange Theory* (SET), a teoria do intercâmbio ou da “troca” social que foi desenvolvida por Gursoy (2006) (será aprofundada no capítulo IV) onde, por meio de um questionário, o próprio participante escrevia as suas respostas e onde nenhum entrevistador foi envolvido.

Segundo Veal (2011), as investigações através de inquérito com aplicação de questionário constituem talvez a ferramenta mais usada em pesquisas de lazer e turismo. Estas são utilizadas quando se pretendem informações sobre uma determinada população e quando o relato do próprio inquerido sobre seu comportamento e/ou atitude pode ser aceite como fonte de informação. Em termos de estrutura, o questionário⁴ continha 25 perguntas “fechadas” e 3 perguntas de resposta “aberta”. Os tipos de sondagens foram “de rua” e “eletrónica”. A investigação “de rua” conforme o nome sugere, foi aplicada nas vias públicas do distrito de Itaquera, nas lojas comerciais, nos bares / lanchonetes e no Shopping Itaquera, nos quais se esperou encontrar um corte transversal da comunidade. Na investigação eletrónica através de inquérito por questionário, cada pessoa recebeu por e-mail ou pelas redes sociais uma hiperligação (*link*)⁵ que, uma vez aberto, mostrava o questionário para preencher on-line. Assim houve a vantagem de os dados serem compilados no formato eletrónico usando o

⁴ Ver anexo DD - Questionário - Percepção dos Moradores de Itaquera sobre o megaevento Mundial de Futebol do Brasil 2014

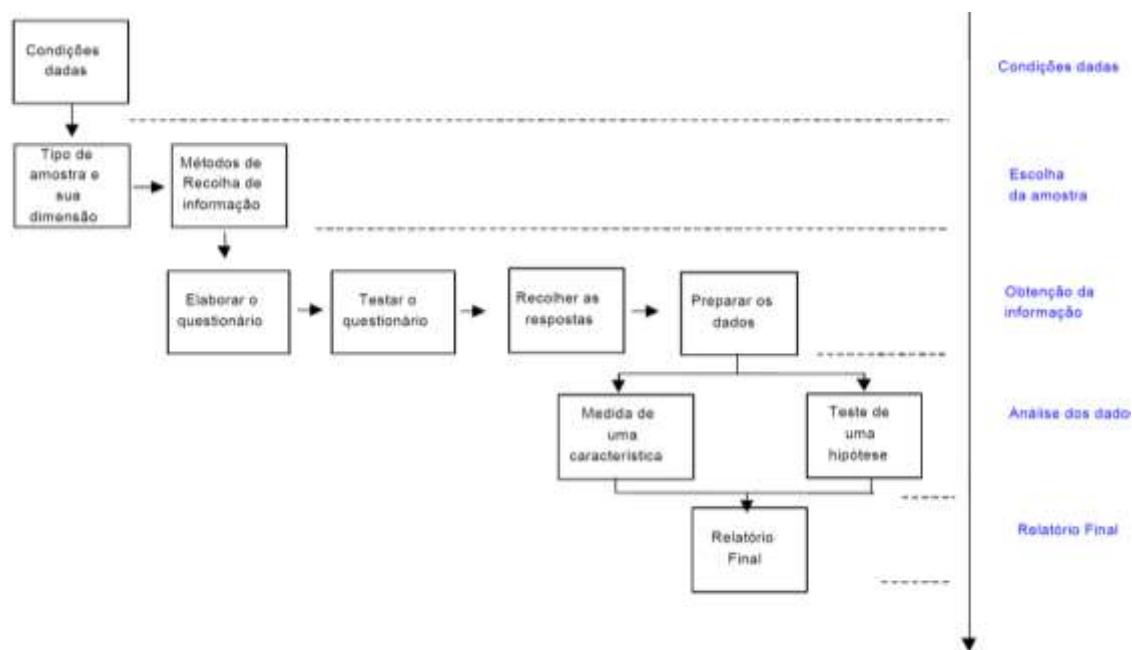
⁵ Ver anexo EE – Convite para participar à investigação via Internet

programa do *Google Drive*. Uma vez definido o método, efetuou-se um pré-teste durante o período compreendido entre 10 e 14 de Fevereiro 2015 para avaliar a aplicabilidade do questionário sobre um número reduzido de inqueridos.

Sucessivamente, o mesmo foi aplicado para o distrito de Itaquera na zona Leste de São Paulo onde, segundo dados da Subprefeitura de Itaquera (2014)⁶, residem 523 000 pessoas. Para se conseguir obter um nível de confiança de 95% entrevistaram-se 402 residentes desta área, embora segundo os cálculos do *Survey System*, era suficiente um número mínimo de inqueridos de 384. Os inquéritos por questionário foram aplicados durante o período compreendido entre 22 de Janeiro e 15 de Fevereiro 2015.

Conceber e levar à prática uma investigação através de inquérito por questionário, é um processo complexo que envolve diversas fases interdependentes. Estas fases podem ser exemplificadas na seguinte figura:

Figura 2: As diferentes fases de um estudo por sondagem



Fonte: Vicente, Reis e Ferrão (1996)

Na sexta etapa, através duma análise *ex-post*, foram definidas as percepções dos habitantes da comunidade local de Itaquera relativas ao megaevento. Procedeu-se à análise dos dados e da informação recolhida em todas as fases precedentes, comparando esta com as expectativas formadas anteriormente. Desta forma respondeu-se à pergunta de partida, e avançou-se para a realização desta dissertação.

⁶ Portal da Prefeitura da Cidade de São Paulo. Histórico Itaquera. Disponível em: <<http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/itaquera/historico/>>. Consultado em: 10/12/2014

Na sétima e última etapa realizou-se a conclusão de toda a investigação com base nos resultados obtidos. Respondeu-se à pergunta de partida onde se apresentaram as conclusões enfatizando os novos conhecimentos adquiridos.

1.5 As fontes utilizadas

Na realização do presente trabalho foram utilizados artigos de produção científica de índole internacional, fazendo particular referência aos artigos e às contribuições científicas produzidas por investigadores brasileiros, italianos, americanos e anglo-saxónicos em geral. Obteve-se igualmente informação em artigos de jornais, em revistas brasileiras e internacionais, tais com: Folha de São Paulo, Estado de São Paulo, São Paulo Outlook, Carta Capital, Internazionale, Focus, Liberación e Revista Fórum.

Realizou-se de igual modo, uma procura nos endereços eletrónicos do Governo Federal brasileiro, da Prefeitura de São Paulo, da Subprefeitura de Itaquera, dos Comitês Populares do Mundial, das associações desportivas internacionais (FIFA, COI) e *blogs* do Mundial.

Capítulo II – OS EVENTOS: UMA REFLEXÃO CONCEPTUAL

2.1 A progressiva importância dos eventos

Os eventos não são uma particularidade dos dias de hoje, na verdade eles sempre existiram, pense-se por exemplo nos primeiros Jogos Olímpicos da antiguidade que ocorreram em 776 a.C. na Grécia. Todavia nos últimos anos é que estes assumiram novas valências para a economia urbana. Nos anos '80 os eventos tornaram-se objeto de pesquisa académica como componentes do fenómeno turístico, porém, ainda hoje, a atenção é modesta focando-se essencialmente sobre a previsão dos efeitos económicos sobre o território anfitrião.

São várias as razões que explicam a crescente importância dos grandes eventos, porém, estas podem ser condensadas a dois aspetos principais: o primeiro de carácter económico e o segundo relacionado com os modos de conceber a cidade e os territórios.

Relativamente ao primeiro aspeto, este relaciona-se com a própria natureza das transformações económicas, sociais e institucionais (onde se inserem as cidades e regiões dos países com uma economia dita “madura”). A diminuição dos custos de viagem, a maior disponibilidade de tempo livre, a afirmação de uma sociedade mais instruída, o reconhecimento da existência de um capital cultural incorporado no património artístico, arquitetónico e nas tradições da cidade, o aumento da visibilidade e das oportunidades disponíveis (graças também à nova tecnologia), são alguns dos efeitos observáveis de tais transformações que favorecem a realização dos grandes eventos, onde as cidades e regiões têm que alargar as próprias redes de relações sociais.

Deste ponto de vista os grandes eventos são, pela sua natureza, acontecimentos que criam momentos de interação particularmente intensos, em particular:

- Envolvem e atraem um número muito elevado de participantes e/ou visitantes;
- Precisam de infraestruturas (edifícios, vias de comunicação, redes de transporte), que, geralmente, são onerosas;
- Requerem processos organizativos complexos de preparação, os quais comportam o empenho de uma pluralidade de atores e de mecanismos que podem influenciar em medida significativa o sistema socioeconómico que os acolhe;
- Representam sob várias formas, momentos densos de significado, de união de indivíduos, mesmo muito diferentes;
- Determinam efeitos diferentes de reverberação das experiências vividas, tanto no seu entorno geográfico mais imediato como naquele mais distante, através daqueles que participaram pessoalmente ou mesmo indiretamente através dos meios de comunicação.

O segundo aspeto foca-se na crescente importância dos grandes eventos e concerne a conceção das cidades como sistemas territoriais abertos, em continua evolução, nos quais as mudanças são, ao mesmo tempo, elementos constitutivos do seu “ser” futuro.

Pensar na cidade em termos dinâmicos quer dizer orientar a atenção aos processos socioeconômicos e territoriais que dão vida à evolução das cidades e, conseqüentemente, tomar em exame a pluralidade de eventos que são responsáveis e/ou alimentam isso. Eventos e processos, pertencem obviamente à gama de atividades que são desenvolvidas nas cidades e às funções que a cidade rende disponíveis para a coletividade social que vive nela e também para a coletividade global, onde está inserida em virtude do seu pertencer às diferentes redes urbanas, de escala nacional e internacional.

Além disso, eventos e processos são interligados por relações de causa-efeito que, todavia, se desenvolvem com uma variedade de modalidades segundo a escala territorial de observação e a situação da cidade na sua trajetória evolutiva. O fenômeno que os grandes eventos representam, tem adquirido uma dimensão cada vez maior. Os megaeventos tornaram-se elementos de atratividade turística e de entretenimento cada vez mais importantes. O evento em si torna-se ponto de referência, estado descritivo e auto-explicativo da situação de um determinado território ou de uma cidade.

Os megaeventos são eventos importantes e de breve duração, como os Campeonatos do Mundo de Futebol e as Olimpíadas, que normalmente são considerados em termos de impactos turísticos e econômicos (Hall, 1992). Nas últimas décadas o fenômeno dos eventos assumiu uma dimensão de grande importância, eles tornaram-se elementos de entretenimento e de atratividade turística, isto tem favorecido o nascimento de um verdadeiro *management* do setor, complexo e polivalente, pois envolve estudos de problemáticas de gestão das empresas dos serviços, de marketing, de turismo, de atividades de lazer e tempo livre, de variáveis socioculturais, antropológicas e históricas. De fato hoje em dia os eventos são considerados instrumentos de marketing territorial, urbano e turístico, pois contribuem ao crescimento do número de visitantes e turistas nas localidades anfitriãs, melhoram a imagem e a notoriedade das mesmas, representam importantes atividades de lazer, melhoram o tecido e a estética urbana e atraem investimentos e financiamentos, criando efeitos econômicos multiplicadores importantes.

Segundo Getz (1997), os eventos são acontecimentos que têm uma duração limitada no tempo, nascem com finalidades específicas, envolvendo tanto o setor público como o privado. Devem ser programados com grande antecipação e comportam investimentos consideráveis, até três ou quatro milhões de euros (Preuss, 2004). As implicações de tais eventos envolvem conspicuamente o tecido urbano, por isso são relacionados com os processos de transformação da cidade anfitriã.

2.2 Fatores conceituais: definições, tipologias e características dos eventos

Getz (1997), um dos gurus e autores de inúmeras publicações sobre eventos e conceitos correlatos, afirma que um evento pode ser considerado como uma experiência social, cultural e de entretenimento que vai além daquelas tradicionalmente disponíveis.

Mas as definições de evento variam segundo os diferentes dicionários e autores. Pode ser qualquer acontecimento relativamente importante ou reunião social (Dicionário Aurélio s. d. *apud* Giacaglia, 2006) ou ainda “qualquer coisa que aconteça, diferentemente de qualquer coisa que exista, (...) uma ocorrência, especialmente de grande importância” (Watt, 2015:15).

Nestas primeiras definições constata-se que o fato acontece, ou seja tem uma data de realização, bem como hora de início e fim, além de um local de execução. Os conceitos para evento são muitos, desde as mais simples até as mais complexas citações. Segundo Tenan (2002:13) “Evento é sinónimo de acontecimento não rotineiro; fato que desperta a atenção. Um eclipse, um nascimento, ou uma descoberta são eventos”. Para os profissionais do setor, o termo adquiriu valor semântico próprio, significando acontecimento especial, antecipadamente planejado e organizado, que reúne pessoas ligadas a interesses comuns. Evento tem nome, local determinado e espaço de tempo predefinido.

As palavras-chave são:

- Acontecimento eventual – se for continuamente repetido deixa de ser um evento.
- Pessoas – eventos envolvem um determinado número de pessoas
- Interesses comuns – o público-alvo é decisivo para o sucesso do evento

Conforme Matias (2004:75), evento é: “Acontecimento com a finalidade específica de alterar a história da relação organização-público, em face das necessidades observadas. Caso esse acontecimento não ocorresse, a relação tomaria rumo diferente e, certamente problemático” e é também “componente de *mix* da comunicação que tem por objetivo minimizar esforços fazendo uso da capacidade de sinergia da qual dispõe o poder expressivo no intuito de engajar pessoas numa ideia ou ação”.

Resumindo, evento é uma atividade dinâmica e a sua conceituação tem sido objeto de modificações conforme vai evoluindo. Seguindo a experiência de vários especialistas da área podemos identificar alguns conceitos semelhantes onde os eventos possuem características comuns:

- Ação do profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, controle e implementação de um projeto, visando atingir seu público-alvo.
- Conjunto de atividades profissionais desenvolvidas com o objetivo de alcançar seu público-alvo pelo lançamento de produtos, apresentação de uma pessoa, empresa ou entidade visando criar o seu conceito ou recuperar a sua imagem.
- Realização de um ato comemorativo, com finalidade mercadológica ou não, visando apresentar, conquistar ou recuperar seu público-alvo.
- Soma de ações previamente planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos perante seu público-alvo.

Os eventos são tão populares não só em diversidade mas também em quantidade. Atingem objetivos de qualquer organização independentemente da sua dimensão, dos produtos ou serviços disponíveis que comercializam ou da verba disponível. “Existem diferentes critérios de classificação dos eventos, tais como: finalidade, periodicidade, área de abrangência, âmbito,

público-alvo ou nível de participação” (Pedro *et al.*, 2005:17) ou em função do seu porte e escala (Allen *et al.*, 2003) ou segundo objetivo e tipologia (Tenan, 2002; Matias, 2004).

Referiu-se na introdução, que os eventos como ocasiões públicas ou sociais respondem a diferentes finalidades (Getz,1997; 2005; 2008). A este propósito veja-se a seguinte tabela, onde são classificadas as possíveis tipologias de eventos planeados com base nos diferentes critérios que induzem às suas organizações.

Tabela 1: Classificação dos eventos segundo os diferentes critérios

Critério de classificação	Tipo de evento	Objetivo / descrição
Finalidade	Institucionais / Promocionais	Desenvolver, manter ou aperfeiçoar a imagem da empresa / Vender produtos
Periodicidade	Esporádicos / Periódicos / De oportunidade	Sem periodicidade predefinida e quando é do interesse da organização / Periodicidade fixa, uma vez por semana, mês, ano etc.(Jogos Olímpicos) / Resultantes de ações externas à organização
Área de abrangência	Locais / Regionais / Nacionais / Internacionais	Feiras gastronómicas locais / Concurso de canto e dança / Concurso nacional de canto e dança / Mundial de Futebol
Zona de ação ou âmbito	Internos / Externos	Realizam-se nas instalações da organização ou empresa / Têm lugar em ambientes mais amplos e fora da sede da organização
Público-alvo	Corporativos / Para o consumidor	Realizados para o público interno da organização ou empresa / Direccionados para o consumidor final de produtos e serviços da organização
Nível de participação	Organização própria / Participar em eventos criados por outras empresas	Onde a empresa utiliza seus recursos (financeiros, humanos, materiais, técnicos e tecnológicos) / Através de apoios ou patrocínios
Porte e escala ou dimensão	Grandes eventos ou megaeventos / Pequenos eventos / Eventos de marca	Afetam economias internas e repercute na mídia global. Atrai milhões de pessoas e maiores empresas mundiais / Provocam impactos mais restritos, atraem também os patrocinadores. São de baixo custo e suportados por empresas locais / Tornam-se tão identificados com o espírito ou mentalidade de um povoado, cidade ou região que se tornam sinónimos do nome do local
Tipologia	Dialogais / Sociais / Competitivos / Demonstrativos / De premiação	Concílio, assembleia, conclave, conferência, congresso, convenção, debate, fórum, jornada, palestra, reunião, seminário, simpósio, semana, <i>workshop</i> etc. / Pequeno almoço, almoço, jantar, coquetel, <i>happy hour</i> , sarau, etc. / Campeonato, concurso, copa, gincana, maratona, olimpíada, torneio etc. / Desfile, excursão, exposição, feira, festival, inauguração, lançamento, leilão, mostra, salão, show, visitas etc. / Entrega de premio, viagem de incentivo etc.

Fonte: Tenan (2002), Allen *et al.* (2003), Pedro *et al.* (2005)

Dar uma definição unívoca é uma questão bastante intrincada. E como sublinha Guala (2002b), é difícil predispor uma tipologia universal e completa, que cubra a maior parte dos eventos sem o risco de sobreposições. Na literatura científica analisada, concluiu-se que os autores ao classificar um evento, por vezes, apresentam contradições uns dos outros.

Os vários investigadores, frequentemente, refletem sobre uma específica qualidade ou peculiaridade, mas sem chegar a uma classificação ou a uma definição que possa ser exhaustiva ou universal das diferentes tipologias de eventos. Como refere ainda Guala,

“Vários estudiosos usam sem diferença de significado termos como megaeventos (*mega-events*), grandes eventos (*big events*), eventos de

qualidade, ou que merecem um atestado de qualidade (*hallmark events*), eventos especiais (*special events*). Os autores, geralmente, referem-se às Olimpíadas, ou a outros acontecimentos desportivos de excelência, ou ainda às exposições e às feiras internacionais (*Expo, international exhibitions, fairs*) sem que se recorra a um aparato concetual e classificatório mais preciso, que evite sobreposições e esteja em condições de distinguir claramente os eventos” (Guala, 2002b:744).

Ao falar de megaeventos, eventos especiais, *hallmark event*, eventos maiores, festivais, eventos locais e comunitários, cada um destes termos deveria descrever uma determinada metodologia fenomenológica de evento. Mas, segundo Jago (1997), isto não acontece, de fato as peculiaridades reconhecidas pelos diferentes autores aos eventos especiais, são igualmente reconhecidas a outras tipologias. A literatura científica está rica de definições, que são reconduzidas a esta ou a aquela outra tipologia de evento. A análise da literatura coloca em evidência as divergências no uso dos diferentes termos com os quais nos referimos aos grandes eventos. Os termos utilizados pelos autores muitas vezes se sobrepõem nas definições e nas exemplificações qualitativas. Não sendo possível um acordo/esquema geral que defina os termos dentro dos quais é possível falar de grandes eventos, torna-se fulcral analisar de um modo geral, o aspeto dimensional dos eventos, para que se obtenha uma definição que permita analisar as diversas tipologias, permitindo distingui-las e classificá-las.

Nos próximos subcapítulos, irá-se aprofundar de um modo mais detalhado, as quatro tipologias de grandes eventos: evento especial, festival, *hallmark event* e megaevento.

2.3 Eventos especiais, festivais e *hallmark events*

Segundo Hall (1992), os megaeventos, os *hallmark events* ou os eventos especiais, são as grandes feiras, os festivais, as exposições e os eventos desportivos que acontecem regularmente ou ocasionalmente.

O primeiro a falar de *special event* foi Robert Jani, diretor das relações públicas de Disneyland. Em 1955, para evitar que o parque de diversões, próximo da hora de encerrar ficasse com poucos clientes, inventou a *Main Street Electric Parade*, uma sugestiva parada musical com os personagens da Disney, iluminada por milhares de luzes. Desde então foram definidos os eventos especiais como “algo diferente da rotina da vida quotidiana”.

Sucessivamente Goldblatt (1998), definiu-o como um momento único, celebrado com uma cerimonia e um ritual final, finalizado à satisfação de necessidades específicas, aferindo também que os eventos especiais são sempre planeados, criam grandes expetativas e são motivados por algo a festejar ou a celebrar. Segundo Allen *et al.* (2003), são apresentações ou celebrações específicas que são deliberadamente criados e planeados para marcar ocasiões especiais de cunho social, cultural ou corporativo.

Mas provavelmente a definição mais conhecida de evento especial é aquela de Getz (1991, p. 44-45) “um evento que tem lugar uma só vez ou não frequentemente, fora do programa normal ou da atividade de *routine* do patrocínio ou do sujeito que o organiza”. Para o visitante o evento especial é “uma oportunidade para o tempo livre e uma experiência social, cultural ou de entretenimento que vai além das possibilidades normais ou das experiências quotidianas”.

Conforme Getz (1991:44), “para o consumidor, um evento especial é uma oportunidade para uma experiência de prazer, social ou cultural que não faz parte da série de escolhas ou fora da experiência quotidiana”.

Segundo Jago e Shaw (1998), os eventos especiais são atrações turísticas, reais ou potenciais, que valorizam a imagem e o *status* de um lugar.

Podemos sintetizar em quatro pontos as peculiaridades dos eventos especiais (Ferrari, 2002):

- Capacidade de atrair elevados fluxos turísticos e a atenção dos mídia;
- Duração limitada;
- Fraca frequência de manifestação;
- Capacidade de acrescentar o conhecimento e de melhorar a imagem da localidade anfitriã.

O atributo “especial” está relacionado com uma série de características e avaliações subjetivas, quais a multiplicidade das finalidades, o espírito de festa, a unicidade, a qualidade, a autenticidade, a cultura e as tradições locais; o simbolismo (onde o uso de símbolos e rituais acrescentam o significado ao evento) e a utilidade social (uma oportunidade para favorecer formas de diversão diferentes e para desenvolver relações sociais espontâneas).

De um modo geral, pode-se sintetizar que os eventos especiais:

- São de curta duração;
- Elevam a imagem da localidade;
- Não são frequentes;
- Atraem turistas.

Neste grupo de eventos tradicionalmente incluem-se os feriados e festivais nacionais, importantes ocasiões cívicas, performances culturais e competições desportivas exclusivas, funções corporativas, promoções comerciais e lançamento de produtos.

Relativamente aos festivais, segundo uma definição de Getz (1997), são acontecimentos, celebrações e festas de caráter sagrado ou profano. Os atributos que se podem referir a tal tipologia de evento são simplesmente:

- Ter um tema;
- Implicar uma celebração.

Os *hallmark events* são definidos como eventos de curta duração, planeados com muita antecedência, focando o impacto sob o ponto de vista económico e turístico. Embora hoje parecem ter uma expressão menos difusa, tais eventos “de qualidade”, possuem a característica de obter reconhecimento, atenção e interesse a nível internacional e ao mesmo tempo, “marcam” indelevelmente um lugar (Hall P., 1999). Estes eventos são de natureza exclusivamente pública, atraem um número elevado de visitantes, provocam grande interesse nos meios de comunicação (mídia) e requerem avuldados investimentos.

Dentro da categoria *hallmark events*, Ritchie (1984:2) apresenta a seguinte lista de tipologias de eventos:

Tabela 2: Tipos de *hallmark events*

<i>Hallmark Events</i>
Eventos desportivos maiores
Carnavais e festivais caraterísticos
Exposições e feiras mundiais
Eventos significativos culturais e religiosos
Etapas históricas
Eventos políticos ligados a personagens importantes
Clássicos eventos comerciais e agrícolas

Fonte: Adaptado de Ritchie (1984:2)

Ritchie (1984:2) relata que os *hallmark events* são “eventos maiores, periódicos ou que acontecem uma só vez, desenvolvidos para aumentar o conhecimento, a atratividade e o lucro de um destino turístico no curto e/ou no longo prazo”.

Para Jago (1997) esta definição de *hallmark events* é quase universalmente aceite e partilhada. Todavia a definição não é totalmente reconhecida porque Ritchie (1984) adicionou o termo “maior” que teria outras conotações e significados. Jago (1997) não concorda também com a colocação dos *hallmark events* entre os maiores eventos afirmando que tal classificação choca-se com o uso do termo “especial” aplicado pelos vários autores, que o atribuem somente a eventos de grandeza superior.

Os eventos especiais, os festivais e também os *hallmark events* não são explicativos de um carácter dimensional mas, de um carácter qualitativo. Todos os eventos para serem considerados como tais, respondem ou devem responder a uma determinada definição de unicidade e de especialidade, assim todos os eventos são “eventos especiais”. Mas os festivais podem-se caracterizar como eventos de diversas escalas, assim como os *hallmark events*, que irão refletir a abrangência e a dimensão da própria cidade ou de um território específico.

Hall (1992) concorda em grande parte com a definição de Ritchie (1984), ele só sublinha que os *hallmark events* não devem ser necessariamente considerados eventos de larga escala, e que de todas as formas nos temos que referir “à importância da economia, do

marketing, do contexto sociocultural e espacial no interno do qual o evento se desenvolve” (Hall, 1992:4). Para Ritchie (1984), os *hallmark events* são acontecimentos importantes de duração limitada, que se verificam apenas uma vez. Estes são realizados principalmente com o objetivo de aumentar o conhecimento, a atratividade e os ganhos financeiros de um destino turístico num determinado período de tempo. O sucesso de tais eventos baseia-se na unicidade, prestígio ou valor que criam, originado o interesse por parte das pessoas.

Segundo Nicholls *et al.* (1992), os *hallmarks events* são eventos ligados a uma localidade, e muitas vezes envolvem toda a comunidade, possuindo elementos de interesse, nos quais fomentam a competitividade territorial dos lugares anfitriões, tornando-se desta forma, um elemento de diferenciação sob o ponto de vista do marketing. Eles criam elevadas expectativas e um grande interesse em termos de socialização, diversão e aprendizagem (graças a um tema específico atraem tanto o público local quanto os visitantes externos).

Conforme Ferrari (2002) os *hallmark events* podem-se resumir nas seguintes características:

- Atraem um número elevado de visitantes e de fluxos financeiros até a área anfitriã;
- São de prestígio e de valor;
- Necessitam de investimentos para a melhoria do lugar;
- Requerem serviços ligados ao uso fruto do evento;
- Têm índole de atratividade nacional ou internacional;
- Oferecem outros eventos, chamados “eventos satélites”;
- Possuem uma referência a elementos da tradição local ou simbólicos;
- São onerosos;
- Importantes ao nível de atração por parte dos *mass-media*, o que origina um elevado interesse pelas empresas de marketing ligadas ao evento, como os patrocínios.

É possível identificar os *hallmark event* como aqueles eventos que são estreitamente ligados à localidade ou ao território que acolhe o mesmo e situam-se entre os *special events* e os *megaevents*.

2.4 Megaeventos

São os grandes eventos, capazes de atrair um enorme número de visitantes e uma elevada atenção por parte dos meios de comunicação de massa a nível internacional obtendo, conseqüentemente, um impacto fortíssimo em termos económicos e de notoriedade sobre as localidades anfitriãs. Em literatura, não existe nenhum acordo verdadeiro sobre a definição de grandes ou megaeventos, frequentemente os autores referem-se chamando-os também de *hallmark* ou *special events*.

O conceito de megaevento foi introduzido por Ritchie (1984), segundo o qual trata-se de um evento importante, organizado uma ou mais vezes, de duração limitada, o qual serve para aumentar a consciência, a imagem e a economia de um destino turístico a curto e/ou longo prazo. O sucesso de tais eventos depende da sua unicidade, importância ou dimensão com o fim de criar interesse e suscitar atenção.

Roche (2000:1) define os megaeventos como “eventos culturais (incluindo os comerciais e desportivos) de grande escala que têm um carácter dramático, um apelo de massa e uma importância internacional”. O próprio Roche no seu livro está interessado sobretudo nos aspectos sociais dos Campeonatos do Mundo de Futebol e das Olimpíadas, colhendo também aqueles que são os impactes em termos de economia e de regeneração urbana das cidades.

Segundo Allen *et al.* (2003) e Pedro *et al.* (2005), os megaeventos afetam as economias internas e repercutem-se na mídia global, atraindo milhões de pessoas e multinacionais. Tratam-se de iniciativas de duração limitada no tempo, diversificadas por tipologia de oferta e serviços prestados, com um envolvimento massivo de pessoas. Na maioria dos casos, estes eventos comportam investimentos consideráveis e um envolvimento importante do tecido urbano das cidades que os acolhem; por este motivo as problemáticas que caracterizam os grandes eventos (ou megaeventos) estão em estreita relação com os processos de transformação das cidades. Pertencem à categoria dos megaeventos: as feiras, os festivais, as exposições, os acontecimentos desportivos e os acontecimentos culturais entre outros.

De acordo com os diferentes autores, existem diferentes definições de megaevento, porém no geral se podem inumerar algumas características chave, tais como:

- O aumento da procura produzida pelo evento que relaciona-se, em regra geral, com uma série de serviços auxiliares (hotéis, restaurantes, sistemas de transporte, espetáculos, lazer, etc.) e não exclusivamente com o próprio evento;
- Tal procura concentra-se num período relativamente breve;
- A proveniência dos financiamentos geralmente não é local.

Estas manifestações, embora sejam de duração limitada no tempo, têm implicações que vão além da temática específica do próprio evento e envolvem fatores de natureza socioeconómica e cultural com impactes a longo prazo e a nível continental, se não mundial. Um evento pode definir-se “mega”, não somente pelas suas dimensões ou pela quantidade de visitantes que consegue atrair, mas também considerando o efeito psicológico que tem na opinião pública, o que chama a atenção dos *mass media* e a sua conseguinte difusão internacional através da imprensa, rádio, televisão e internet. Geralmente são realizados em importantes localidades turísticas, (muitas vezes em grandes cidades), pela grande capacidade de receber pessoas e por conseguinte pelo valor atribuído ao evento.

Para organizar um grande evento é necessário que o mesmo contribua para fomentar o interesse no setor dos transportes, do comércio e que tenha um impacto positivo nos consumos turísticos.

Até este ponto o problema é conseguir distinguir o grande evento de um evento comum (que é repetitivo e sem originalidade, logo de fraco interesse para a opinião pública), daí que muitos estudiosos consideram como discriminante a unicidade. Se um grande evento é único (ou seja, não repetível) e original, irá conseguir atrair a atenção para além das fronteiras do território ao qual se apresenta. Como já se viu, o evento em si não é um elemento inovador, porém as inovações foram introduzidas na organização, no financiamento dos mesmos e na maneira de reduzir o seu impacto económico, social e ambiental.

Em suma, o lucro de um evento não pode ser medido unicamente através de uma análise financeira a curto prazo, pelo que será necessário considerar a capacidade de promover o lugar, a administração (que o geriu), a sociedade civil (que o sustentou) e a conseguinte imagem do lugar percebida de maneira positiva.

Os megaeventos podem ser subdivididos em quatro categorias segundo a sua periodicidade, em particular:

Tabela 3: Tipologias de megaeventos segundo a sua periodicidade

Periodicidade	Exemplo
Eventos sazonais	Mostras de arte, grandes feiras enogastronomicas e culturais etc..
Eventos anuais	Festivais, espetáculos, Grand Prix, Tour de France etc..
Eventos cíclicos	Mundiais de Futebol, Jogos Olímpicos, Expos, etc..
Eventos excepcionais	Celebrações de recorrências históricas, cerimoniaes funebres de personagens ilustres etc..

Fonte: Adaptado de Ritchie (1984), Getz (1997) e Roche (2000)

Até aqui evidenciaram-se as diferentes definições da literatura, sem chegar a uma classificação única. Com esta dissertação pretende-se dar uma definição metodológica e de ampla aplicabilidade, classificando os megaeventos com base a três elementos:

1. A dimensão do evento, que tenha em conta de todos os fatores que fazem dele um megaevento (atores envolvidos, participação, cobertura mediática, orçamento, impactes territoriais);
2. A motivação do evento (negócios e comércio, religiosa, desportiva, etc.);
3. As características intrínsecas do evento.

2.5 Os eventos e as suas dimensões

Roche (2000) foi um dos primeiros autores que, no novo milénio, tentou resumir e classificar os eventos com base nas suas dimensões e escalas. O autor começa pelos megaeventos até chegar aos eventos locais. Nesta classificação os eventos são colocados em relação ao mercado/público-alvo (que pretendem alcançar) e ao interesse da mídia (que conseguem atrair).

Tabela 4: Os eventos com base no mercado/público-alvo e no interesse pela mídia

Evento	Exemplo	Mercado/público-alvo	Interesse pela mídia
Megaevento	Mundial de Futebol, Jogos Olímpicos, Jubileu, <i>Expo</i>	Global	Mídia global
Evento especial	Grande Prémio de Formula 1, Eventos desportivos de regiões do mundo (Jogos Pan-americanos e Asiáticos)	Regional mundial / Nacional	Mídia internacional e nacional
<i>Hallmark event</i>	Eventos desportivos nacionais (ex. <i>Tour de France</i>), Festivais	Nacional regional	Mídia nacional e local
<i>Community event</i>	Evento das localidades e das comunidades locais	Regional e local	TV e imprensa local

Fonte: adaptado de Roche (2000)

Guala (2002b) propõe uma tipologia de megaeventos, e também neste caso, emergem algumas objeções. Com a esquematização proposta na tabela 5, todos os eventos que não sejam mega, são definidos como especiais. Além disso, adiciona-se a esta vasta gama de categorizações, um outro caso: os mega-mídia eventos, como megaeventos que têm o poder de atrair e catalisar a atenção dos *mass-media*. Muito importante também, considera-se o elenco das variáveis que se podem aplicar diferentemente aos diversos eventos (Guala 2002b):

- Dimensão da cidade anfitriã;
- Localização das manifestações ou das competições e distância da cidade central;
- Estrutura do sistema económico local;
- Finalização do evento: local contra global;
- A gestão do legado do evento;
- A mídia;
- O ciclo de vida.

Propor o objetivo (*target*) e a cobertura televisiva como únicos fatores dimensionais, resulta ser a este ponto, muito limitativo. Um megaevento terá seguramente como consequências a atração mediática e um conjunto de utentes, reais e virtuais, que se movimentarão do local ao global. Deve-se ter em conta o próprio elenco das variáveis propostas por Guala e dos impactes e repercussões territoriais que o megaevento produz.

Também se deve ter em consideração a gestão da complexidade, a coordenação dos diferentes *stakeholders*, os efeitos sobre os residentes, sobre a imagem, sobre o destino em causa e por último as heranças do evento.

Tabela 5: Tipologias de grandes eventos

Tipologia de evento	Exemplo	Mercado/Público-alvo	Cobertura TV
Eventos mega & mídia	Mundiais de Futebol, Jogos Olímpicos	Global	Direta TV
Megaeventos	Expo mundiais e universais	Global	Serviços TV
Eventos desportivos especiais	Mundiais de atletismo, Formula 1, <i>America's Cup</i> de vela, motociclismo, campeonatos de esqui etc..	Global	Direta TV
Eventos políticos especiais	<i>Meetings</i> e congressos (G7/G8/G20)	Global e/ou micro-regional	Serviços TV
Eventos económicos especiais	Feiras internacionais especiais (Salão do livro, do automobilismo etc.).	Internacional / nacional	Serviços TV
Eventos culturais especiais	Festivais de cinema, cidades europeias da cultura, mostras de arte.	Internacional / nacional	Serviços TV
Grandes obras	Alexanderplatz (Berlim), Millennium Dome (Londres), Guggenheim (Bilbao), Ponte Vasco da Gama (Lisboa), Waterfronts (Baltimore, Barcelona, Genova)	Impacte nacional e regional	Serviços TV
Eventos religiosos especiais	Jubileu	Global	Serviços TV

Fonte: Adaptado de Guala (2002b)

A proposta de classificação de Guala, embora maioritariamente declinada em comparação a outras propostas, fica sempre ambígua e não consegue restituir aquilo que pode ser o envolvimento ou a extensão territorial de um dado evento. Querendo definir a dimensão de um evento é preciso considerar também os seguintes parâmetros que contém e integram as variáveis já citadas:

- Qualidade e numerosidade dos atores envolvidos na organização;
- Participação de espetadores / atletas / delegações;
- Cobertura mediática;
- Investimentos previstos;
- Impactes e transformações territoriais.

Tabela 6: Características de alguns grandes eventos

Evento	Participação	Stakeholders	Cobertura mediática	Orçamento de partida	Impactes territoriais
Mundial de Futebol	Mais ou menos 1.000 atletas	FIFA, instituições locais, Comité Popular do Mundial	Global	4.000-5.000 milhões de euros	Muito elevados
Jogos Olímpicos	Mais de 10.000 atletas	COI, COM, instituições locais, Comité Olímpico	Global	5.000-6.000 milhões de euros	Muito elevados
G7/G8/G20	Delegações, 5.000 jornalistas	Países membros e entidades locais	Global	70-90 milhões de euros	Médios / baixos
Cidades europeias da cultura	Turistas, jornalistas	União Europeia, entidades locais	Internacional / nacional	60-80 milhões de euros	Médios / elevados
<i>America's Cup</i> de vela	1.000.000 de visitantes	Nações participantes	Internacional / regional	20-30 milhões de euros	Médios / baixos

Fonte: adaptado de Guala (2002b)

Capítulo III – CIDADES, COMPETIVIDADE E TURISMO DE EVENTOS

3.1 A competitividade internacional entre as cidades

Como ponto de partida coloquemos as seguintes questões:

- Uma cidade que não é reconhecida como um destino turístico, como é que enfrenta os processos de reconversão?
- O que uma cidade pode fazer, para reconstruir a sua própria identidade?
- Como se pode mudar a imagem de uma cidade que não é adequadamente percebida?

As respostas a estas perguntas, são justamente os megaeventos. Estes são instrumentos que fomentam a competição internacional de um território e ao mesmo tempo, são indicadores desta competitividade.

Hiller (2000) afirma que os megaeventos são um fenómeno sobretudo urbano e que a globalização e a revitalização económica das cidades foram dois grandes aspetos de atratividade dos mesmos. A globalização e a requalificação económica das cidades constituem ambos elementos responsáveis pela regeneração urbana, e isto está confirmado por vários investigadores e estudos de caso. Por exemplo no passado mais recente, cidades como Sevilha (Expo de 1992), Lisboa (Expo de 1998), Londres (Jogos Olímpicos de 2012) e atualmente Milão (Expo de 2015) e Rio de Janeiro (Olimpíadas de 2016), candidataram-se e acolheram ou irão acolher megaeventos cujo o objetivo principal é a regeneração da própria urbe, ou áreas que antes eram consideradas zonas industriais ou periféricas da cidade.

Contudo, Hiller (2000) afirma que a internacionalização do capital pode desenvolver o megaevento como uma forma de marketing de destino pelos investimentos internos. Está largamente reconhecido que o território e o contexto local são decisivos em termos de força competitiva. É verossímil que também algumas cidades oferecem uma melhor combinação de qualidades para as empresas do que outras. Alguns estudos evidenciam que, em termos puramente económicos, dever-se-ia afirmar que são as empresas que competem, e não tanto as cidades ou as regiões em quanto tais. De outro lado, o contexto económico pode ter um impacte determinante sobre a capacidade das empresas de competir de forma eficaz. A actividade política sobre este contexto poderia ser muito limitada, pois o clima económico responde a aqueles que são os efeitos da concorrência, das mudanças estruturais da economia e dos desenvolvimentos tecnológicos.

Ao nível das regiões ou das áreas urbanas, a força competitiva pode ser vista também em termos de atração de investimentos externos e de crescimento ocupacional. A um certo nível, estes também podem ser, os resultados do sucesso económico de uma cidade, no sentido em que a população, a ocupação e os investimentos tendem a ser atraídos pelas cidades mais competitivas.

Por isso as cidades devem dotar-se de estruturas e infraestruturas que permitam às empresas de ser mais competitivas, e que deixem desfrutar os seus atrativos aos cidadãos em primeiro lugar e aos turistas também. E tudo isto com o objetivo também de favorecer os intercâmbios e as possibilidades de contato para a criação de inovação e de transferência tecnológica. Concomitantemente para alcançar os efeitos desejados, as cidades devem elevar a própria notoriedade e atratividade, sugerindo estilos de vida que respondam às necessidades dos potenciais cidadãos, turistas ou investidores. Neste âmbito, os megaeventos servem justamente para elevar a notoriedade de uma cidade dotando-a de infraestruturas (que a façam ser desejável aos olhos dos cidadãos, turistas ou potenciais investidores); e também para acelerar o processo de transformação urbana com base nos próprios projetos de reestruturação do destino.

Países e cidades, a nível global, competem mais do que nunca, com o objetivo de acolher Mundiais de Futebol, Jogos Olímpicos, Exposições Universais, Festivais culturais, *meetings* políticos globais etc.. Conforme Clark (2008), embora as tecnologias para as interações virtuais estejam largamente difundidas, os encontros de grande escala tornaram-se e continuam a ser amplamente populares. Os destinos, hoje em dia, têm a possibilidade de competir cada vez mais sem intermediários. Além disso, as suas transformações e as possibilidades de desenvolvimento que se obtêm acolhendo os megaeventos encontram um interesse sempre maior. Assim como afirma Guala (2002b), a diversificação de iniciativas de alto nível, desportivas, culturais e artísticas, é muito elevada; a terceirização crescente da economia relança a competição internacional das cidades. É neste quadro competitivo que muitas cidades competem para angariar-se o direito de acolher os megaeventos.

3.2 Os megaeventos: instrumentos competitivos para as cidades

Nos últimos trinta anos assistiu-se a uma mudança da natureza das economias urbanas, em particular na maneira em como as cidades são aproveitadas. As cidades transformaram-se de lugares de produção a ambientes de consumo, de inovação e de novos estilos de vida, assumindo-se como lugares de gestão da produção, o que leva ao aumento do turismo urbano. Por sua vez, isto origina que a cidade esteja predisposta a acolher todos aqueles fluxos ligados a diferentes motivações, como os negócios, a cultura e o lazer. A atividade turística, além de beneficiar-se do marketing territorial, configura-se ela própria como uma ferramenta indispensável de promoção e divulgação de um destino.

As cidades são obrigadas a competir para atrair os consumidores e investidores (que são cada vez mais móveis), sendo que os investimentos externos estão mais relacionados com a imagem que uma cidade sabe comunicar. Os processos estão em rápida evolução a par das dinâmicas e tendências.

Mas se considera-se o território como cerne da competitividade internacional das empresas (que ali residem e operam), quem compete nas diferentes escalas não são os territórios, mas sim as empresas. O aglomerado nas cidades oferece às empresas novas possibilidades de negócios (associadas ao crescimento da densidade urbana). O território de competência conceber-se-ia, como uma série de conexões e de oportunidades ligadas às peculiaridades intrínsecas do mesmo (imagem, infraestrutura, eficiência, contexto político/administrativo, *know-how* etc.).

As cidades hoje em dia são chamadas a responder às diferentes necessidades que provêm dos diferentes atores que habitam, utilizam e consomem as mesmas. Elas devem competir sobre diversos níveis (regional, nacional, internacional e global). Com o intuito de agradar as necessidades dos atores envolvidos e para elas próprias serem competitivas, as cidades precisam muitas vezes de se renovar, encontrando novas soluções urbanas para vencer os desafios vindouros. Tornam-se então ponto estratégico os conceitos como a acessibilidade, a sustentabilidade, a eficiência e a inovação. Um grande número de cidadãos e trabalhadores decidem viver na cidade pela qualidade e quantidade de serviços oferecidos, pela possibilidade de encontrar formas de diversão e lazer, pela capacidade inovadora em vários setores. Tudo isso é verdade, mas existem cidades que melhor satisfazem e sabem satisfazer tais exigências, logo tornam-se mais competitivas.

A competição entre cidades desenrola-se também com o atrair não somente capitais económicos, mas também e sobretudo capital humano e *know how*. Esta tipologia de capital humano, formada por investigadores, cientistas, professores, mas também artesãos e livres profissionais, encontra nas cidades as possibilidades de interação e de intercâmbios de conhecimento, assim como a possibilidade de expressar toda a sua potencialidade inovadora.

Os megaeventos, portanto, podem ser um recurso à disposição das cidades e dos territórios a fim de alcançar muitos dos objetivos que as administrações locais preconizam, tais como: a ampliação das infraestruturas territoriais, o aumento dos padrões qualitativos e ambientais, a melhoria da imagem, o nível de atratividade do destino, a cidade como destino turístico e lugar ideal para a aplicação de investimentos estrangeiros.

Chalkley e Essex (1999) evidenciam o valor dos megaeventos desportivos como estímulo para importantes transformações. Tais mudanças, além de serem necessárias para poder acolher megaeventos, servem também para melhorar as qualidades e as chances de competitividade das empresas locais atraindo novas empresas, devido a melhores condições gerais da situação. As cidades podem trazer uma grande vantagem competitiva em acolher megaeventos, pois estes permitem ter uma enorme visibilidade a nível global. Através desta grande chance de marketing territorial, as cidades podem comunicar os próprios valores, podendo transmitir os próprios recursos em termos ambientais, culturais e urbanísticos.

Os megaeventos, nesta ótica, são utilizados sobretudo como catalizadores dos processos de consenso e de regeneração territorial ao fim de se dotarem de estruturas e infraestruturas necessárias à competição internacional (Essex e Chalckley, 1998).

Em suma, os megaeventos tornam-se instrumentos próprios do marketing territorial de uma cidade, território ou país, criando um vínculo inquebrável entre eles e associando sempre o nome da cidade ou nação com o megaevento e o respetivo ano de realização (ex: Lisboa 1998, África do Sul 2010, Brasil 2014, Milão 2015, Rio de Janeiro 2016).

3.3 O turismo de eventos desportivos

Na definição de evento, frequentemente os autores sublinham a importância turística, ou a capacidade de um evento atrair fluxos turísticos, que estes eventos têm para as cidades ou localidades anfitriãs. Este tipo de pesquisa e os eventos desta tipologia se refazem a aquilo que na literatura anglo-saxónica é chamado por *event tourism*. A diferença, ou a peculiaridade dos eventos turísticos consiste na função e nos objetivos aos quais um evento turístico responde, isto é, “a criação de atrações turísticas, capazes de gerar procura turística ou de satisfazer as necessidades dos visitantes” (Getz, 1991:44). Os outros papéis com fins turísticos que desenvolvem os eventos, são também as suas capacidades de ser “criadores de imagem”, “catalisadores de desenvolvimento” e “mecanismos de controle” (Getz, 1991, pp.44-45).

Na realidade, muitos autores acabam por sublinhar que muitas das tipologias de eventos examinados, criam uma procura turística, ou quanto menos elevam a notoriedade de um destino, colocando as bases para a criação e o aumento dos fluxos turísticos.

A expressão “turismo de eventos” não era muito utilizada até quando em 1987 o Departamento de Turismo e Publicidade da Nova Zelândia (1987) afirmou que o turismo de eventos é um segmento importante e em rápido crescimento no setor do turismo internacional.

Alguns anos depois, Getz (1991) acrescenta que os festivais, as feiras e os eventos no geral, constituem uma alternativa do turismo, que contribui para o desenvolvimento sustentável e melhoria das relações entre os visitantes e a cidade anfitriã. Todavia, o conceito determinante está resumido por Guala (2007), que salienta como tanto os grandes/mega eventos assim como os outros acontecimentos, circuitos e iniciativas, constituem um elemento fundamental para suportar uma eficaz atividade de “*citymarketing*”: Pelo que são capazes de atrair visitantes, contribuem na promoção da imagem da cidade e por último, são capazes de produzir efeitos a longo prazo.

Além disso, de acordo com Matias (2004), o evento envolve um grande número de agentes socioeconómicos, o que dinamiza e incrementa as atividades económicas, ocasionando:

- Aumento de receitas;
- Aumento do número de empregos (formais e informais);
- Criação de novas profissões;
- Aumento dos ganhos vindos de impostos;
- Melhoria na capacidade de mão-de-obra empregada no setor;
- Redistribuição da renda individual, local, regional.

Segundo Tenan (2002), o Turismo de Eventos é uma das atividades socioeconômicas que mais cresce no mundo globalizado. Congressos, convenções, simpósios, feiras, exposições, torneios e competições desportivas, reuniões internacionais etc., fornecem:

- Oportunidades únicas de intercâmbio cultural;
- Crescimento profissional;
- Fomento de novos interesses.

Além disso o turismo de eventos:

- Ajuda a equilibrar oferta e procura, principalmente na época baixa;
- Facilita a previsão da procura e equilibra a qualidade da oferta;
- Direciona menor investimento na promoção do local do que no caso do turismo de lazer;
- Enriquece e privilegia a vida cultural da cidade;
- Fomenta o tempo de permanência na cidade (gastando mais dinheiro que o turista de lazer).

Relativamente ao turismo de eventos desportivos, define-se como todas as atividades ligadas ao desporto que se realizam fora do lugar habitual de residência, (instalações artificiais ou ao ar livre) para praticar uma atividade física ou observar espetáculos desportivos, podendo existir ou não, fins competitivos (Latiesa e Paniza, 2006).

Nos últimos anos, a procura desta modalidade turística tem aumentado consideravelmente em todo o mundo, devido à crescente celebração de eventos desportivos por parte das cidades para atrair turistas (Herstein e Jaffe, 2008). Conforme Herstein e Jaffe (2008:36) “Os turistas desportivos são aquelas pessoas que participam em atividades desportivas durante as suas férias, podendo-se classificar em três categorias:

- a) Participantes do evento: são aquelas pessoas que viajam para participar num evento desportivo organizado;
- b) Espectadores do evento: são os assistentes a um evento desportivo organizado;
- c) Amantes do desporto, que viajam com o fim de participar em desportos auto-organizados”.

Relativamente ao turismo desportivo, da mesma forma, podem distinguir-se cinco tipos de turismo desportivo (Kurtzman e Zauhar, 1997):

- **Cruzeiros:** Que oferecem as atividades desportivas como objetivo principal da viagem ou para partilhar o cruzeiro com celebridades do mundo do desporto.
- **Resorts/Lodges:** Tratam-se de complexos turísticos cuja atração principal é a atividade desportiva, oferecendo outros atrativos recreativos de serviços também.
- **Eventos:** O objetivo dos turistas é ser espetadores de eventos desportivos.
- **Atrações naturais** (rios, lagos, parques, cascatas, montanhas, etc.) ou artificiais (por exemplo, museus sobre o desporto).
- **Tours:** São viagens relacionadas com o desporto onde se podem realizar diversas atividades como a visita a instalações desportivas ou *tours* em bicicletas.

A modalidade turística de eventos desportivos, referida para aquelas atividades ou competições desportivas capazes de atrair um número considerável de visitantes com o objetivo de participar ou assistir como espetadores, tem adquirido uma grande importância para o setor, pois os eventos desportivos têm-se convertido numa importantíssima maneira de atrair milhares de fãs, constituindo na atualidade uma grande oportunidade para os destinos que procuram aumentar seus atrativos, tanto para o número de turistas que atraem como para o seu impacto económico (Delpy, 2003).

Alguns eventos têm a capacidade de atrair um grande número de turistas, assim como o gasto que realizam, daí surge o interesse dos agentes públicos em atraí-los para a sua contribuição atual e potencial no desenvolvimento do turismo. Além disso, o desporto é considerado um setor económico importante a nível individual, organizacional e nacional, sendo importante a sua contribuição na atividade económica e na criação de riqueza. O turismo de eventos desportivos, para se desenvolver não necessita somente de espaços que possibilitem a realização dos eventos, mas também de meios de acolhimento que são a base de sustentação da atividade turística. Podemos concluir que o turismo de eventos desportivos é uma atividade económica muito importante, pois garante a sobrevivência de muitas localidades que vivem do seu acontecimento (Getz, 2003).

Capítulo IV – OS MEGAEVENTOS: IMPACTES E LEGADOS

4.1 Tipologias de megaeventos

As motivações que induzem a organizar um evento podem ser as mais diversas. Neste trabalho procurar-se-á dar uma visão completa sobre algumas tipologias de megaeventos, pelos quais, atualmente, as cidades competem. Quando se fala em megaeventos, são realizadas frequentemente referências aos Mundiais de Futebol (organizados pela FIFA), às Exposições Universais e Internacionais, aos Jogos Olímpicos de Verão e de Inverno, aos Jubileus (e aos outros megaeventos religiosos), aos Grandes Prémios de Formula 1, aos Jogos Pan-americanos, aos Jogos Asiáticos e Africanos, ao *Tour de France*, entre outros.

Os megaeventos parecem ser domínio dos megaeventos desportivos; isto porque, tais eventos resultam ter os maiores impactes sobre os territórios anfitriões e os organizadores e/ou as populações locais esperam no pós-evento um grande número de heranças ou legados positivos. Daí que regra geral, não se citam megaeventos como as *Expos*, as Capitais da Cultura, os Meetings dos G7/G8/G20, as Cimeiras Mundiais sobre o meio ambiente ou sobre outras temáticas de importância internacional.

Os megaeventos tornaram-se de extraordinário interesse não só porque atraem turistas, mas também porque podem deixar heranças, que podem ter um impacte sobre as comunidades anfitriãs mais duradouro que a sua própria duração (Hall, 1997). Sempre Hall (1997) afirma que um megaevento atua como um acelerador da mudança, induzindo as pessoas a trabalhar juntas por um objetivo comum para obter financiamentos adicionais e ver realizados os projetos. Consequentemente e em concomitância desta atenção por parte da sociedade, também os estudiosos e os investigadores deram grande importância ao tema nas suas pesquisas. Interessa aqui sublinhar a grande atenção que os eventos (mas sobretudo os megaeventos) têm suscitado entre as elites das cidades e das nações de hoje em dia. Os megaeventos são vistos como uma enorme oportunidade para atrair recursos, investimentos e a atenção por parte do público (real/virtual ou nacional/internacional).

As diferentes tipologias de megaeventos propostos anteriormente, além de restituir uma visão geral sobre o atual mercado dos eventos, também colocaram em luz, as possibilidades que se oferecem aos territórios para que consigam competir numa escala global e as oportunidades nas diferentes formas e intensidades de incidir sobre o tecido urbano e territorial. Os vários eventos respondem às diferentes ambições e modalidades de organizar o território.

Os megaeventos desportivos como Mundiais de Futebol, Jogos Olímpicos, Jogos Asiáticos, Jogos Africanos, Jogos Pan-americanos, entre outros, dão um destaque às instalações desportivas (novas ou a reabilitar). Todavia, como se viu especialmente para os Mundiais de Futebol e para as Olimpíadas, dado o número de participantes, outras

intervenções de carácter territorial tornam-se necessárias para acolher, da melhor maneira, estas manifestações.

Outros eventos desportivos, como os Grandes Prémios de automobilismo e de motociclismo, que movimentam milhares de milhões de euros (graças aos patrocínios e às marcas automobilísticas), não são muito ligados a uma verdadeira competição, mas respondem principalmente a leis de mercado. Tais eventos de fato são organizados quando um território edifica uma pista de automobilismo ou motociclismo e consegue convencer todos os intervenientes a organizar um grande prémio. As vantagens destes eventos é que o território se dota destas estruturas o que lhe permitem acolher o dito evento, adquirindo uma vantagem competitiva não indiferente, pois o *Grand Prix* na maioria dos casos acontece anualmente. Os benefícios que derivam da repetição de forma cíclica, origina a recuperação mais célere, dos custos associados à construção e manutenção.

Os megaeventos culturais, como por exemplo as Capitais da Cultura ou os Fóruns Universais da Cultura, desejam sobretudo deixar no território, um legado de *facilities* culturais, tais como: centros-congressos, teatros, infraestruturas sociais e infraestruturas culturais. O objetivo que se persegue é aquele de vitalizar os contextos de referência e permitir aos territórios que acolhem o evento, de propor-se a nível internacional com uma oferta cultural agregada, mesmo depois do fim da manifestação. Candidatar-se para um megaevento é muito dispendioso, pelo que os territórios interessados deveriam, antes de começar a trabalhar com qualquer evento, examinar os diferentes níveis organizativos e institucionais, ao fim de garantir-se o suporte político e económico.

Tabela 7: Requisitos necessários básicos para poder acolher um megaevento

Megaevento	Requisitos
Mundiais de Futebol	Pelo menos 10/12 estádios, dos quais 2 com uma capacidade mínima de 80.000 lugares; estruturas recetoras com padrões internacionais
Jogos Olímpicos	Vila Olímpica; <i>mass media</i> ; estruturas desportivas multifuncionais com elevados padrões de qualidade; estádio olímpico com mínimo 100.000 lugares; estruturas recetoras com padrões internacionais
Expo(s) mundiais e universais	Pavilhões expositivos; estandes; estruturas recetoras com padrões internacionais; serviços auxiliares
<i>Grand Prix</i> de Formula 1	Circuito de Formula 1 e serviços auxiliares
Capital da cultura	Estruturas culturais (teatros, cinemas, centros para congressos etc.); reestruturação da cidade
Fórum universal da cultura	Estruturas para congressos; regeneração urbana e dos espaços públicos
Jogos mundiais	Estruturas desportivas multifuncionais com padrões internacionais;
Jogos Pan-americanos / Asiáticos / Africanos	Estruturas desportivas multifuncionais e requalificação urbana

Fonte: elaboração do autor com base em diversas fontes

4.2 A organização de megaeventos e os atores envolvidos

Pela tabela anterior é possível obter uma primeira comparação dos requisitos necessários por alguns megaeventos. Na primeira fase de planeamento e organização de um megaevento é de fundamental importância conhecer já as características dos megaeventos e dos territórios através de um diagnóstico onde identificam-se as envolventes internas e externas (oportunidades, pontos de força mas também ameaças e fraquezas).

De fato, cada megaevento tem em si um caráter com o qual os territórios devem confrontar-se. Nem todos os territórios podem ter a ambição de acolher e organizar todos os megaeventos e nem todos os megaeventos, podem adaptar-se a ser acolhidos em qualquer território. Para a organização de um evento de grande dimensão, é preciso colocar em campo a capacidade de gestão da manifestação, a identificação das vantagens competitivas e os objetivos do turismo de eventos.

Um grande evento é programado como sequência interligada de fases. O grau de empenho dos diversos atores, embora concentrado num âmbito temporal relativamente restrito, resulta ser bem estruturado.

Relativamente à organização do programa de trabalho, pode-se identificar uma fase de conceção e de viabilidade que se conclui com a aprovação do evento. A fase sucessiva de planeamento e execução compreende um plano operativo com a definição dos recursos a usar (homens, máquinas, materiais). Na fase de encerramento, deveriam-se tirar as lições aprendidas por meio duma análise da eficiência do projeto e duma sua eventual revisão, no caso se queira utilizar a experiência por um outro evento. O sistema deve ser continuamente monitorizado através da avaliação da eficácia das políticas e de um continuo controle e adequação das mesmas.

A este propósito Catherwood e Van Kirk (1992), elencaram dez questões que as empresas e as administrações públicas, deveriam colocar-se antes de decidir de organizar um grande evento:

1. A organização do evento é uma boa ideia?
2. Dispõe-se das melhores capacidades de planeamento e de marketing?
3. Opera-se no território certo?
4. Conhecem-se todas as infraestruturas a disposição da comunidade?
5. Pode-se dispor daquelas mais convenientes por um preço que é compatível com o orçamento previsto?
6. Qual é o elemento forte para atrair a atenção da opinião pública?
7. Pode-se ganhar o apoio dos meios de comunicação (mídia)?
8. Qual é a disponibilidade de investimentos na publicidade?
9. É possível encontrar um forte patrocinador; o programa de promoção conseguirá atrair os visitantes?
10. Os critérios de avaliação do sucesso do evento estão colocados corretamente?

Relativamente aos atores envolvidos, é essencialmente importante perceber quais são os diferentes *stakeholders* de interesse que podem entrar em jogo na realização de um megaevento. As cidades, as regiões e os países como entidades institucionais (Estado e Autarquias), são os primeiros a terem que ser consultados para a organização dos megaeventos. No caso específico das competições desportivas é preciso citar as associações desportivas de escala nacional ou internacional (COI, FIFA, UEFA, FIA etc.). Para organizar um megaevento são necessárias estruturas e instalações especializadas. É aqui que entram as sociedades de gestão de empreendimentos. Os residentes e as populações locais, assumem muitas vezes o papel de espetadores não tendo, um papel de decisão. Eles são chamados indiretamente na fase de preparação, mas na maior parte dos casos, só servem para se adquirir dados sobre o consenso para organizar o megaevento e sustentar a candidatura do mesmo (Gursoy e Kendall, 2006). Como também Cashman (2002) salienta, muitas vezes por exemplo, o consenso sobre os Campeonatos Mundiais de Futebol (mas esta consideração abrange também os outros eventos) é fruto de uma construção, sendo as populações locais chamadas somente indiretamente a pronunciar-se sobre a vontade de acolher ou menos um Mundial de Futebol.

Os megaeventos, também mobilizam os representantes, (que frequentemente são chamados a contribuir com investimentos para as suas realizações ou são os próprios promotores), as associações ambientalistas e os consumidores (que desenvolvem um papel de apoio ou de aversão aos megaeventos). Estes últimos também se envolvem na fase de preparação do projeto ou de uma proposta para um megaevento. Outros sujeitos que intervêm (embora não diretamente, na realização de um evento), são os *mass-media*. Eles desenvolvem um papel importante nos diferentes momentos do ciclo de vida de um evento: na sua fase de preparação (onde podem ser de consenso ou, vice-versa podendo focalizar a atenção sobre problemáticas na organização e na predisposição do evento) e em todas as fases da organização de um evento (atraindo a atenção de um público internacional no território onde se está preparando / desenvolvendo ou concluindo, com todas as possíveis consequências positivas ou negativas que podem daí advir, quais valor acrescentado / deterioramento da imagem, notoriedade do destino, maiores ou menores lucros pelos direitos televisivos ligados ao megaevento, entre outros).

Na gestão pós-evento, um grande evento deveria estar inserido nos planos gerais de desenvolvimento, a pesquisa e a avaliação das medidas de planeamento devem ser realizadas antes, mas também depois da realização do mesmo. Um evento deveria ser o objeto de um profundo envolvimento de todos os atores sociais e económicos, sendo necessário providenciar uma programação a longo prazo tanto a nível de perspetiva como de avaliação. Porém, os grandes eventos são carentes de avaliações *ex-post*.

Os balanços finais colocam frequentemente em evidência grandes deficiências, o que dariam asus a polémicas políticas que poderiam reduzir as vantagens eleitorais dos partidos e

das partes sociais que têm promovido o megaevento. Os grandes eventos internacionais, suscitam uma crescente atenção para as transformações de *policy*⁷, isto é, de um diferente plano de atuação das políticas públicas no território. A história recente demonstra que os grandes eventos produzem junto com os benefícios, também malefícios ou prejuízos, que podem ser de natureza ambiental, económica, psicológica e socioterritorial. Estas considerações induzem a uma atenta reflexão sobre a delicada fase da gestão do pós-evento.

4.3 Os impactes dos megaeventos

A procura de eventos globais está em forte crescimento. Este fenómeno em parte pode ser explicado com a maior atenção dos meios de comunicação e dos patrocinadores que tais eventos conseguem gerar. Por outro lado, é possível explicá-lo com as vantagens a nível local e as heranças que podem ser alcançadas pelos territórios que os acolhem (Clark, 2008).

Nos últimos anos, os megaeventos criam oportunidades para dotar as cidades de novos espaços públicos, de novos instrumentos, lançando os processos de requalificação e regeneração dos destinos.

Para acolher os megaeventos são necessários elevados investimentos, para potenciar ou melhorar as infraestruturas da cidade e das instalações desportivas. Tais investimentos ativam uma série de efeitos dos quais podem trazer vantagens pessoas, organizações e empresas privadas. Mas nem sempre quem segura o empenho das despesas é aquele que obtém benefícios. Para a construção das novas estruturas ou para a reestruturação daquelas existentes, necessárias para a realização de um megaevento, por exemplo, serão chamadas empresas de construção privadas que terão um grande lucro; assim como o turismo beneficiará da melhorada imagem do destino; e também a cidade anfitriã beneficiará de transferências adicionais por parte das administrações governamentais. Em todo caso, acolher eventos cria “vencedores” e “perdedores”, o que explica porque raramente os eventos são considerados como “janelas de oportunidades sem oposição” (Preuss e Solberg, 2006; Rubio, 2008).

Entre os impactes positivos dos megaeventos mais citados pelos autores, encontramos: a previsão de um aumento dos fluxos de turistas que vem visitar a cidade anfitriã; os benefícios económicos, comerciais e promocionais; os retornos económicos ligados aos custos de construção das instalações e infraestruturas, como estádios, novas estruturas recetoras e a melhoria da rede de transportes (Hall, 1992). Mas o assunto é complexo, e não sempre um megaevento traz consigo um aumento de tais fluxos ou melhorias que se disseminam por todo o território ou igualmente a toda a população residente.

⁷ Um conjunto de ações desenvolvidas por sujeitos de caráter público e privado, de alguma forma relacionadas a um problema coletivo.

Através da análise da bibliografia que aborda o tema dos impactes dos megaeventos desportivos, evidencia-se que até agora nenhum autor foi capaz de produzir uma análise completa, por exemplo, sobre os reais impactes dos Mundiais de Futebol. A pesquisa deveria ser realizada vários anos antes do Mundial e continuar por vários anos depois do megaevento. Estimar tais impactes requereria um orçamento enorme, que deveria-se adicionar às outras despesas já associadas ao megaevento, e poucos foram até agora dispostos a fazer isso.

4.4 Categorização dos impactes

Os megaeventos são frequentemente chamados e mencionados pela sua capacidade de influenciar as cidades por diversos aspetos. Aos megaeventos são normalmente agregados importantes impactes positivos, cujos efeitos persistem muito além do seu fim. Como se terá maneira de mostrar, os impactes e os seus efeitos positivos não são sempre evidentes. Com base na literatura científica analisada, podem-se identificar diversas tipologias de impactes. Allen *et al.* (2003) e Ritchie (1984:4), propoem uma síntese das várias tipologias de impactes, distinguindo entre:

- 1) Económicos;
- 2) Socioculturais;
- 3) Físicos e ambientais;
- 4) Turísticos e comerciais;
- 5) Psicológicos;
- 6) Políticos e administrativos.

Cashman (2002:5), por outro lado, considera muitos impactes, entre eles:

- Alterações no planeamento da cidade;
- Transformações do ambiente natural e urbano;
- Representação da cidade, da nação e a da sua cultura;
- Melhorias dos transportes aéreos, terrestres e ferroviários;
- Aumento dos custos e dos impostos;
- Mudanças na governança e no processo de decisão pública;
- Inovações na política e nas relações políticas;
- Maior potencial turístico e de empresa;
- Criação de novas instalações desportivas que apresentam uma possível utilização para a comunidade no pós-evento;
- Eventual possibilidade de uma mais ampla consultação, participação e também protesta da comunidade;
- Envolvimento da comunidade como voluntários e colaboradores.

Além disso, para se melhor entender os impactes reais de um megaevento, seria bom distinguir os seus impactes não somente entre aqueles positivos e negativos, mas também com base na sua capacidade de perdurarem no tempo.

Com base nas propostas de Allen *et al.* (2003), de Ritchie (1984) e segundo as sugestões de Cashman (2002) e de Preuss e Solberg (2006), elaborou-se um esquema para classificar os impactes dos megaeventos quanto à sua tipologia e à sua positividade/negatividade.

Tabela 8: Os possíveis impactes positivos/negativos dos megaeventos

Esfera do evento	Impactes positivos	Impactes negativos
Social e cultural	<ul style="list-style-type: none"> - Vivência compartilhada; - Revitalização de tradições; - Fortalecimento do orgulho comunitário; - Legitimações de grupos comunitários; - Aumento da participação da comunidade; - Apresentação de ideias novas e desafiadoras; - Expansão de perspectivas culturais 	<ul style="list-style-type: none"> - Alienação e manipulação da comunidade; - Imagem negativa da comunidade; - Comportamento destrutivo; - Abuso de drogas e álcool; - Desapropriações de moradores; - Perda de conforto
Física e ambiental	<ul style="list-style-type: none"> - Exposição do meio ambiente; - Fornecimento de exemplos para melhores hábitos; - Aumento da consciência ambiental; - Legado de infraestruturas; - Melhoria dos transportes e comunicações; - Transformação e regeneração urbana 	<ul style="list-style-type: none"> - Danos ao meio ambiente; - Diferentes formas e tipos de poluição sonora – perturbação acústica - visual - Engarrafamentos e tráfego; - Destruição do património
Turística	<ul style="list-style-type: none"> - Promoção do destino; - Incremento do turismo; - Aumento do tempo de permanência; - Maior lucratividade; - Geração de empregos; - Aumento da renda de impostos 	<ul style="list-style-type: none"> - Resistência da comunidade ao turismo; - Perda de autenticidade; - Danos à reputação; - Exploração; - Preços inflacionados; - Custos de operacionalidade
Económica	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento das atividades econômicas; - Criação de emprego; - Aumento da oferta de trabalho; - Aumento do teor de vida 	<ul style="list-style-type: none"> - Elevados custos para a segurança; - Aumento das dívidas; - Aumento dos impostos; - Aumento dos preços durante o evento; - Capital insuficiente e estimativa inadequada dos custos do evento; - Especulação imobiliária; - Falta de atração dos turistas; - Investimentos alternativos possíveis
Psicológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento do orgulho local e do espírito de comunidade; - Maior consciência das percepções dos visitantes; - Atmosfera festiva e alegre durante o evento 	<ul style="list-style-type: none"> - Tendência a atitudes defensivas relativas à região anfitriã; - <i>shock</i> cultural; - mal-entendidos com visitantes; - hostilidade - Tendência a atitudes defensivas relativas à região anfitriã.

Fonte: adaptado pelo autor de Ritchie (1984); Cashman (2002); Allen *et al.* (2003); Preuss e Solberg (2006)

Estudos conduzidos sobre possíveis impactes dos Mundiais de Futebol e dos Jogos Olímpicos relativamente ao crescimento económico de uma localidade ou nação que acolhe tais eventos, enfatizam que estas manifestações podem dar uma contribuição ao crescimento das atividades locais. Em particular evidencia-se que os megaeventos desportivos incidem sobre o aumento do rendimento individual da população residente. Relativamente aos Jogos Olímpicos, existe uma mais elevada concentração dos investimentos, enquanto pelo que concerne os Mundiais de Futebol, as intervenções previstas são deslocadas entre as diferentes cidades-sede.

Todavia, diversos autores propõem um balanço bastante cético sobre os custos e os benefícios que seguem a um megaevento e afirmam que é discutível que os megaeventos produzam de verdade tais efeitos e que de qualquer modo são de difícil medição.

Essex e Chalkley (2004) também se interrogaram se as instalações desportivas e as infraestruturas de apoio aos eventos podem ser positivas ou negativas para o território anfitrião, no momento em que estas intervenções não foram previstas e nem constituíam uma prioridade para o território. De fato, por um lado, heranças como o crescimento económico, o aumento dos fluxos turísticos, as melhorias dos serviços de transporte, culturais e ambientais e o maior prestígio a nível mundial, são positivas, por outro lado o impacto gerado pela construção de instalações desportivas e de novas estruturas, pode ser menos útil ou totalmente negativo, no momento em que se pode verificar a deslocação da população residente (nas zonas de intervenção), desperdícios de investimentos, desvios de verba e de recursos, e a necessidade de dever enfrentar as dívidas geradas.

Relacionado com a questão das remoções (as vezes forçadas) dos moradores, existe o problema chamado de “gentrificação” ou enobrecimento de áreas urbanas do território interessado, que aumenta deste modo situações de desvantagem e de exclusão social, até atrair imagem negativa para a cidade anfitriã.

Introduzindo o aspeto económico, podemos ver como no fim dos anos '70 parecia que os Jogos Olímpicos levavam uma cidade à ruína em termos financeiros. Esta visão, mudou radicalmente quando Los Angeles 1984 declarou oficialmente um aumento das receitas devido às Olimpíadas. Depois de Los Angeles 1984, o número de cidades que candidataram-se para as Olimpíadas Invernais aumentou e ficou igual a aquele das Olimpíadas de Verão. Um aumento foi igualmente registado, em particular depois, nos Jogos de Seul de 1988 e especialmente aqueles de Barcelona de 1992, demonstraram que uma cidade pode sensivelmente incrementar as próprias receitas acolhendo este tipo de evento.

Em termos macroeconómicos os grandes eventos podem ser vistos como um momento no qual a cidade (ou a região) atraem investimentos e estabelecem novas relações comerciais; alguns benefícios diretos são representados pelo incremento do número de turistas e da ocupação local.

Naturalmente é importante estudar a herança económica dos grandes eventos, mesmo para estabelecer quais possam ser as consequências positivas com carácter permanente: por exemplo, o incremento estável do turismo e a presença de novas estruturas hoteleiras cria empregos permanentes; a gestão das estruturas realizadas que, se não utilizadas, não favorecem a ocupação a longo prazo. Este elemento, muito importante, é confirmado pela análise comparativa que colocou em evidência como os eventos de importância global sejam a faísca do desenvolvimento económico das cidades anfitriãs. Em alguns casos, o evento fechou as contas com um lucro notável como no caso das Olimpíadas de Salt Lake City. Mas, em

outros casos mais infelizes, foi necessário pagar as dívidas contratadas na organização do evento, como para o Mundial de Futebol da África do Sul em 2010 (Cottle, 2011).

Em termos gerais, relativamente aos impactes urbanos é possível afirmar que um dos motivos pelos quais nos últimos anos se assistiu a um crescimento de interesse por parte das cidades para acolher grandes manifestações internacionais, é em boa parte representado pela possibilidade de intervir de maneira significativa no território, com intervenções de carácter extraordinário que por empenho económico e, sobretudo, através de obras urbanísticas, não poderiam ser realizadas em tão pouco tempo se não fosse pelo megaevento.

A candidatura para acolher um Mundial de Futebol tem que definir determinadas estratégias de planeamento urbano através objetivos em parte guiados pelos pedidos da FIFA (2009).

Devem ser previstas obrigatoriamente intervenções relativas a:

- Centro desportivo e alojamento dos atletas, vila dos *mass media*;
- Centro mídia, televisão, imprensa, internet, estruturas de acolhimento para os jornalistas;
- Sistema de transportes públicos a nível local, regional, nacional;
- Sistema de mobilidade, do transporte privado, dos estacionamento de intercâmbio;
- Estruturas desportivas, infraestruturas dedicadas ao evento;
- Rios, mar, baías, áreas verdes, e parques;
- Estruturas recetoras;
- Centros congressos;
- Estruturas para o lazer e o tempo livre, que completam o sistema de acolhimento dos visitantes.

Atualmente no dossiê de candidatura, segundo a FIFA (2009) devem ser pontualmente indicados:

- O sistema das águas, a tutela do ar e a questão do lixo;
- O uso de material ecológico, biodegradável para a construção das estruturas;
- A procura e o emprego de novas fontes de energia.

Independentemente das diversas necessidades de estruturas numa perspectiva de longo prazo, uma boa parte do sucesso de um grande evento requer condições específicas; todas as estruturas dedicadas ao evento, que permanecem depois da manifestação, podem mudar a qualidade dos “fatores de posição” em sentido positivo ou negativo. Cada cidade tem uma diferente qualidade de “fatores de posição” e, portanto, constitui um lugar mais ou menos atraente para viver, trabalhar, passar o tempo livre, acolher feiras e congressos ou eventos desportivos. As grandes cidades competem para atrair atividades económicas e investimentos;

a questão que se põe é: De que maneira e em que medida os megaeventos conseguem desenvolver fatores de localização que contribuam para melhorar a posição de uma cidade na competição global, tornando-a mais atrativa? Segundo muitos estudiosos, isto é possível sobretudo inserindo estrategicamente o evento num processo de desenvolvimento mais amplo e articulado, que arranque antes e continue a viver também depois do próprio evento.

Preuss (2007a) sistematizou o processo que leva ao planeamento de uma herança pós-evento. A estratégia para construir a herança de um grande evento começa com a decisão de acolher um evento específico; os grandes eventos diferenciam-se em termos de estruturas necessárias e estruturas que podem oferecer. A estratégia concentra-se nas estruturas suplementares e cria as bases para a herança a longo prazo. Durante o processo de candidatura, algumas estruturas são necessárias e obrigatórias, outras são opcionais. Graças às medidas opcionais, a cidade propõe-se nesta fase estar melhor posicionada em relação à oferta da concorrência. Na fase de preparação do evento realizam-se as medidas obrigatórias; as medidas opcionais podem ser integradas para melhorar os fatores localizados. Durante o evento todas as “estruturas evento” são presentes e ativas. Depois do evento algumas destas estruturas podem desaparecer ou perder de intensidade e importância, e aparecem outras que, tomando o exemplo e relacionando-se com a fase anterior, permanecem a longo prazo também na fase pós-evento.

O evento começa e derivam investimentos antecipados; contextualmente os investimentos principais geram outros investimentos definidos auxiliares. Existem diferentes círculos virtuosos que têm impacto sobre a indústria local e sobre as infraestruturas. Na fase pós-evento, se planeada corretamente, podem determinar-se contingências positivas para a economia local. Mas é oportuno considerar que os impactos sobre a economia local, a curto prazo, ou seja, durante e após o evento, são as bases para resultados que podem ter efeitos a longo prazo e podem ser permanentes. Todavia estes efeitos não são automáticos; se a relação entre as novas infraestruturas e a indústria local é débil, se a procura da indústria e o sistema de competências são fracos, dificilmente poderão determinar-se efeitos positivos a longo prazo.

Segundo a arquiteta e docente da Universidade de São Paulo (USP), Raquel Rolnik (2009)⁸, até os anos '30 do século XX, as Olimpíadas e os outros eventos desportivos internacionais tinham deixado poucas marcas na paisagem urbana. Em 1932 a cidade de Los Angeles soube aproveitar dos Jogos Olímpicos para relançar a economia local. Foi construída a primeira vila olímpica, cujas casas eram concebidas como habitações permanentes. Nos anos '70 a relação entre organização de eventos desportivos internacionais e o planeamento urbano tornou-se mais evidente.

⁸ Documento da relatora especial ONU para um alojamento sustentável, Raquel Rolnik, 18 Dezembro 2009.

Com a construção de instalações desportivas nos bairros centrais tentou-se dar um novo dinamismo para as cidades. A partir dos anos '80, o Comité Internacional Olímpico e a FIFA começaram a associar progressivamente o setor privado à promoção dos Jogos e dos Mundiais de Futebol e a uma melhoria da imagem de uma cidade como parte de uma economia globalizada. Com as Olimpíadas de Barcelona em 1992, esta tendência pegou definitivamente forma. O objetivo era duplo: modernizar as infraestruturas e promover uma nova cara da cidade, privilegiando a arquitetura inovadora e de inspiração internacional.

Hoje em dia estas duas tendências ainda são predominantes, embora em medida diferente dependendo dos países.

As mais importantes transformações a longo prazo que caracterizam uma cidade anfitriã, são a construção ou a reestruturação/requalificação de estruturas e arenas multifuncionais, de sistemas de transporte e outras infraestruturas relacionadas com elas (gestão e aprovisionamento hídrico, distribuição, electricidade, redes de telecomunicações, entre outros).

Estas transformações a longo prazo podem assumir formas permanentes: melhoria das capacidades dos aeroportos, novas linhas ferroviárias e sistemas de transporte público, espaços que podem ser reutilizados (congressos e seminários) e melhoria das estruturas receptoras.

Estes elementos representam um legado significativo para a vida quotidiana das cidades anfitriãs, mas também para o turismo a vários níveis, aumentando os padrões infraestruturais a um nível adequado para um turismo de nível internacional (Rolnik, 2009).

Barcelona 1992 deixou como herança um novo passeio marítimo, um comprimento de 5,2 km de costa que foi transformado e que hoje oferece para os turistas e residentes diversas oportunidades para o tempo livre e o lazer. Análoga intervenção sobre o *waterfront* foi feita por Lisboa para a Expo de 1998; esta manifestação forneceu a oportunidade de recuperar 800 hectares há tempo abandonados. De Sevilha 1992 e Sydney 2000 até chegar a Milão 2015, muitas cidades localizaram o megaevento em zonas críticas, tanto para favorecer uma regeneração urbana que dificilmente teria-se realizado sem a oportunidade dos megaeventos.

Na realidade, esta escolha não sempre resolveu-se de maneira positiva: no caso de Sevilha a herança não foi planeada, as infraestruturas e as construções realizadas não foram suficientes a gerar em automático novos fluxos de utentes. Este caso foi estudado a nível mundial para entender quais efeitos positivos de um evento podem nascer depois de um específico trabalho de planeamento e recupero. No caso de Sydney 2000 também, o parque apresenta diversos problemas: sendo localizado fora do contexto citadino, não apresenta elementos de atração tais para atrair habitantes e turistas e, portanto, não é considerado particularmente utilizável pela cidade.

Em termos de benefícios sociais, acolher um grande evento pode representar uma oportunidade única para melhorar as capacidades organizativas, mas também de projeção da inteira comunidade anfitriã. Estar ao centro do mundo durante algumas semanas e organizar uma manifestação de sucesso pode constituir uma oportunidade para promover desenvolvimentos tecnológicos, criatividades e habilidades das empresas locais, talentos específicos (Preuss 2002, 2004, 2006b). A população que acolhe um grande evento, encontra-se a enfrentar novos conhecimentos e a acolher competências específicas: organizadores, dependentes e voluntários trazem novas competências na fase organizativa, no setor das construções, na gestão dos recursos humanos, na gestão da segurança, na hospitalidade, na interação com turistas e pessoas de outras culturas e no planeamento geral dos serviços.

Difundem-se informações e conhecimentos relativos aos projetos de recuperação ambiental e em mérito a temas importantes como a sustentabilidade. A fase preparatória contribui para acrescentar a cultura e o conhecimento dos cidadãos relativos à própria cidade, cultura e tradições. Mesmo no plano político, os grandes eventos podem ter impactes positivos; as Olimpíadas de Seul 1988 colocaram a Coreia na cena internacional e melhoraram a sua posição entre os países asiáticos. Os Jogos Olímpicos de Pequim 2008 tiveram um papel importante na abertura da China para práticas internacionalmente aceites, em diferentes âmbitos: os procedimentos de candidatura para os vários projetos infraestruturais, a aplicação de leis e regulamentos, a protecção da propriedade intelectual, a difusão de sistemas para a avaliação ambiental. A nível local, os grandes eventos podem determinar novas formas de participação público/privado para levar ao fim os projetos e acelerar as decisões de investimento público; um dos benefícios mais importantes para a Grécia, consequentes aos últimos Jogos Olímpicos de Atenas, é representado pela determinação de formas de cooperação entre autoridades públicas e empresas privadas, sem precedentes. Mas é oportuno relevar que existem diversos riscos e que fica difícil estabelecer se um projeto alternativo pode levar a ter maiores benefícios para a cidade e/ou uma distribuição socialmente mais equilibrada.

Ao nível ambiental, embora os megaeventos impliquem muitas pressões sobre o ambiente devido ao aumento inevitável do tráfego, dos consumos hídricos e da produção de lixo, podem determinar benefícios ambientais. Frequentemente, a necessidade de enfrentar circunstâncias excepcionais em termos de fluxo de tráfego, pessoas, mercadorias e de respeitar certos equilíbrios em termos de qualidade-tempos-custos, leva a novos padrões no processo construtivo, no emprego de fontes energéticas renováveis, inovações em tecnologias mais limpas e de menor impacte, melhoria na gestão das águas, nos sistemas de gestão de lixo e nos programas de educação ambiental.

Ao nível dos impactes psicológicos, através dos grandes eventos as organizações políticas e governativas tentam transmitir uma imagem unitária do sistema cidade/nação, para ganhar prestígio a nível internacional. Todos os cidadãos sentem-se envolvidos emotivamente

e as empresas privadas têm a oportunidade de mostrar-se no mercado internacional. O orgulho de acolher uma grande manifestação internacional contribui geralmente a incrementar nos cidadãos o sentimento de “pertencer”, de “fazer parte” e de identificação; sentimento que orienta a coletividade a trabalhar na mesma direção para alcançar um objetivo comum.

O anúncio da manifestação leva para um intenso programa de investimentos antecipados. Diretamente ou indiretamente, o próprio anúncio torna-se catalisador de eventos auxiliares que tornam-se promotores de ulteriores investimentos.

Em alguns casos, a uma imagem positiva a nível mundial, corresponde localmente uma imagem negativa: isto pode acontecer quando os programas para a realização das novas estruturas comportam remoções e/ou deslocações, pelo qual a comunidade local pode perceber o evento como causa da perda do próprio ambiente social. Diversos estudos têm demonstrado como acolher um grande evento desportivo, em particular os Campeonatos Mundiais de Futebol e os Jogos Olímpicos, possa criar um entusiasmo e orgulho na comunidade local, dando a impressão de unidade e coesão que permite superar conflitos ideológicos e sociais (Preuss 2006b *apud* Rubio 2008).

Um dos aspetos mais significativos na escolha de acolher um grande evento por parte das cidades é representado da ocasião única de reposicionamento da cidade e do inteiro país na cena mundial. Normalmente os grandes eventos geram uma imagem positiva e atraente. É verdade também que esta sorte depende em boa medida dos média e não é totalmente controlável pelos organizadores; fatores externos negativos como os ataques terroristas, presença de adeptos violentos, manifestações de protestas, carências organizativas, ou simplesmente o mau tempo, podem influenciar a imagem da cidade anfitriã.

O sucesso de um grande evento necessita da colaboração entre organizadores, comités internacionais, organismos de controle, *mass-media*, política nacional e administração pública local. A interação entre estes sujeitos leva à geração de verdadeiras “redes” a nível internacional. Geralmente os eventos trazem benefícios justamente porque permitem melhorar estas relações e incrementam as formas de colaboração entre os protagonistas da política, além de promover novas parcerias económicas.

Estas redes são muito importantes para valorizar a imagem que se cria, através do megaevento: uma cidade que acolhe o Mundial de Futebol é percebida no mundo com uma imagem de afiliação ao desporto; uma cidade que acolhe um evento dedicado à tecnologia se promoverá como líder naquele setor. Existe também um sistema de “redes” em níveis inferiores: programas específicos de formação nas escolas, pequenas manifestações temáticas, a difusão da imagem em todos os níveis.

Há alguns anos cresceu a difusão e o peso que os especialistas em marketing territorial atribuem aos grandes eventos como instrumento para relançar a imagem de um território, a

atenção dos estudiosos endereçou-se em tentar perceber o que acontece depois do desenvolvimento de um grande evento. O conceito de herança de um grande evento ou de uma manifestação (que muitas vezes trazem consigo efeitos permanentes), torna-se um conceito de primária importância.

Os Mundiais de Futebol junto com os Jogos Olímpicos são considerados na literatura os megaeventos por excelência; são considerados também como as mais importantes ocasiões para atrair investimentos, gerar obras públicas, iniciativas privadas relacionadas com eles, e uma forma para comunicar globalmente a cidade.

Mesmo o ciclo de vida dos Mundiais de Futebol e dos Jogos Olímpicos é notável: começa 7/8 anos antes da inauguração com a apuração da candidatura e termina 6/7 anos depois da cerimônia de encerramento. Confrontar diferentes megaeventos e os efeitos gerados por eles é complexo, pois cada manifestação é única e irrepetível, embora os procedimentos de candidatura e as linhas guias pela gestão-desenvolvimento do evento seguem padrões muito rígidos que devem ser respeitados, existem manuais que definem os critérios pela preparação dos dossiês de candidatura, a estrutura das obras, a hospitalidade da família “Mundial”, as exigências dos mídia, a gestão dos patrocinadores. Os eventos parecem seguir uma aparente uniformidade, na realidade muitas são as variáveis que determinam situações e efeitos muito diferentes.

Com base nas experiências observadas, é possível portanto identificar alguns temas-chave que caracterizam um megaevento e que portanto podem representar um denominador comum para tentar antecipar/prever as heranças de uma grande manifestação: o desenvolvimento económico; a regeneração urbana; as infraestruturas, os serviços, a logística; os investimentos e o marketing do território; a legitimação política a nível internacional; o desenvolvimento de competências, *know how* e educação; o impacto ambiental; a segurança; as trocas culturais; o aumento da autoestima da população local bem como outros impactos intangíveis.

4.5 O impacto dos megaeventos no turismo

Os megaeventos, caracterizam-se por terem sobretudo efeitos e impactos no âmbito turístico de um destino. Getz (1997; 2005) sublinha que um número crescente de destinos turísticos compete atingindo mercados específicos de interesse para obter vantagens e alcançar objetivos económicos, ambientais e socio-territoriais.

O turismo, do seu lado, configura-se como um fenómeno global e um setor estratégico de grande potencial. Na década passada, as estimativas relatam um número total de chegadas internacionais acerca de 880 milhões com uma contribuição para o PIB dos diferentes países do mundo acerca de 10% (INE, 2009). Segundo o relatório sobre o turismo mundial, divulgado pela Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2012 *apud* Uvinha, 2013), em 2011, as receitas geradas a nível internacional com o turismo chegaram a US\$ 1,030 bilhões, acima dos

US\$ 927 bilhões registados em 2010. Estes dados representam um crescimento real de 3,9%, mesmo em tempos de crise económica e financeira internacional.

Neste âmbito, os eventos e sobretudo, os megaeventos turísticos, desenvolvem ou podem desenvolver diversos papéis relativamente à cidade anfitriã, em particular, em termos de elevação da imagem do destino turístico.

A interação entre os possíveis sujeitos, envolvidos na organização de um evento turístico e as relações que intercorrem entre eles são representados na seguinte tabela.

Tabela 9: Interesses dos vários *stakeholders* num evento turístico

Interesses dos vários <i>stakeholders</i>	
Interesses dos organizadores, dos governos e das instituições locais	<ul style="list-style-type: none"> - Desenvolvimento - Objetivos específicos - Oferecer serviços - Fazer negócios - Lucros - Contribuir para a expansão e conquistas de mercados
Interesses e Benefícios dos turistas / hospedes e dos outros consumidores do evento	<ul style="list-style-type: none"> - Prazer e Lazer - Formação/Conhecimento - Socialização - Realização de aspirações - Serviços
Interesses dos parceiros e patrocinadores	<ul style="list-style-type: none"> - Atingir o público-alvo desejado - Divulgar a marca - Promover/Oferecer seus produtos/serviços - Marketing - Potenciar as vendas
Interesses da comunidade local	Legados e significados sociais, territoriais, psicológicos e culturais

Fonte: Adaptado de Getz (1997), Pedro *et al.* (2005)

Getz (1997) repropõe também uma síntese dos papéis que os eventos, com base também nas suas naturezas, podem desenvolver com a cidade anfitriã no destino turístico. Em particular distingue entre evento como:

- Atração turística;
- Catalisador;
- Marketing territorial e imagem do destino.

Os eventos podem configurar-se como atrações turísticas, com base nas diferentes motivações que induzem a organiza-los. Estes suscitam ou respondem às necessidades de um público que pode ser mais ou menos amplo. Trata-se deste modo de ir ao encontro e de fazer emergir a procura de necessidades que ainda não foram manifestadas.

Além disso, se os megaeventos se dirigem a um público internacional, (levando ao aumento dos valores de dinheiro gastos num destino pelos estrangeiros, podendo fazer aumentar a permanência no destino), também é verdade que muitos eventos respondem às necessidades dos moradores, tendo o efeito de fazê-los ficar no destino, ao invés de os incitar a viajar. Assim sendo, os eventos podem ser o suporte às estratégias de mitigar a sazonalidade dos fluxos, atraindo mais turistas quando a procura turística é menos elevada. Por outro lado, organizar eventos na época baixa pode encorajar a imagem de um destino, ao indicar que se adapta a todos os períodos do ano; ou poderá mesmo ir ao encontro dos pedidos dos residentes, em encontrar locais de lazer e diversão num período do ano em que têm poucas outras possibilidades. Nesta época recolher e pedir financiamentos pode ser mais fácil daí adiante. Todavia os eventos podem não só dar contribuições positivas ao turismo, mas eles próprios podem ser a causa de efeitos nefastos não desejados ou não programados. Em particular, relativamente ao comportamento não somente dos turistas mas também dos moradores. Nem todos os cidadãos de uma cidade ou bairro são atraídos pelos eventos e pelas grandes celebrações, deve-se para o efeito, considerar que os efeitos previstos ou esperados possam não realizar-se completamente.

Na seguinte tabela adaptada de Preuss (2002), é possível perceber os comportamentos dos possíveis turistas e ainda mais dos moradores da cidade anfitriã, especialmente em relação ao Mundial de Futebol (mas válidos para qualquer megaevento), que podem ser vários e podem ser distintos em pelo menos oito grupos, dos quais cinco respondentes aos potenciais turistas e três aos moradores.

Tabela 10: Atitudes de turistas e moradores numa cidade-sede durante o evento

<i>Home Stayers</i>	Moradores que escolhem de ficar e gastar dinheiro na cidade em lugar de viajar para outro lugar
<i>Runaways</i>	Moradores que deixam a cidade e viajam para outro destino
<i>Changers</i>	Moradores que deixam a cidade e tiram férias no período do evento
<i>Casuals</i>	Turistas que teriam visitado a cidade mesmo sem o evento
<i>Time Switchers</i>	Turistas que querem visitar a cidade mas em outro momento
<i>Avoiders</i>	Turistas que teriam visitado a cidade se não tivesse o evento
<i>Extensioners</i>	Turistas que teriam vindo na mesma e que prolongaram a estada por causa do evento
<i>Event tourists</i>	Turistas que visitam a cidade anfitriã justamente para assistir ao evento

Fonte: adaptado de Preuss (2002)

Preuss (2002) caracteriza os comportamentos dos residentes e dos potenciais turistas com base na sua atitude de aceitação, partilha, apego ou negação do evento e afirma que muitas vezes, nas estimativas apresentadas pelos organizadores de eventos, algumas destas categorias não são tomadas em consideração, falsando assim o resultado final das mesmas. O

mesmo autor sublinha que frequentemente os efeitos turísticos positivos ligados a um megaevento (Mundial de Futebol), obtém-se depois do fim do próprio evento graças à maior notoriedade do destino. Se é verdade que os megaeventos podem trazer maiores fluxos de turistas para a cidade anfitriã, incluindo jogadores, jornalistas, dirigentes e delegações desportivas. Também se deve considerar uma migração igual e contrária de cidadãos que fogem da cidade em questão naquele período, ou de potenciais turistas que desistem ou mudam as suas férias para outro lugar.

Os sistemas com os quais um megaevento influencia o território de referência e produz impactes no desenvolvimento de fluxos turísticos, podem ser muito diferentes e mudar de um evento para outro. Ao analisar a literatura dos principais investigadores internacionais sobre as várias tipologias de impactes, a curto e a longo prazo, que um megaevento pode ter sobre uma localidade turística, indicam-se os seguintes impactes a curto prazo, em particular:

- 1) O aumento da participação turística;
- 2) A melhoria da qualidade dos serviços e das infraestruturas;
- 3) Uma maior cobertura e visibilidade por parte dos meios de comunicação;
- 4) O aumento da população turística;
- 5) O incremento dos benefícios para a comunidade local.

A análise e medição dos impactes dos megaeventos sobre uma localidade turística, é de fundamental relevância para a implementação de uma estratégia de marketing que atue sobre a satisfação tanto da população local como dos visitantes, para gerar um futuro efeito positivo de passa-palavra, que continue a aumentar a visibilidade e a melhoria do perfil turístico, incrementando as viagens para o destino e a satisfação dos turistas. Conclui-se que os megaeventos são de fundamental importância na estratégia de revitalização de um destino turístico, permitindo ao setor turístico local de alcançar um novo potencial competitivo e à população residente de regenerar-se.

Nos parágrafos que seguem sintetizam-se as consequências e os êxitos mais comuns nas cidades e nos territórios que acolhem megaeventos, considerando em maneira particular a fase “pós-evento”, indicando os efeitos mais significativos a longo prazo.

4.6 Os legados dos megaeventos

O termo “legado” deriva do latim “*legatus*” e, segundo De Carvalho (2013), pode ser utilizado em muitas circunstâncias, pois o seu significado é muito amplo e abrange diversos âmbitos, desde a economia, passando pela arquitetura e urbanística, até chegar à área jurídica onde esta expressão designa um patrimônio deixado em testamento.

Os legados dos megaeventos, sejam sociais, culturais, ambientais, políticos, económicos ou desportivos, são o que mais atrai as elites políticas e os investidores, embora estes legados façam parte das famosas incógnitas dos megaeventos.

Os legados positivos são necessários tanto para as organizações desportivas internacionais como para os territórios que acolhem os eventos, e estes últimos em particular para justificar os ingentes investimentos necessários para organizar os eventos (Preuss, 2007a). Contudo, o que é sempre enfatizado nos dossiês de candidatura é a vantagem para as cidades e as comunidades locais, a necessidade e a importância de acolher um megaevento para a elevação do nível de dotação de serviços e de infraestruturas, como se não fosse possível fazê-lo sem acolher tais eventos.

Estes efeitos duram mais tempo comparados com o próprio evento e podem ser a curto ou a longo prazo, assim como os investimentos financeiros, os investimentos em infraestruturas, a melhoria da produtividade local, a publicidade pela cidade ou pelo país como destino turístico. O objetivo das cidades anfitriãs é obter heranças positivas; este aspeto é importante para as administrações locais, mas também para os organismos internacionais que organizam o evento.

A herança é positiva, essencialmente por três motivos:

- 1) Se for demonstrado que o evento foi um bem para a cidade anfitriã;
- 2) Uso correto dos financiamentos para as infraestruturas, que têm uma data limite dentro da qual devem ser realizadas;
- 3) Pode representar a melhor motivação por outras cidades/territórios para a candidatura em outros eventos.

Mas quais são os efeitos mais recorrentes, isto é, as heranças de um grande evento e os impactes que as grandes manifestações podem ter sobre cidades e territórios anfitriões? A literatura dos últimos anos permite identificar alguns dos efeitos que podem-se encontrar depois dos eventos.

Clark (2008) citando a Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico (OCDE), define legado como os benefícios que podem ser económicos, sociais e ambientais, como também urbanísticos e psicológicos. Segue um elenco dos benefícios segundo o autor:

- Económico, social e melhorias ambientais;
- Estruturas físicas e infraestruturas;
- *Brand*, imagem, reputação e identidade;
- Os resultados positivos que verificam-se antes, durante e depois do evento, ou simplesmente para ter participado ao processo de candidatura para o evento;
- Efeitos multiplicadores mais amplos, que verificam-se como consequência de benefícios diretos;
- Evolução cívica, institucional, de governo, confiança em si mesmos, e outros progressos relacionados que podem verificar-se.

Conforme afirma Cashman (2005:15) relativamente aos Jogos Olímpicos:

“O termo legado todavia, é fugaz, problemático e também perigoso por uma série de motivos. Quando o termo é usado pelos comités organizadores, presume-se que isso seja totalmente positivo e que não exista neste contexto um legado negativo. Em segundo lugar, normalmente acredita-se que os benefícios dos legados cheguem a uma comunidade no fim dos Jogos, como se naturalmente fosse um problema [...]. Em terceiro lugar, muitas vezes presume-se que os legados sejam auto-evidentes, assim que não existe a necessidade de definir de que se trate com precisão”.

Cashman (2005) observa que os estudos preliminares de um evento e/ou os dossiês para as candidaturas, normalmente concentram-se somente sobre três possíveis legados (planeados, positivos e tangíveis), embora tem que se dizer que uma grande importância é reconhecida também para aqueles planeados, positivos e imateriais, como a criação ou a renovação da imagem da cidade ou da região, o aumento da autoestima da população anfitriã, mas sobretudo nos estudos efetuados depois da realização de um evento.

Também Preuss (2006b:3) concorda com Cashman afirmando que “uma definição geral de legado deve ser independente dos exemplos qualitativos”. Portanto é possível individuar pelo menos três dimensões que nos permitam definir os legados de um evento:

1. O tipo de planeamento;
2. O efeito positivo ou negativo;
3. O nível de tangibilidade

Preuss (2006b:2) afirma que “na literatura é possível encontrar uma imensa variedade dos chamados legados”. Ele fala nomeadamente dos grandes eventos desportivos, mas as suas reflexões podem ser apropriadas também para outras tipologias de eventos.

Uma outra definição geral de legado é nos oferecida por Hall (2006:59) que define as heranças sociais, económicas e físicas aquilo que um megaevento pode deixar atrás de si e que “terá um impacte sobre a comunidade de acolhimento por um período muito superior comparado com aquilo onde o evento teve lugar”.

Como alguns exemplos veja-se o seguinte que mostra os possíveis legados de um evento, distinguindo-os entre tangíveis e intangíveis, planeados e não planeados, positivos e negativos.

Tabela 11: Possíveis legados positivos/negativos e tangíveis/intangíveis de um megaevento

Tipo de legado	Legado positivo previsto	Legado negativo não previsto
Legado tangível	<ul style="list-style-type: none"> - Infraestruturas genéricas; - Regeneração urbana; - Novas sedes para eventos; <ul style="list-style-type: none"> - Aumento do turismo; - Mais ocupação; - Melhores condições ambientais; <ul style="list-style-type: none"> - Receitas para o estado - Cooperação inter-regional: -Reposicionamento de empresas 	<ul style="list-style-type: none"> - Endividamento do setor público; - Investimentos em estruturas não necessárias; <ul style="list-style-type: none"> - Aumento dos aluguéis; - Diminuição dos visitantes; - Aumento da ocupação somente temporário e das atividades económicas; - Aumento dos impostos - Elevados custos de construção
Legado intangível	<ul style="list-style-type: none"> - Reputação internacional; - Experiência e <i>know how</i>; - Marketing da cidade; - Imagem, <i>brand</i>, identidade - Renovação do espírito da comunidade; - Produção de valores culturais <ul style="list-style-type: none"> - Produção de ideias; - Oportunidades para as empresas locais; <ul style="list-style-type: none"> - Memória popular; - Educação e conhecimento 	<ul style="list-style-type: none"> - Imagem negativa; - Problemas ligados à multidão temporânea de pessoas; - Perda de outras oportunidades de investimento; - Injustiças sociais e remoções - Problemas ligados à multidão temporânea de pessoas

Fonte: Adaptado de Cashman (2005) e Preuss (2006b)

Deste modo os legados podem ser definidos como “as estruturas planeadas e não planeadas, positivas e negativas, materiais e imateriais que foram ou serão criadas através de um [...] evento e que permanecem depois do fim do próprio evento” (Preuss, 2006b:3).

Os meios de comunicação de massa e a opinião pública frequentemente não consideram em modo positivo os megaeventos, como é evidenciado por Hall (2006), que relata como os megaeventos (sobretudo os desportivos, como os Mundiais de Futebol e os Jogos Olímpicos), estão ligados a uma enorme despesa pública, à construção de estruturas e infraestruturas, à reestruturação e às estratégias de regeneração urbana que podem ter efeitos indesejados a longo prazo para os operadores públicos, embora podem ser significativas as vantagens a curto prazo para alguns interesses empresariais.

Confrontando os resultados dos recentes megaeventos desportivos na África do Sul e no Brasil, evidencia-se o impacte social que eles geraram sobretudo quando a herança das instalações desportivas são de valor discutível para os residentes com baixo rendimento. Alguns investigadores consideram que os megaeventos sejam utilizados, especialmente nos países em atraso económico, para obter um melhor posicionamento internacional da cidade ou do destino e cujos benefícios são somente a favor da elite corporativa local.

Uma das questões principais que relaciona-se aos legados é a gestão das estruturas e das infraestruturas no pós-evento. Geralmente as instalações desportivas e as outras estruturas necessárias para um evento são construídas para responder a uma elevada procura temporária, mas quando o evento termina, frequentemente, estas estruturas são raramente utilizáveis. É sobretudo o caso de alguns estádios que possuem uma grande capacidade de assentos mas que, infelizmente, não é suportada pela afluência de público durante os campeonatos desportivos locais e que tornam-se, utilizando expressões que hoje em dia são muito comuns, “elefantes brancos” ou “catedrais no deserto”. Estes legados, deveriam persistir para satisfazer as economias locais e para beneficiar a procura ainda não concentrada.

Embora as heranças sejam por vezes planeadas e idealizadas com as melhores finalidades, tais intervenções poderiam, de todas as formas, ter um efeito negativo em termos de erradicação social e económica, de falta de infraestruturas necessárias, invés de inutilizadas e subutilizadas. Como amplamente discutido, um megaevento pode elevar o nível de dotação dos serviços ou das infraestruturas. Isto pode evidentemente acontecer num país desenvolvido onde existe uma elevada e sempre crescente procura de serviços e infraestruturas.

Mesmo assim nos perguntamos: qual seria o efeito de um megaevento acolhido num país em atraso económico, onde não existe uma procura bastante desenvolvida que requer tal quantidade e qualidade de infraestruturas e serviços? E, se os níveis dos serviços, ou a capacidade das estruturas que são calculadas para o período de maior afluência do megaevento, resultem ser bem a mais das necessidades da cidade, quais poderiam ser as consequências?

Certamente deverão enfrentar-se custos maiores de sustentação, ou poderia-se escolher, como no caso dos estádios, de diminuir os assentos, reduzindo a capacidade dos espetadores, assim como aconteceu para a Arena Corinthians em São Paulo depois do Mundial FIFA Brasil 2014 que atualmente tem capacidade para 48 mil lugares mas que durante o Mundial foram 68 mil, graças à colocação de 20 mil assentos removíveis.

Considera-se portanto não completamente justificada a necessidade de gastar grandes valores de dinheiro para a construção de uma obra sobre-dimensionada e depois ter que empregar outros recursos para render economicamente sustentável o uso depois do evento.

Os megaeventos deveriam ter benefícios a longo prazo para a cidade anfitriã. Porém, as consequências podem ser avaliadas somente depois do evento em termos reais e frequentemente em contradição com as otimísticas previsões dos governos e dos organizadores. Como viu-se, os benefícios e os efeitos positivos esperados não sempre verificam-se e os impactes previstos não produzem os resultados que são sempre desejados.

Tabela 12: O legado visível/invisível e a curto prazo/a longo prazo

Visível a curto prazo	Visível a longo prazo
Sucesso desportivo; Desenvolvimento comunitário; Empregos relacionados com o evento; Pré-eventos; Direitos dos média; Merchandising; Patrocinadores; Marketing; Vendas de ingressos, Loterias; Doações; Lucros em aplicações; Subsídios públicos/Taxas; Transportes e Aluguéis; Construções temporárias; Remoções; Eventos de cerimónias; Segurança; Seguros; Administração e Relações Públicas; Voluntariado; Saúde; Custos Médicos; Eventos de teste, Acomodações; Mídia e TIC's.	Legado desportivo; Regeneração comunitária; Empregos não relacionados com o evento; Habitações adicionais; Lazer e Instalações desportivas; Espaços de convenções /exibições/escritórios; Infraestrutura de telecomunicações, infraestrutura de transporte; Meio ambiente (parques, espaços, água, ar, ecologia); Turismo; Serviços públicos (educação, saúde, segurança etc.); Empregos; Organização de Voluntários; Aumento do custo de vida (imóveis, aluguéis etc.).
Invisível a curto prazo	Invisível a longo prazo
Marca / Imagem-Cidade / Região; Abordagem "Poder fazer" e "Não poder fazer"; Mensagem "política"; Deslocamento de recursos destinados a outros usos; Deslocamento de outros recursos em procura – "Troca de gastos".	Desaparecimento de empregos relacionados com o evento; Conhecimento e habilidades retidas; Valores de voluntários mantidos; Orgulho Nacional / Imagem / Marca; "Efeitos de deslocamento" estruturais.

Fonte: Adaptado de Allen *et al.* (2003), Cashman (2005), Preuss (2006b)

4.7 Aspetos sociais dos megaeventos desportivos – Benefícios para quem?

Já se verificou a atenção na classificação dos impactes e dos legados em relação à sua duração no tempo, aos interesses dos vários *stakeholders*, ao seu nível de tangibilidade e aos seus possíveis efeitos positivos e negativos. Observou-se que os legados previstos muitas vezes não se realizam ou realizam-se em parte ou no pior, têm efeitos negativos.

Diversos autores investigaram sobre os impactes da construção ou da renovação dos estádios com o objetivo de acolher um megaevento desportivo. Baade e Dye (1990), por exemplo, depois de terem analisado os possíveis erros de avaliação de tais impactes, afirmam que a presença de um estádio novo ou reestruturado tem um impacte inseguro sobre os níveis de atividade económica e possivelmente negativo sobre o desenvolvimento local regional. Os autores acham que as subvenções para a construção de um novo estádio poderiam prejudicar o desenvolvimento local com a criação de empregos com baixa remuneração salarial e temporários. Os mesmos autores, advertem, sobretudo aqueles que acham que um estádio possa ter um impacte positivo, que é fundamental avaliar a fundo os impactes económicos diretos e indiretos, pois a construção de um estádio é frequentemente justificada pela contribuição económica material dos cidadãos, mesmo sem negar a possibilidade que existam benefícios externos imateriais, derivados do orgulho cívico ou da identificação psicológica com o megaevento desportivo.

Vários economistas (que estudam o impacte dos megaeventos sobre as economias locais), muitas vezes sugerem que os estudos prévios de impactes económicos tendem a sofrer de algumas importantes carências teóricas que colocam em dúvida o cuidado de tais estimativas.

Conforme sugerem Preuss & Solberg (2006), é preciso prestar muita atenção aos aspectos sociais de um megaevento em que os moradores detêm um papel fundamental durante todo o processo. Tais aspectos são estudados principalmente pela pesquisa acadêmica e se diferem dos impactes económicos que se resumem principalmente numa série de dados estatísticos divulgados pelos governos, pelas organizações desportivas e pelos organizadores do evento. Analisar os impactes dos megaeventos a nível social é complexo, pois apresentam muitas características, são flexíveis e diretamente relacionados com a realidade local do território anfitrião. Logo não é possível identificar os legados sociais dos megaeventos como unívocos e *standard*.

Como afirma Rose (2002), os megaeventos são únicos em relação à localização onde eles acontecem e avaliar os seus impactes a longo prazo constitui uma ação cheia de incertezas e variáveis subjetivas. Vários tipos de megaeventos (Mundial de Futebol, Olimpíadas etc.) podem determinar diversos impactes cada vez que são realizados e dependendo da sua cidade-sede e do seu público-alvo (Preuss, 2007a). De fato, as cidades são diferentes entre elas e algumas devem melhorar as próprias infraestruturas, a habilidade dos recursos humanos, a responsabilidade social e adequar-se aos padrões das instituições desportivas organizadoras para poder acolher um megaevento. Além disso, a percepção do legado de um megaevento pode variar também em relação às diferentes classes sociais. Segundo Preuss (2007a), é preciso perceber que um legado pode ser considerado positivo para as classes mais ricas (como por exemplo a especulação imobiliária) mas ao mesmo tempo pode resultar negativo para as camadas mais pobres da sociedade (no caso de expropriações de terrenos). Preuss & Solberg (2006) identificam seis grupos que podem beneficiar-se diretamente dos megaeventos:

- 1) Membros das organizações desportivas (dependendo do tipo de megaevento pode ser COI, FIFA etc.);
- 2) Governos locais;
- 3) Políticos da cidade-sede;
- 4) Indústrias empreiteiras locais/regionais;
- 5) Redes de televisão;
- 6) Parte da população local.

Da análise deste último grupo (que representa o foco principal deste trabalho), muitos dos residentes locais obtêm benefícios pela melhoria do comércio, melhoria das infraestruturas e dos outros aspectos de localização e, de consequência, do aumento da visibilidade e da imagem da cidade. Tudo isto gera também um aumento da renda e dos empregos adicionais em todas as cidades-sede.

A maioria dos efeitos negativos reflete maior impactes sobretudo nas classes sociais mais baixas. As implicações sociais negativas relacionam-se principalmente com os problemas de residência, que segundo Preuss (2007a) podem resumir-se em três aspetos fundamentais:

- Transformação de espaços públicos em espaços privados;
- Deslocamento de uma vizinhança;
- Enobrecimento das cidades.

Segue uma tabela com alguns exemplos de legados sociais negativos relativamente aos Jogos Olímpicos passados pelas cidades organizadoras:

Tabela 13: Exemplos de legados sociais negativos pelas cidades-sede

CIDADE ANFITRIÃ	PROBLEMAS SOCIAIS E CONFLITOS
Seul 1988	Cerca de 720.000 pessoas deslocadas (9% da população); aumento dos preços dos imóveis; transformações na regulação urbana por causa das infraestruturas para os Jogos.
Barcelona 1992	Aumento de 150% nos custos de alojamento (pessoas com baixa renda tiveram que deixar a cidade); transformações na regulação urbana por causa das infraestruturas para os Jogos.
Atlanta 1996	Cerca de 9.000 notificações de detenções dos sem-teto (higienização urbana); cerca de 30.000 deslocados; gentrificação.
Sydney 2000	Remoções, deslocações e gentrificação.
Atenas 2004	Remoções de centenas de comunidades rom.
Pequim 2008	Mais de 1.25 milhões de pessoas foram desalojadas.
Vancouver 2010	Criminalização e remoção dos sem-teto.
London 2012	Aumento dos valores do mercado imobiliário; assédio aos trabalhadores; incremento da securatização e da militarização dos espaços públicos.

Fonte: Adaptado de Cohre (2007a) e Rolnik (2009)

As argumentações sobre prováveis benefícios e malefícios que derivam dos megaeventos, é a consciência que os grandes investimentos, necessários para a realização dos megaeventos, nem sempre produzem os efeitos sociais desejados. Tudo isto sugere algumas importantes reflexões críticas. Questionamo-nos se é realmente oportuno por parte das entidades locais e nacionais de investir grandes valores de dinheiro público num megaevento como um Mundial de Futebol, no momento em que parte da população, está desempregada e que as cidades estão a necessitar de melhorias no saneamento básico, na segurança, na saúde, na educação e melhores condições de habitação.

Certamente que os beneficiários diretos dos megaeventos são um grupo de pessoas que vão desde as empresas de construção, engenheiros, arquitetos, passando pelas empresas de segurança, aos meios de comunicação, até todos os profissionais envolvidos na promoção da economia que rodeia cada megaevento como o Mundial de Futebol (publicidade, marketing, relações públicas, etc.), sem esquecer as grandes multinacionais (muita das vezes ligadas à FIFA como a Coca Cola, a Visa, o McDonald's etc.), as agências de desenvolvimento do

território, as empresas imobiliárias e também todos os que possam trazer vantagem pelo aumento do mercado imobiliário. Porém é importante evidenciar que muitos cidadãos com rendimentos baixos, não poderiam beneficiar de nenhum modo de tudo aquilo que concerne um megaevento, e que poderiam na realidade ser prejudicados pelos mercados imobiliários com o aumento dos preços de compra/aluguer dos imóveis. Existem muitas problemáticas que poderiam relacionar-se com aquelas classes sociais cuja qualidade da vida depende diretamente do correto funcionamento dos serviços públicos. Tais faixas sofreriam uma redução do seu nível de bem-estar no momento em que os serviços aos quais está relacionada a própria qualidade de vida sejam cortados ao fim de poder pagar as instalações ou as infraestruturas necessárias à realização de um megaevento. Considerando a sua importância, estes eventos dirigem-se essencialmente a uma classe média/alta e, para o processo de “higienização” urbana e de desapropriação que produz nas áreas interessadas pelas intervenções de requalificação urbana, os megaeventos correm o risco de ter como contrapartida um processo de desenvolvimento, que pode ser desequilibrado. O nível dos desequilíbrios territoriais e sociais poderia aumentar, pois ampliar-se-iam os benefícios das classes médias e altas, face a quedas negativas sobre as faixas mais baixas.

Isto verificar-se-ia porque nas áreas mais degradadas, objeto das intervenções previstas, residem geralmente os sujeitos com mais desvantagens que podiam ser, por exemplo, obrigados a transferir-se no momento da construção das instalações desportivas, sem poder sucessivamente voltar por causa dos aumentos dos preços das habitações, ou porque depois anos do afastamento dos lugares considerados conhecidos, não se reconheceriam ou não sentiriam mais de pertencer a aquele lugar.

Relativamente à temática das expropriações, muito interessantes são as deduções e os dados fornecidos por Cohre (2007a, p. 21-25) depois de pesquisas efectuadas sobre os Jogos Olímpicos:

“Our research shows that little has changed since 1988 when 720,000 people were forcibly displaced in Seoul, South Korea, in preparation for the Summer Olympic Games. It is shocking and entirely unacceptable that 1.25 million people have already been displaced in Beijing, in preparation for the 2008 Games, in flagrant violation of their right to adequate housing. These figures show the extent to which mega-events, such as the Olympic Games, can often leave a negative housing legacy for the local population. (...) The negative housing impacts that are often inflicted on communities and individuals before, during and after mega-events, are not simply undesirable side-effects. In many instances, they constitute egregious violations of international human rights law, in particular the right to adequate housing. This is in complete contradiction to the spirit and ideals of the Olympic Movement, which aims to foster peace, solidarity and respect for universal fundamental principles.”

As problemáticas relativas ao uso das estruturas e das instalações desportivas após o fim dos eventos, será mais aprofundada no caso de estudo de São Paulo/Itaquera, onde se pretende focar a atenção sobre os riscos que podem ocorrer quando se tenta cumprir os requisitos dos megaeventos sem que exista a real possibilidade de poder usufruir em pleno depois do evento. Existem muitas nações que acolheram megaeventos futebolísticos e que não possuíam uma grande tradição no futebol e/ou um campeonato nacional suficiente para utilizar sempre os estádios. É o caso do novo estádio nacional de Maputo em Moçambique. Construído por um grupo chinês e finalizado em 2010, o estádio que tem capacidade para 42 mil lugares e possui uma média de público irrisória, como menos de duzentos espectadores na final do Moçambola 2012, campeonato da liga principal de futebol moçambicano. Assim como o caso da África do Sul depois do Mundial de Futebol de 2010 (Cottle, 2011).

Segundo Rubio (2008), o lado pior de um megaevento desportivo são os grandes projetos estruturantes, que para sua atuação desapropriam e deslocam a população local, especialmente em espaços que se situam nas áreas mais pobres, provocando uma valorização económica da área e levando à perda de seu ambiente social. De acordo com o Plano Diretor Municipal (PDM), o mercado imobiliário identifica para o governo onde e como tais projetos devem intervir na estrutura urbana de uma cidade. Como efeitos há o aumento da renda da terra urbana das zonas de interesse do mercado imobiliário, o que gera conflitos e desigualdades sociais.

Para Mendes (2011:478), este processo chamado também de gentrificação, provoca a constituição de uma nova classe média. Segundo o autor “tal processo contextualiza-se no seio de uma ampla recomposição sociodemográfica, traduzindo-se na constituição de uma suposta ‘nova classe média’ que se diferencia da classe média tradicional”. Conforme Mendes (2011), a gentrificação compreende:

- 1) Reorganização da geografia urbana com a substituição de um grupo por outro;
- 2) Reordenamento espacial de indivíduos com determinados estilos de vida e características culturais;
- 3) Transformação do ambiente construído com a criação de novos serviços e requalificação residencial que pressupõe melhorias;
- 4) Mudança de leis de zoneamento que permita um aumento no valor dos imóveis, aumento da densidade populacional e uma alteração no perfil socioeconómico .

De fato, como notado também por Hiller (2000), a oposição aos megaeventos realiza-se frequentemente em relação com a percepção de prioridades mal colocadas e com um enorme desinteresse para os mais débeis (que são prejudicados pela maior importância conferida ao megaevento).

4.8 Megaeventos e países emergentes

Se tais problemáticas estão presentes nos países com uma economia mais avançada, logo mais dúvidas terão os países em atraso económico que, como se falou, aproximam-se sempre mais no cenário internacional propondo-se como localidades onde desenvolver eventos de escala internacional e global. Já foi evidenciado que um determinado número de países emergentes estão em constante elaboração de propostas para acolher os megaeventos.

Os países em via de desenvolvimento perseguiram agressivamente a esperança de poder acolher eventos desportivos internacionais, como os Mundiais de Futebol e os Jogos Olímpicos. Pelo que se coloca a questão, quais são ou podem ser os impactes dos megaeventos num país em atraso económico? Embora as diferenças essenciais entre acolher os megaeventos nos países desenvolvidos e aqueles em atraso económico ainda não foram totalmente avaliadas, o que ainda requer algumas reflexões.

Se um dado país compete somente com o fim de adquirir um melhor posicionamento internacional e colocar-se no cenário global, sem fazer as contas com as próprias questões internas, corre o risco não só de não receber os retornos esperados pela organização do evento, como também acentuar os desequilíbrios internos, tendo transferido fundos necessários para questões mais importantes, sobre obras não necessárias e não queridas.

Os possíveis resultados depois da conclusão do evento poderiam ser de encontrar-se a ter que pagar as dívidas contraídas para a construção das estruturas ou das instalações desportivas; sustentar os elevados custos de manutenção e gestão de instalações, que não são ou não podem nem sequer ser utilizadas pelos locais; ter aumentado as disparidades sociais e económicas da própria nação ou cidade. As cidades que têm acolhido um megaevento demonstram que tais eventos têm sido mais ou menos limitados às cidades dos países desenvolvidos por causa dos custos, das exigências infraestruturais e das necessidades de estabilidade política (Cottle, 2011).

As *Expo(s)*, por exemplo, tiveram origem depois da revolução industrial que tornou a Europa antes, e depois os Estados Unidos, os destinos principais para estes megaeventos (Hiller, 2000). A maior parte dos megaeventos alternaram-se entre Europa, América do Norte, Coreia, Japão e Austrália. Por outro lado outras nações pertencentes à Ásia, América Central e do Sul, África, Oriente Médio e à Europa Oriental não acolheram megaeventos, ou não receberam altas pontuações em ocasião de candidaturas para os mesmos. Mas hoje em dia, este cenário está a mudar e as nações dos países emergentes estão aproximando-se sempre mais.

Em 2008 os Jogos Olímpicos foram conferidos a Pequim; em 2010 os Campeonatos do Mundo de Futebol desenvolveram-se na África do Sul; a Rússia acolheu os mais recentes Jogos Olímpicos de Inverno em Sochi e acolherá o próximo Mundial de Futebol em 2018; o Brasil realizou o último Mundial de 2014 e acolherá os próximos Jogos Olímpicos de Verão em

2016 na cidade do Rio de Janeiro. Os exemplos citados são todos de países que pertencem aos chamados BRICS (Brasil, Rússia, Índia, China e *South Africa*) e considerados países emergentes.

No caso das candidaturas para as Olimpíadas de 2004, Hiller (2000) refere que um certo número de concorrentes foram algumas cidades “emergentes” como Buenos Aires, Rio de Janeiro, Istambul e Cidade do Cabo. A candidatura de Cidade do Cabo evidenciou claramente o objetivo através do megaevento de alcançar um desenvolvimento humano maior. O dossiê de candidatura esclarecia, também, que cada aspeto do processo deveria contribuir para o aumento da qualidade de vida da população da cidade, enfatizando as condições precárias da população local. O escopo era também aquele de usar o megaevento para auxiliar no processo de transformação da cidade sul-africana, para alcançar uma coesão social depois das desigualdades criadas pelo *apartheid*, colocando atenção como nenhum outro evento possível à regeneração da cidade.

Entretanto, é importante reconhecer como evidencia o próprio Hiller (2000), que as Olimpíadas e os Mundiais de Futebol, não podem ser considerados projetos para o desenvolvimento humano, no sentido que estes eventos, mesmo funcionando como instrumento para o desenvolvimento de um território, não têm o objetivo de reduzir os desequilíbrios económicos e sociais. Os requisitos que preconizam são privilégios para os patrocinadores enquanto para os seus habitantes não, o que representa uma contradição em termos de desenvolvimento social e humano igualitário. O objetivo primário que o megaevento desportivo responde não é o desenvolvimento, mas o desporto e o comércio.

Hiller (2000) sublinha ainda que o conceito de desenvolvimento humano, neste caso, servia às classes mais ricas da África do Sul para ter a ocasião de afirmar e oferecer uma nova imagem do país ao mundo, sinalando a sua entrada na economia internacional depois anos de sanções económicas e políticas, mas também para justificar a participação a um evento deste tamanho. Os Jogos Olímpicos tornavam-se, no caso da Cidade do Cabo, um símbolo do crescimento económico através da implementação de investimentos e a criação de empregos; mas isto ficou somente um sonho que só realizou-se em parte durante o Mundial da África do Sul de 2010.

A diferença mais importante entre os países desenvolvidos e os países emergentes ou em via de desenvolvimento é o custo para a construção de infraestruturas públicas. Os benefícios dos investimentos infraestruturais necessários para os megaeventos dependem da real utilidade e uso após o fim do evento.

Portanto, muitos projetos relativos também à mobilidade urbana e à sustentabilidade ambiental podem certamente fornecer benefícios sociais, sobretudo se as infraestruturas podem ser utilizadas depois do evento.

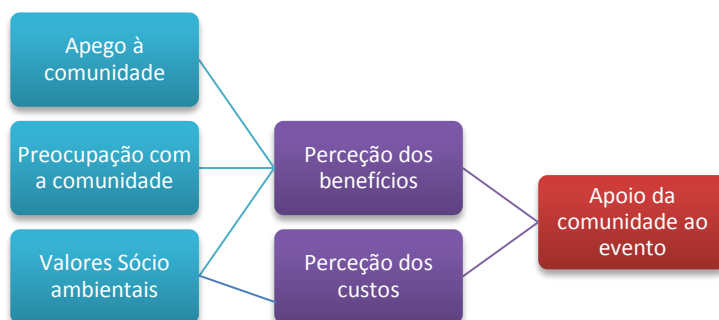
4.9 A análise da percepção dos moradores sobre turismo e megaeventos

Compreender a percepção dos moradores autóctones sobre um megaevento representa um aspeto fundamental, sendo a comunidade local diretamente afetada pelo megaevento. Isto torna-se mais importante ainda quando analisa-se um território com uma estrutura social bastante instável como o Brasil e que nos últimos anos está a efetuar consideráveis investimentos através dos megaeventos desportivos.

Ao acolher um megaevento, estrutura-se uma reação por parte dos moradores que estão diretamente ou indiretamente influenciados nesta dinâmica positiva ou negativa. Deste modo, perceber as reações torna-se um elemento chave para o sucesso do megaevento e para o planeamento e a organização de eventuais eventos futuros. O acolhimento e a hospitalidade dos moradores representa um aspeto essencial também para a imagem turística que possui uma cidade (Alegre, J. e Garau, J. 2010; Marreiro, C. M. e Marques Jr, S. 2011 *apud* Milito 2013). De fato, segundo a literatura, os moradores constituem os principais atores envolvidos nesta dinâmica e os seus interesses têm que ser salvaguardados para evitar problemas e conflitos que possam de qualquer forma comprometer o sucesso do megaevento (Currie, R. R., Seaton, S. e Wesley, F., 2009; Dredge, D., 2010 *apud* Milito 2013). Os impactes sobre a percepção da comunidade local constituem um argumento muito discutido por diferentes autores da área do turismo e dos eventos. Autores como Krippendorf (2003) indicam o turismo de eventos como modificador do território e tal transformação pode alimentar a antipatia dos moradores por ver seu habitat alterado, de forma contrária ao seu gosto, além da impressão de ser invadidos por visitantes, turistas e pessoas de outros lugares. Segundo o mesmo autor, organizar um megaevento num país que apresenta enormes desigualdades e problemas sociais pode representar um risco muito elevado para os investimentos no turismo, os quais precisam de uma imagem positiva que deriva principalmente da hospitalidade da comunidade local.

Para aprofundar o ponto de vista dos moradores existem muitas metodologias, mas as mais eficazes são a Etnografia e a *Social Exchange Theory* (SET), sendo a primeira de carácter qualitativo e a segunda principalmente quantitativa. Com a Etnografia pode-se conhecer uma determinada população através das ferramentas da observação direta e participante, onde o relacionamento humano e social é mais profundo. Mas a SET representa a teoria standard neste tipo de pesquisas sociais para entender a percepção do morador face ao megaevento e ao turismo. O principal autor que utiliza esta teoria é Gursoy (2006), o qual detem também o maior número de publicações sobre este tema. Um dos seus principais trabalhos "*Hosting megaevents: Modeling Locals*" indica justamente a SET como modelo teórico para analisar a percepção dos moradores e o relativo apoio aos megaeventos.

Figura 3: Modelo de análise para megaeventos proposto por Gursoy (2006)



Fonte: Adaptado de Gursoy (2006) *apud* Milito (2013)

No modelo anterior, constata-se que é fundamental que a comunidade local perceba os tipos e a dimensão de benefícios que pode obter, bem como os custos do mesmo. Por outro lado, todos os *stakeholders* e os atores envolvidos no planeamento e na organização do evento devem considerar como fatores essenciais:

- 1) O apego do evento à comunidade local;
- 2) A preocupação com a comunidade local;
- 3) Os valores socioambientais e socioterritoriais dos moradores.

Sem uma consideração profunda destes três aspetos torna-se muito difícil obter uma percepção positiva dos moradores sobre o evento e o mesmo pode resultar num fracasso.

Gursoy e Kendall (2006) aplicaram este modelo realizando um estudo sobre as percepções dos residentes de Salt Lake City durante os Jogos Olímpicos de Inverno de 2002. Os autores individuaram cinco aspetos afetivos: o nível de preocupação dos moradores, o apego à comunidade, os benefícios percebidos, o conhecimento dos custos e os valores ecológicos.

Como sublinha também Díaz Armas (2010), durante os últimos anos tornou-se muito comum analisar a percepção que os moradores têm sobre a atividade turística, Pearce (1998) afirma que a sustentabilidade do turismo de um destino depende principalmente da interação que os moradores têm com os próprios turistas. Quando esta interação não acontece, o morador não se envolve na indústria e reduzem-se as iniciativas inovadoras e empreendedoras, tornando a relação entre morador/turista num fator negativo.

Gursoy *et al.* (2002) destacam claramente que o apoio da comunidade local é fundamental para o desenvolvimento de um destino turístico, porque quem financia parte da infraestrutura que é necessária através do pagamento dos impostos é a população acolhedora, constituindo uma componente essencial para o sucesso do turismo e do megaevento.

Também Presenza, Sheehan e Ritchie (2005), seguindo esta dinâmica de pensamento, realizaram várias pesquisas apontando os moradores como sujeitos que possuem um elevado potencial de ameaça para o destino turístico, considerando que uma predisposição negativa dos mesmos poderia afetar diretamente a experiência dos turistas. Por esta razão, conhecer o ponto de vista dos moradores é de uma importância estratégica na hora de planejar, desenvolver e aplicar um plano estratégico de uma localidade turística (Díaz Armas 2010).

Como afirma também Duclos Bastias (2012), os governos têm a obrigação moral de não afetar com as decisões que tomam à comunidade que representam. De fato, se o morador perceber que como efeitos dos impactos turísticos, a sua qualidade de vida piorou, isto pode afetar a sua relação com os turistas, reduzir o seu apoio para o turismo e até realizar manifestações de protesta que colocam em risco o sucesso da atividade, assim como aconteceu no Brasil durante a Taça das Confederações da FIFA de 2013 e logo antes do Mundial de Futebol da FIFA de 2014.

É necessário considerar que os impactos gerados pelo turismo numa determinada comunidade, sejam eles positivos ou negativos, tangíveis ou intangíveis, envolvem diferentes âmbitos como o económico, social, territorial, ambiental e cultural que são assimilados de forma diferente dependendo de cada grupo da mesma comunidade. Estes grupos apresentam interesses comuns e outros divergentes.

Segundo Díaz Armas (2010), a dimensão económica é a causa principal das atitudes positivas nos moradores, possuindo duas dimensões: uma virada para o desenvolvimento e outra negativa. Esta última dimensão negativa deriva de um desenvolvimento descontrolado, com uma planificação inexistente ou ineficaz, a qual acaba produzindo custos adicionais para a população. Nas dimensões social e cultural acontecem casos positivos em que, graças ao interesse dos turistas, os moradores recuperam e revalorizam parte das suas tradições e, as vezes, até adquirem alguns hábitos dos turistas.

Autores como Ohmann, Jones e Wilkes (2006), analisaram a percepção dos moradores de Munique durante o Mundial de Futebol da Alemanha em 2006. A comunidade local apreciou a infraestrutura turística e desportiva, em particular a construção do estádio Allianz Arena. Por outro lado, a qualidade de vida dos moradores melhorou temporariamente graças à permissão de manter os bares abertos durante todas as noites do evento. Porém, entre os aspetos negativos evidenciaram o aumento dos crimes e dos roubos durante todo o período do Mundial, mas para o 80% dos cidadãos isto não foi um aspeto que derivou diretamente do megaevento.

Capítulo V – CASO DE ESTUDO

5.1 Os Mundiais de Futebol

O Mundial de Futebol é considerado o torneio máximo de futebol e surgiu em 1930 por uma ideia do dirigente desportivo Jules Rimet. Este evento organizado pela FIFA realiza-se de quatro em quatro anos. Esta organização detêm o maior número de nações aderentes comparativamente com o Comité Olímpico Internacional (COI) e a Organização das Nações Unidas (ONU).

De 1930 até 1970 os vencedores eram premiados com a Taça Rimet. Inicialmente este troféu era conhecido como a Taça da Vitória, mas em 1946 foi renomeada com o nome do presidente da FIFA Jules Rimet, que teve a ideia de organizar o primeiro campeonato do mundo. Em 1970 o Brasil ganhou pela terceira vez o torneio e como estabelecido pelo regulamento, foi-lhe permitido ter a posse do troféu. Infelizmente a taça foi roubada em 1983 e nunca mais foi encontrada. Depois de 1970 foi instituído o novo troféu para substituir a Taça Rimet, a Copa do Mundo FIFA. Até o ano 2006 os vencedores da taça ficavam com ela até a edição sucessiva mas, desde 2006, a FIFA decidiu de mudar o regulamento entregando a taça original somente para o momento da premiação e para as duas horas sucessivas. Desde a primeira edição até hoje, o Brasil é a seleção que ganhou o troféu pelo maior número de vezes (5); a seguir vem a Itália e a Alemanha com quatro, a Argentina e o Uruguai com duas, França, Inglaterra e Espanha com uma (FIFA, 2015).

A organização dos recentes campeonatos do mundo de futebol é atribuída a um país durante os congressos da FIFA. As candidaturas para os Campeonatos Mundiais de Futebol são complexas e os países competem por tal evento, pois é uma extraordinária oportunidade de desenvolvimento, na medida em que os benefícios infraestruturais associados ao acolher os Mundiais de Futebol, são considerados êxitos e heranças tangíveis a longo prazo. Os Mundiais de Futebol da FIFA sempre foram conferidos com base nas candidaturas provenientes dos vários países aderentes às respetivas confederações continentais. A escolha da nação organizadora sempre foi objeto de controvérsias, particularmente entre Europa e América do Sul, os dois centros de poder do futebol mundial. A decisão de jogar o primeiro Mundial no Uruguai, por exemplo, permitiu somente a quatro seleções europeias de participar. Os dois mundiais sucessivos foram disputados na Europa. A escolha da França para a edição de 1938 foi muito criticada porque as nações sul-americanas estavam convencidas que devia valer o princípio da alternância entre os dois continentes. De fato Argentina e Uruguai, como forma de protesto, não participaram no torneio. Depois de 1958, para evitar polémicas, a organização da manifestação alternou-se entre América e Europa, seguindo este método até 1998. Em 2002 o torneio, foi o primeiro a ser acolhido na Ásia e o único com mais de um país anfitrião, aconteceu de fato no Japão e na Coreia do Sul (FIFA, 2015). Em 2010 a África do Sul tornou-se a primeira nação africana a acolher o megaevento.

Depois da escolha do Mundial de 2006, que foi conferido à Alemanha pela diferença de um voto, a FIFA decidiu adotar uma nova política para determinar quais continentes iriam acolher as futuras edições. As seis confederações votariam para propor candidaturas, numa específica edição. Este sistema foi utilizado somente para a escolha dos Mundiais de 2010 e de 2014, aberto respetivamente somente aos membros da Confederação Africana de Futebol (CAF) e da Confederação Sul-americana de Futebol (CONMEBOL). Blatter, o presidente da FIFA⁹, depois confirmou que “a votação foi uma decisão política para garantir que os Mundiais fossem acolhidos pela África, se não, não se seriam desenvolvidos nunca neste continente” (Hall, 2005). Atualmente os Mundiais de Futebol não podem ser conferidos exclusivamente a duas nações da mesma confederação, e todas as nações das confederações que ainda não acolheram o evento desportivo na edição anterior podem apresentar uma candidatura (FIFA, 2009). A eleição da nação acontece por votação entre as nações que se candidataram.

Os eventos desenvolvem-se em diferentes cidades da nação escolhida, isto favorece uma distribuição mais alargada sobre um território, bem como amplifica os possíveis benefícios ligados a esse evento. O país anfitrião é atualmente escolhido pelo comité executivo da FIFA.

A federação futebolística da nação que pretende acolher um Mundial de Futebol, recebe o chamado *Hosting Agreement*, um guia onde explicam-se os passos necessários para oferecer uma candidatura forte. Este documento representa a confirmação oficial do pedido de organização. Depois disto, um grupo de inspetores designados pela FIFA visita os países para constatar o respeito dos requisitos. A decisão é tomada normalmente seis/sete anos antes da manifestação. Para as edições de 2010 e de 2014 a decisão foi tomada considerando a rotação entre os continentes afiliados à FIFA e somente as nações que pertenciam ao continente escolhido (neste caso África e América do Sul) tiveram o direito de apresentar a própria candidatura. A edição de 2010 foi a primeira que aconteceu em África, enquanto aquela de 2014, conferida ao Brasil, marca a volta na América do Sul depois de 1978 e no Brasil depois do Mundial de 1950. Em 1986 o torneio foi inicialmente atribuído à Colômbia mas, depois da renúncia da Colômbia, a organização passou para o México. No dia 2 de Dezembro de 2010, a FIFA atribuiu a organização do Mundial de 2018 à Rússia e aquela de 2022 ao Qatar e que provavelmente será também a primeira vez que acontecerá no mês de Novembro por questões climáticas¹⁰.

No documento enviado pela FIFA (2009) para as Confederações associadas, onde se convidavam as Confederações a propor candidaturas para acolher as finais dos Mundiais de Futebol, sublinha-se que as infraestruturas e os serviços do país anfitrião devem ser da melhor qualidade, de modo a satisfazer os requisitos do que é definido como sendo o mais popular evento desportivo do mundo. São também necessários acerca de 12 estádios com um mínimo

⁹ Sepp Blatter anunciou em Julho de 2015 suas futuras dimissões após os recentes escandalos de corrupção da FIFA.

¹⁰ Ver anexo A: As edições dos Mundiais de Futebol até 2014.

de 40 000 lugares cada um para os jogos dos grupos e de estádios com 80 000 lugares para o jogo de inauguração e para a final. Solicita-se também, “como dever absoluto”, fornecer os mais altos níveis de transmissão televisiva, TIC’s, transportes e alojamentos, enfatizando que os Mundiais de Futebol são um evento sem comparação pela sua força de provocar emoções, despertar a imaginação e unir todas as pessoas do mundo numa grande festa.

Os Mundiais de Futebol da FIFA constituem uma extraordinária oportunidade de desenvolvimento, mas também de riscos, relacionados com as significativas intervenções pedidas pela FIFA. Pode de fato acontecer, como por exemplo pelos casos de Itália 1990, de África do Sul 2010 e de Brasil 2014, que os países anfitriões tiveram problemas em terminar as obras dentro do prazo e orçamento estipulados ou que as principais infraestruturas desportivas, como os estádios, fiquem inutilizadas depois do fim da manifestação. Portanto, assim como veremos mais adiante nesta dissertação, nem sempre os Mundiais de Futebol geram impactes totalmente positivos.

5.2 Mundial da África do Sul 2010

5.2.1 Considerações iniciais

O Mundial de 2010 realizado na África do Sul, teve muitos significados especiais, em particular, foi lembrado como a edição das “primeiras vezes”. Por exemplo, foi a primeira vez que a Espanha se sagrou campeã do mundo, mas sobretudo porque nunca antes um país africano tinha acolhido um campeonato do mundo de futebol (FIFA, 2015).

Durante este período, esta nação africana foi o “centro do mundo”. E para encontrar-se preparada e renovar-se, teve que construir novas infraestruturas e melhorar os serviços existentes, em particular, as estradas foram reabilitadas e o serviço de transporte público foi visivelmente reforçado para o evento.

Segundo um estudo da Consultoria Accenture (2011:22):

- A Copa do Mundo de 2010 representou um incremento do PIB do país;
- Foram geradas entre 130 mil e 250 mil vagas de emprego, sendo mais de 50 mil vagas permanentes;
- Mais de 300 mil turistas estrangeiros visitaram o país no período dos jogos, totalizando um gasto de aproximadamente U\$530 milhões (€473 milhões)¹¹ durante a estadia;
- Segundo a pesquisa, mais de 90% dos turistas consideraram a possibilidade de voltar à África do Sul no futuro e o reconhecimento como um destino de férias aumentou em 9% após o torneio.

¹¹ Os valores indicados referem-se ao cambio do dia 22/10/2015.

Cottle (2011) *apud* Branski *et al.* (2013) declara que o Estado gastou 2.354 milhões de dólares (€ 2.073 milhões) entre construções ou reabilitações dos estádios¹²: cinco novos estádios foram construídos enquanto outros cinco foram renovados. Em Johannesburg foi inaugurado, pouco tempo antes do início do evento, o primeiro comboio de alta velocidade no continente africano, o “*Gautrain*”, que liga Johannesburg ao aeroporto de Tambo. Os *mass media* também tiveram um papel formidável para o envolvimento de todos os cidadãos no apoio ao megaevento. Porém, assim como aconteceu também para o Brasil antes e durante o último Mundial, o país dividiu-se em dois. Muitos, talvez a maioria dos sul-africanos, ficaram electrizados pelo megaevento considerando uma honra a oportunidade de tornar-se por algum momento o centro da atenção mundial, mas muitos outros também consideraram a inteira questão uma perda de tempo e de dinheiro. Os mais negativos foram os habitantes das periferias e das zonas rurais, longe das cidades e dos lugares que acolheram os jogos. Quem ao contrario expressou sentimentos positivos foram os que moravam nas cidades-sede, próximos ao megaevento.

5.2.2 Benefícios e custos

Do ponto de vista do setor do turismo também, milhares de visitantes e de telespetadores conseguiram admirar, talvez pela primeira vez, as belezas naturais do país, incrementando a indústria do turismo mesmo numa ótica futura (Accenture, 2011). Mas muitos acharam “África do Sul 2010” uma desgraça económica para o país. Assim como aconteceu para o Brasil, embora sem todos os protestos e as manifestações, se perguntaram se não existia uma melhor maneira de gastar todo aquele dinheiro. Porque não foi investido para melhorar as condições de vida de milhões de pobres sul-africanos, sobretudo no que tange a saúde, a segurança e a educação? Os benefícios portanto não chegaram aos mais pobres. Do ponto de vista económico, os estádios que foram construídos com capacidades impostas pelos padrões da FIFA, tornaram-se verdadeiros “elefantes brancos” ou “catedrais no deserto”, isto é, obras dispendiosas mas inúteis, dado que poucos eventos até agora conseguiram encher os estádios de maneira regular. Além disso, os gastos com a relativa manutenção destas instalações é enorme e tudo isto traduz-se em gastos elevados.

Segundo muitos sul-africanos os objetivos económicos do Mundial de Futebol de 2010, por quanto importantes, são inferiores ao verdadeiro fim: recolher todas as forças da nação na organização de uma espetacular demonstração de unidade e de eficiência tal para impressionar o mundo inteiro.

Uma prova de orgulho nacional, um bilhete de visita para entrar na cena mundial dos protagonistas. Mas será que esta tanto esperada coesão social aumentou? O desporto tem uma incrível capacidade de unificar uma nação e não tem razão de dúvidas que esta verdade foi confirmada também para a África do Sul.

¹² Ver anexo L: Todos os estádios do Mundial FIFA África do Sul 2010

Mesmo assim, é difícil falar de reunificação nacional quando os sem-teto, os marginais, os meninos de rua e os vendedores ambulantes foram deslocados em massa das cidades-sede do mundial, para ficar longe do olhar dos turistas, justamente como aconteceu também no Mundial sucessivo, o Mundial do Brasil 2014.

5.2.3 Benchmarking entre África do Sul 2010 e Brasil 2014

O Brasil conseguiu fazer do Mundial um evento singular e deixou um legado que mudou o país? Se olharmos para o Mundial da África do Sul de 2010, a maioria das pesquisas mostram que o legado não foi bom para o país, até no turismo, de fato havia uma expectativa que chegassem 500 000 turistas mas só chegaram 300 000.

Segundo o sindicalista sul-africano Eddie Cottle (2011) – Diretor da BWI, *Building and Wood Worker's International*, contrariamente a quanto foi prometido antes do Mundial de Futebol 2010, para o país africano o Mundial foi um desastre, provocou perdas enormes de dinheiro público, exploração extrema dos trabalhadores e o aumento das desigualdades sociais.

Durante o Mundial, houve um silêncio total sobre o problema das entradas fiscais do governo. Com exceção dos *South African Revenue Services* (Serviços federais das entradas) que afirmaram que na realidade o Mundial nunca foi concebido como uma ocasião para ganhar receitas.

Sempre segundo Cottle (2011), o governo sul-africano foi a benefício da FIFA e dos seus parceiros comerciais. De fato a FIFA saiu com um benefício de 3,4 bilhões de dólares (€ 3,0 bilhões), o maior ganho de toda a história dos Mundiais.

Para a África do Sul, ao contrario, acolher o Mundial representou uma perda financeira enorme. Não obstante a crise económica mundial iniciada em 2008, as cinco maiores empresas de construção beneficiaram-se entre 2005 e 2009, de adjudicações das infra-estruturas para o Mundial, realizando um ganho anual de 100%.

Com uma taxa de desemprego oficial de 24%, para produzir o espetáculo desportivo o mercado do trabalho absorveu um grande exército de reserva (desempregados, trabalhadores informais, independentes etc.). No setor do turismo houve um aumento da taxa de exploração dos trabalhadores em que eles tiveram que trabalhar um maior número de horas e com ritmos mais intensos, considerando o maior fluxo de turistas daquele período.

Com relação aos estádios, nenhum dos estádios do Mundial na África do Sul hoje é rentável. Este problema foi muito discutido pela mídia e na Assembleia, mas a questão da demolição de alguns destes estádios foi evitada, pois representaria uma derrota política para o Congresso Nacional Africano (ANC), o partido no poder na África do Sul.

Tabela 14: Estádios do Mundial de Futebol da África do Sul 2010

Nome e Cidade	Capacidade	Utilização	Investimentos (M USD)
Moses Mabhida (novo) - Durban	59.957	Jogos de futebol, rúgbi, críquete, está aberto ao público para visitas e para atividades de <i>bunging jumping</i> . Abriga também eventos.	452 (€398)
Cape Town (novo)	66.005	Jogos e eventos culturais, mas com custos de manutenção elevados	653 (€575)
Nelson Mandela Bay (novo) - Port Elizabeth	42.486	Só abriga poucos jogos de rúgbi da segunda divisão e alguns espetáculos	306 (€269)
Mbombela (novo) - Nelspruit	43.589	Subutilizado, recebe alguns jogos capazes de atrair público	153 (€134)
Peter Mokaba (novo) - Polokwane	45.264	Possui custos de manutenção de 2 milhões de dólares por ano, valores elevados para as condições económicas da cidade.	219 (€ 192)
Loftus Versfeld (reabilitado) - Pretória	49.365	Jogos de futebol e de rúgbi	14 (€12)
Soccer City (reabilitado) - Johannesburg	88.460	Jogos e eventos de grande porta: clássicos de futebol, shows musicais. Terceirizado após o Mundial para o Banco Nacional Sul-Africano	481 (€423)
Ellis Park (reabilitado) - Johannesburg	61.639	Equipa de rúgbi do campeonato sul-africano	73 (€64)
Royal Bafokeng (reabilitado) - Rustenburgh	44.530	Jogos de futebol da equipa Platinum Stars e jogos de rúgbi	22 (€19)
Free State (reabilitado) - Bloemfontein	45.058	Jogos de rúgbi do campeonato sul-africano mas não recebe nenhum jogo de futebol. O clube da cidade prefere jogar num estádio menor.	43 (€37)
TOTAL			2416 (€2128)

Fonte: Cottle (2011)

Entretanto este problema dos estádios é uma questão muito debatida também no Brasil. Existem razões mais que suficientes para que o governo brasileiro abra uma investigação aprofundada sobre as operações das obras. O relatório do fórum mundial da Organização de Cooperação e de Desenvolvimento Económico (OCDE) sobre a concorrência, revelou o aumento dos custos dos estádios no Brasil comparados com o relatório das inspeções da FIFA em 2007.

Tabela 15: Comparação dos estádios entre África do Sul e Brasil

Estádios	África do Sul	Brasil
Construídos	5	7
Reformados	5	5
Total	10	12
Investimentos em milhões de dólares	2.300	3.995
Origem	Principalmente recursos públicos	Principalmente recursos públicos
Principal uso depois do evento	Eventos desportivos	Eventos desportivos

Fonte: Branski *et al.* (2013) e Uvinha (2013)

Tabela 16: Investimento no sistema de transporte da África do Sul e do Brasil

Transporte	África do Sul	Brasil
Objetivos	Ampliar e modernizar o sistema existente e construir novas infraestruturas	Ampliar e modernizar o sistema existente e construir novas infraestruturas
Aéreo	2.400 milhões de dólares (2.113 milhões de euros)	4.179 milhões de dólares (3.680 milhões de euros)
Ferroviário	2.000 milhões de dólares (1.761 milhões de euros)	-
Porto	-	514 milhões de dólares (452 milhões de euros)
Mobilidade urbana	11.160 milhões de dólares (9.830 milhões de euros)	6.824 milhões de dólares (6.010 milhões de euros)
Investimentos	15 biliões de dólares (13 biliões de euros)	11 biliões de dólares (9,6 biliões de euros)

Fonte: Adaptado do Ministério do Esporte (2010) e Branski *et al.* (2013)

Como é possível perceber pela tabela anterior, a maioria dos investimentos, tanto para a África do Sul que para o Brasil, além da construção dos estádios, serviram para ampliar os sistemas de transportes e de mobilidade urbana.

5.3 História recente – Contexto político, económico e social do Brasil

Em 2002, a eleição do líder sindicalista, Luiz Inácio Lula da Silva e do seu partido, o PT - Partido dos Trabalhadores, foi uma verdadeira surpresa. Brasil seria então, pela primeira vez, governado por um forte partido de esquerda de raízes socialistas.

Hoje, após mais de treze anos de governos do PT, e com o segundo mandato de Dilma Rousseff, o Brasil passou por uma série de mudanças. De país pobre, com economia estancada, até tornar-se uma potência mundial entre os países ditos "emergentes" com a sétima maior economia do mundo (*Centre for Economics and Business Research*, 2012). De país com enormes desigualdades sociais para uma nova geração integrada ao mercado consumidor, qualificada como a nova classe média. Infelizmente as desigualdades continuam e a pobreza no país é quase totalmente negra e os brancos ou quase brancos têm nas mãos a riqueza do país (Lins, 2014). O Brasil convive quotidianamente com problemas socio-territoriais: escolas em ruínas, hospitais desprovidos do indispensável, um fraco sistema de transportes, crianças que ficam doentes porque falta o sistema de saneamento básico.

5.4 O Brasil entre megaeventos e contra reforma urbana

No decorrer do mandato dos dois governos Lula, foram lançados os Programas de Aceleração do Crescimento (PAC I e II), com o intuito de realizar as obras infraestruturais que permitissem um desenvolvimento que teria regenerado o Brasil. Tratou-se duma enorme injeção de capital que favoreceu, em primeiro lugar, as empresas de construção transnacionais com capital brasileiro e que, em alguns casos, foi desviado também para investimentos de capitais de origem criminosa. Segundo Uvinha (2013), com relação ao Mundial de Futebol, as cidades que conseguiram cumprir o cronograma para o evento puderam utilizar o PAC II Copa, programa responsável pelas obras de portos e aeroportos nas cidades-sede. Além disso, o governo da Dilma promoveu um Plano Nacional de Logística (PNL) que visava o desenvolvimento das infraestruturas do país (auto-estradas, ferrovias, portos, aeroportos, etc.), e também as obras "indispensáveis" com o fim de acolher megaeventos desportivos (Taça das Confederações 2013, Mundial 2014, Olimpíadas 2016) e está a utilizar este plano para efetuar uma contra reforma urbana nas principais cidades do país (Lins, 2014).

5.5 Os recentes megaeventos desportivos no Brasil

O Brasil pela sua fase atual e pelo momento de crescimento naturalmente já tem uma procura pelos investimentos em infraestruturas muito grande em diversos setores. Na verdade o Mundial de Futebol de 2014 e as Olimpíadas de 2016 são fatos políticos e eventos importantes que podem ser catalisadores e aceleradores destes investimentos.

O Brasil não é um país com tradição no acolhimento e promoção de megaeventos desportivos. Apenas havia recebido um Mundial de Futebol em 1950, os Jogos Pan-americanos de 1967 e 2007 (estes últimos de maior expressão na América Latina) e competições desportivas de menor importância como os Campeonatos Mundiais Americanos de Futebol, Mundiais de Desportos Olímpicos de pequena expressão e a Formula 1, este último como o evento mais expressivo e realizado ininterruptamente desde 1972 no circuito de Interlagos na cidade de São Paulo (Uvinha, 2013).

Os recentes megaeventos desportivos programados para o país (Taça das Confederações de 2013, Mundial de Futebol de 2014 e Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de

2016) são considerados sobretudo um instrumento de propaganda governamental, com a intenção de promover o patriotismo e criar um certo consenso político e social.

O Mundial de Futebol de 2014 que concluiu-se recentemente está a gerar uma série de impactes políticos, económicos e sociais nas diferentes cidades do país. As obras necessárias de adequação da estrutura urbana para acolher o megaevento criaram um novo ciclo de acumulação urbana ao liberar setores das cidades para novos negócios imobiliários. Ao mesmo tempo, estão a afetar às populações locais nos seus territórios, as quais sofrem com destruições e remoções forçadas para permitir a implantação de novas infraestruturas. O conflito mais grave, portanto, acontece em torno das remoções forçadas da população de favelas e comunidades por causa das obras do Mundial de Futebol, praticamente em todas as cidades-sede. Milhares de pessoas foram retiradas de seus lares de forma compulsória, muitas delas sem amparo legal algum (Rayes e Chahine 2014).

Diversas instituições, investigadores, redes sociais e movimentos (como os Comitês Populares da *Copa*¹³) têm denunciado veementemente esta prática, que expõe o grau de desigualdade social e vulnerabilidade das populações mais pobres que caracteriza o Brasil, tanto perante o mercado quanto perante o estado.

Como afirma também o Dossiê da Articulação Nacional dos Comitês Populares da *Copa* (2011:83):

“Estes megaeventos têm gerado efeitos negativos sobre diversos segmentos sociais, especialmente sobre aqueles que historicamente são excluídos/as, como: moradores/as de assentamentos informais, migrantes, moradores em situação de rua, trabalhadores/as sexuais, mulheres, crianças e adolescentes, comunidades indígenas e afrodescendentes, vendedores/as ambulantes e outros trabalhadores/as informais, inclusive da construção civil. As remoções e os despejos forçados desses grupos sociais são as violações mais comuns no Brasil e em outros países sede de megaeventos. Seus efeitos perversos são particularmente ampliados através da imposição do Poder Público e dos Comitês promotores dos eventos, de um verdadeiro ‘estado de exceção’, instituído especialmente no contexto dos jogos, que permite a flexibilidade das leis e suspensão de direitos antes e durante os jogos, ameaçando, assim, os mecanismos de defesa, proteção social, garantia e promoção de Direitos Humanos”.

Os gastos públicos nas obras de infraestrutura, além dos estádios de futebol (dos quais nove foram estaduais e somente três privados), foram duramente criticados, já que os investimentos podiam ter tido um destino social que gerasse benefícios para a maioria da população.

¹³ No Brasil é mais utilizada a expressão “Copa” mas nos outros países lusófonos utiliza-se a palavra “Mundial”

Com esta infinidade de questões, a academia brasileira está envolvida na discussão e investigação destes temas. Um grande número de projetos de investigação, pesquisas e seminários estão a discutir os impactes do Mundial de Futebol na sociedade e nas cidades brasileiras assim como o presente estudo.

5.6 O Mundial de Futebol 2014 no Brasil

Em 2007, no sorteio realizado na sede da FIFA para a definição do país-sede, o Brasil foi escolhido para acolher o Mundial de Futebol de 2014, logo, o governo aumentou o investimento nas áreas de transporte, infraestrutura e na construção e reforma de estádios pelo país inteiro¹⁴.

Foram escolhidas 12 cidades-sede no Mundial do Brasil¹⁵, nestas cidades um estádio foi reabilitado ou construído para o evento, sendo a cidade de São Paulo a responsável pela abertura do Mundial.

Tabela 17: Estádios do Mundial de Futebol do Brasil FIFA 2014

Nome	Cidade	Capacidade	Investimentos (em milhões de dólares)
Maracanã (reabilitado)	Rio de Janeiro	79.000	489 (€430)
Arena da Baixada (reabilitado)	Curitiba	41.000	133 (€117)
Beira Rio (reabilitado)	Porto Alegre	52.000	187 (€164)
Mineirão (reabilitado)	Belo Horizonte	64.000	395 (€347)
Castelão (reabilitado)	Fortaleza	64.000	295 (€259)
Arena Itaquera (novo)	São Paulo	65.000	466 (€410)
Arena Pernambuco (novo)	Recife	46.160	302 (€266)
Arena das Dunas (novo)	Natal	43.000	199 (€175)
Nacional (novo)	Brasília	71.400	568 (€500)
Fonte Nova (novo)	Salvador	50.000	336 (€295)
Arena da Amazônia (novo)	Manaus	44.000	330 (€290)
Arena Pantanal (novo)	Cuiabá	43.600	295 (€259)
TOTAL =		663.100	3995 (€3518)

Fonte: Adaptado do Ministério do Esporte (2012) *apud* Branski *et al.* (2013) e de Brasil (2013) *apud* Uvinha (2013)

Muitas discussões ocorreram porque o Brasil não estaria preparado para receber um evento desta magnitude. Nessas discussões foram levantadas várias críticas em relação à infraestrutura de deslocamento nas cidades-sede, sobre a capacidade dos aeroportos, além de questionamentos sobre a quantidade e localização dos estádios construídos, sob a alegação de que, parte das “colossais arenas” que seriam construídas, poderiam ser mal aproveitadas

¹⁴ Ver anexos D,E, F: Investimentos para o Mundial de Futebol 2014 (1,2,3)

¹⁵ Ver Anexo B – As 12 cidades-sede e os investimentos para os estádios

após o evento devido à ausência de clubes profissionais expressivos fora do eixo Rio - São Paulo.

Problemas relacionados com acidentes graves ocorridos durante a construção dos estádios e gastos do erário público além do previsto geraram uma expectativa negativa em parte da população que, influenciada pelos meios de comunicação, passaram a recusar à realização do Mundial no Brasil, o que culminou em manifestações de repúdio contra o Mundial e a FIFA, e aos representantes do Governo Federal durante a etapa final de preparação do evento, e (mesmo que de forma mais discreta) durante os primeiros dias da sua realização.

5.7 Caso de estudo: O Mundial de Futebol FIFA 2014 no distrito de Itaquera

5.7.1 A cidade de São Paulo e a sua contínua regeneração

São Paulo é a sétima maior cidade do planeta com mais de 11,2 milhões de habitantes (20 milhões se considera-se também “a grande São Paulo” que compreende outros municípios limítrofes como o ABC paulista¹⁶, Osasco etc.). A cidade tornou-se a décima cidade do mundo por bem-estar em 2009 com um PIB acerca de 400 bilhões de dólares. Se São Paulo fosse uma nação, seria a 40ª maior economia do mundo. É a cidade com a maior extensão territorial do hemisfério sul, possui acerca de 7 milhões de carros, a maior “frota” de helicópteros da América Latina e o maior *import-export* na América do Sul (São Paulo Outlook, 2012).

Bruno Omori (2014), Presidente da Associação dos Hotéis de São Paulo exaltou a imagem e a importância da cidade de São Paulo nos setores da Hotelaria e do Turismo afirmando que o turismo de lazer pode ser efetuado em São Paulo assim como em Nova Iorque tanto durante a semana como nos finais de semana.

São Paulo tem a melhor gastronomia da América Latina, os melhores serviços, tem mais de 200 teatros, cinemas, shoppings, entre outros serviços culturais.

São Paulo está em contínua transformação e regeneração, aceitando desafios e desenvolvendo projetos em proporção com o seu tamanho: reformas do sistema de rodovias e vias de acesso, projetos para a construção de novos edifícios e complexos residenciais, a expansão do metro e a melhoria do sistema de mobilidade público, ampliação e reabilitação do Aeroporto Internacional de Guarulhos, tudo está a acontecer ao mesmo tempo.

O principal projeto de mobilidade urbana que está a ser implementado é a ampliação do sistema de metro que está a passar dos 74 km de linha que tinha aos 137 km previstos até o fim do projeto. Com o objetivo de remover o transporte de carga e mercadoria da rede de transporte rodoviário de São Paulo, estão a ser feitos também investimentos para a construção de rodoanéis que rodeiam de forma circular a cidade. A circular tem duas secções de

¹⁶ O ABC paulista é constituído pelos municípios de Santo André, São Bernardo e São Caetano.

circulação e as obras acabam de ser finalizadas conferindo um acesso mais fácil para as autoestradas, para o Porto de Santos e para o Aeroporto Internacional de Guarulhos. Outra iniciativa concerne a construção do Ferroanel ferroviário que compreende 211 km de linha férrea ligando a área metropolitana com o litoral bem como com o interior do Estado de São Paulo.

Uma questão sempre mais em evidência na agenda das grandes cidades é a sustentabilidade, tema que está sempre mais incorporado nos planos de São Paulo também. A cidade de São Paulo tem sido uma das pioneiras na adoção de medidas que lutam contra as alterações do clima e está a preparar um novo inventário para a emissão de gases *green-house*. Um dos programas de São Paulo de maior sucesso é a produção de biogás em territórios inutilizados, que para além de produzir energia geram também elementos de carbono. A cidade organizou também a terceira feira ambiental que teve lugar em 2012, aplicando os fundos em projetos ambientais. São Paulo também investiu no uso de combustível limpo no transporte público, encorajando o uso das bicicletas com a expansão das ciclovias e lutando contra o desperdício com o reuso da água e a adoção de luzes mais eficientes para a iluminação das ruas da cidade. A cidade ampliou também o número de parques e áreas verdes passando de 81 a mais de 100. Em 2012, graças a um acordo com o Governo de São Paulo, as redes de supermercados suspenderam a distribuição de sacolas de plástico descartáveis. Hoje em dia a maioria dos supermercados usam plásticos recicláveis, assim como na maioria das grandes cidades do mundo que estão atentas ao respeito do meio ambiente.

Em termos de regeneração urbana, a avenida Paulista¹⁷, está a ganhar novo ímpeto com a abertura de novas torres corporativas e com a construção de outro centro comercial, de um museu e da ciclovía. Na região da Avenida Faria Lima, um novo complexo inclui shoppings, escritórios e opções de lazer. Para responder à crescente procura de escritórios, as empresas de construções anunciaram acordos para a expansão do centro da região económica de Luís Carlos Berrini até o bairro do Morumbi, onde os antigos armazéns estão a deixar o lugar para novos e modernos edifícios. Ao mesmo tempo que a cidade se expande ocupando territórios vazios em áreas periféricas, o centro da cidade, que durante muitos anos foi lugar de prédios abandonados, mendigos e marginais, está a ser sempre mais valorizado. No centro, a procura por unidades habitacionais está a aumentar, assim como edifícios históricos estão a ser reabilitados e aumentam em cada dia os eventos e as atividades culturais e de lazer atraindo sempre mais população.

Numa cidade de grandes distâncias como São Paulo, uma das soluções é aquela de trazer empregos e moradias perto um do outro para evitar deslocações. Esta é somente uma das propostas que os residentes fizeram num inquérito sobre como deveria ser a cidade em

¹⁷ Ver anexo N: Avenida Paulista em São Paulo

2040. Os investimentos executados para a realização dos jogos e para a deslocação dos turistas e dos adeptos pela cidade incluiu uma reabilitação e ampliação do aeroporto, novas infraestruturas rodoviárias e o novo estádio. Com a construção da nova arena na Zona Leste da cidade, o “Itaqueração”, e a modernização dos estádios do Morumbi e do Palestra Itália; o Mundial de Futebol deixou como legado para a cidade três arenas modernas, além também do tradicional estádio municipal do Pacaembu (São Paulo Outlook, 2012).

Tabela 18: Projetos em São Paulo para o Mundial de Futebol 2014 e os relativos benefícios

Projetos e ações	Benefícios
Estádio	<ul style="list-style-type: none"> • Geração de empregos durante e após a construção; • Atração de público – fluxo de visitantes; • Realização de eventos; • Disponibilização de equipamento desportivo para a região; • Fortalecimento do orgulho da região. • Receitas advindas de eventos desportivos (jogos) e de eventos não desportivos (exploração comercial, aluguer, publicidade, etc); • Na exploração comercial estão incluídas a operação do centro de convenções, das galerias e dos restaurantes; • Serão empregadas cerca de 200 pessoas permanentemente e até 500 pessoas em dias de eventos; • Poder da franquia Corinthians em termos de torcida, atração de investimento, marca e outros atributos.
Infraestruturas	<ul style="list-style-type: none"> • Geração de empregos; • Aumento da mobilidade e acessibilidade; Aumento da produtividade da atividade económica; • Incentivo para atrair novos investimentos; • Diminuição da criminalidade.
Imobiliário	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de novas moradias; • Melhores condições de vida em geral, com a implantação de novos projetos; • Aumento da arrecadação do IPTU e do ITBI; • Fortalecimento da imagem da região; • Operação Urbana Rio Verde – Jacu; • Valorização – CEPAC
Negócios regionais	<ul style="list-style-type: none"> • Implantação de serviços de apoio com geração de emprego; • Aumento do consumo e do PIB; • Aumento da arrecadação (ISS, ICMS, PIS/COFINS, etc.); • Aumento da qualidade de Serviços.
Empregos e consumo	<ul style="list-style-type: none"> • 6 000 empregos criados diretamente relacionados ao Estádio vão gerar R\$ 73 milhões (€ 16 milhões) em consumo – assumindo que 60% do salário dos trabalhadores serão gastos; • Criação de mais de 34.000 empregos permanentes e 39.000 temporários, resultando num consumo de R\$ 520 milhões (€ 116 milhões); • Espera-se que o efeito indireto deste consumo total seja 1,4 vezes maior.

Fonte: Adaptado pelo autor de várias fontes

Tabela 19: Principais mega projetos urbanos já executados e/ou futuros em São Paulo

Estádio	Mobilidade	Aeroporto	Turismo	Outros
- Construção do novo estádio “Arena Corinthians” Capacidade: 48.000 lugares (68.000 no jogo de abertura) Investimento: R\$ 820,0 milhões (€184 milhões) dos quais R\$ 420,0 milhões (€94 milhões) do Sport Club Corinthians	- Construção do Monotrilho Linha17-Ouro Investimento: R\$ 1.881,5 milhões (€422 milhões) - Complexo viário Itaquera Investimento: R\$ 478,2 milhões (€105) - Ampliação metro	- Terraplanagem do Pátio de Aeronaves do TPS 3 (Guarulhos) - Terminal TPS 4 (Guarulhos) - Ampliação e Revitalização do Sistema de Pistas (Guarulhos) Investimento: R\$ 651,0 milhões (€146 milhões)	Ações de Infraestrutura do Turismo Investimento R\$ 15,5 milhões (€3,4 milhões)	- Alinhamento do Cais de Outeirinhos (Porto de Santos) Investimento R\$ 235,0 milhões (€52,7 milhões) - Implantação do Módulo Operacional (Viracopos) Investimento: 7,0 milhões (€1,5 milhões)

Fonte: Resolução GECOPA n.14, Plano de Turismo para o Mundial de Futebol 2014, Setembro 2012

Relativamente ao turismo de negócios e de eventos em São Paulo, segundo a revista São Paulo Outlook (2012), o principal motivo dos visitantes que chegam em São Paulo é o trabalho. O negócio está no primeiro lugar, ao 45% no *ranking* das principais razões de visita da cidade. No segundo lugar têm as feiras e os eventos, com o 24.4%. A cidade de São Paulo possui a maior rede de hotéis, bons restaurantes e infraestrutura para acolher grandes eventos corporativos e uma série de serviços complementares para a organização de congressos. São Paulo detém 75% dos mercados e das feiras brasileiras. A metrópole tem o recorde de 90 000 eventos por ano, que geram cerca de 4 bilhões de reais em receitas. Em São Paulo acontece um evento cada seis minutos, o que faz da cidade o destino número doze no mundo pelos eventos internacionais. A cidade lançou em 2012 o website Mice São Paulo – *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*¹⁸, que possui mais de 200 áreas para eventos. O objetivo deste instrumento é de ajudar as empresas para encontrar lugares adequados para congressos e eventos de negócios. São Paulo se candidatou também para acolher a Expo 2020 mas, infelizmente, foi eliminada pois ganhou a cidade de Dubai.

São Paulo é conhecida como o centro principal para negócios e eventos da América Latina, mas o perfil do turista está a mudar. Na primeira metade de 2009, o 9% dos visitantes veio para São Paulo por motivos de lazer. Dois anos depois, este tipo de turista passou a ser o 12.5%, 40% a mais. Mais do 30% de turistas que planearam de passar mais tempo em São Paulo decidiram de ficar por razões relacionadas com o lazer. Um tour oficial da cidade começou a ser implementado em 2012. O itinerário tem nove atrações principais: o Mercado Municipal, a Praça da República, o Estádio Pacaembu, a Avenida Paulista, o Parque Ibirapuera, o bairro japonês da Liberdade, o Pátio do Colégio, o Teatro Municipal e a Estação da Luz. Além dos negócios e das feiras, São Paulo atrai mais visitantes interessados na sua agenda desportiva e cultural. Grandes espetáculos, concertos e atrações, como o Grand Prix de Formula 1 atraem também numerosos turistas para a cidade. Os eventos desportivos atraem um público principalmente do sexo masculino, de idade mais elevada e que gasta mais em hotéis. Entre os espetadores da Formula 1 de 2011, por exemplo, o 47% eram universitários e o 27% aportou receitas entre os 10 e 15 salários mínimos. A média de gastos pela viagem foi de 1 612 reais (€361) e o 74% alojou-se em hotéis ou apartamentos (São Paulo Outlook, 2012).

Sempre citando a revista São Paulo Outlook (2012), em 2011, Novembro foi o mês que registou a melhor taxa de ocupação no setor hoteleiro 75,6%. Parte deste resultado é atribuído aos megaeventos como o Grande Premio de Formula 1 do Brasil no circuito de Interlagos, que atraiu 144 mil espetadores e o “Duas Rodas auto show” que fez ainda mais com cerca de 255 mil visitantes. O público que vem dos concertos é jovem, constituído sobretudo por estudantes entre os 18 e os 24 anos. Para o concerto da famosa banda californiana *Red Hot Chili Peppers*,

¹⁸ Ver www.cidadedesãopaulo.com/mice

por exemplo, o 49% eram estudantes com uma média de gastos de 448 reais (€100,5). O número de estrangeiros que assistem concertos na cidade não é muito significativo e prevalecem os visitantes das cidades vizinhas ou dos estados fronteiriços. Nos eventos desportivos e culturais a média de estadia é de três noites na cidade contribuindo portanto de maneira fundamental para o turismo.

5.7.2 O distrito de Itaquera

O distrito de Itaquera localiza-se na região sudeste do Brasil, na zona leste do estado de São Paulo. A primeira referência relatada foi quando o nome apareceu numa Carta de 1686. O nome do bairro vem do índio *tupi* e significa “pedra dura”. A primeira referência ao povoamento do distrito propriamente dito vem de 1820. No entanto a partir da inauguração da estação de comboio local, no dia 6 de Novembro de 1875, começou a haver desenvolvimento no distrito sendo a data escolhida pela comunidade como a do aniversário. Itaquera desenvolveu-se principalmente na forma de loteamentos e vilas. O principal rio que banha a área de Itaquera é o Jacu. Hidrograficamente pode-se dizer que a área é servida por uma densa rede de rios, todos afluentes e subafluentes do Tietê. São rios pouco expressivos, sendo os principais eixos: Jacu, Itaquera e Aricanduva. A partir da chegada das estradas de ferro no distrito, o progresso foi chegando de forma crescente e assim de simples chácaras se transformou na imensa Itaquera que vemos hoje¹⁹ (Braga *et al.*, 2014). Segundo os dados da Subprefeitura de Itaquera (2014), a região de Itaquera ocupa uma área de 54,30 metros quadrados, com uma população de 523.842 habitantes, subdivididas em quatro distritos: Cidade Líder, Itaquera, Parque do Carmo e José Bonifácio. Conforme D’Andrea (2012) até o início da década de 1980, Itaquera era um bairro com pouca estrutura urbana e sua população era composta de operários e trabalhadores assalariados no comércio e no ramo de serviços. Foi nessa época que surgiram as primeiras favelas na região. A partir de 1980, no entanto, a construção dos conjuntos habitacionais conhecidos como “COHABS” potencializou a explosão demográfica de Itaquera.

Figura 4: Mapa da cidade de São Paulo com a localização do distrito de Itaquera na zona leste



Fonte electrónica: http://www.omb100.com/files_portais/itaquera/userfiles/image/itaquera_mapa.png

¹⁹ Portal da Prefeitura da Cidade de São Paulo. Histórico Itaquera. Disponível em: <http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/itaquera/historico/>. Acessado em: 10/12/2014.

De acordo com os censos de 2010, o distrito de Itaquera abrange 14 km quadrados, a população estimada é de 523.000 e a densidade é de 150,88 hab./ ha. Os indicadores socio-demográficos do censo de 2012 apontam um Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) médio de 0,795 que o coloca na 76ª posição entre os distritos da cidade. A média da idade de Itaquera é 36,1 anos. Relativamente aos níveis de renda familiar, na população do distrito há um predomínio da Classe C, que consiste na faixa de rendimento que vai de 2.900 reais (€651) até 7.249 reais (€ 1.627).

Tabela 20: Renda familiar de Itaquera

Classe A	1%
Classe B	33%
Classe C	58%
Classe D	6%
Classe E	1%

Fonte: <http://www.nossasaopaulo.org.br/observatorio/biblioteca/DnaPaulistanoExtremoLeste.pdf>

Os distritos que norteiam Itaquera são: Artur Alvim e Ponte Rasa que se encontram a oeste; São Miguel Paulista e Vila Jacuí que estão ao norte do mapa; Lajeado ao leste; Cidade líder e Parque do Carmo ao Sul e o distrito de José Bonifácio ficam a sudeste²⁰.

Figura 5: Itaquera e seus distritos circundantes



Fonte: http://transparencia.prefeitura.sp.gov.br/subprefeituras/Subprefeituras/sub_interno_itaquera.jpg

Itaquera, a região escolhida para a construção do estádio, fica na Zona Leste, uma área com grandes carências em termos de infraestrutura e oportunidades de emprego para a

²⁰ Portal da Prefeitura da Cidade de São Paulo. Itaquera Região Leste. Disponível em:

<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/governo/sumario_dados/ZL_ITAQUERA_Caderno23.pdf>. Acessado em: 10/07/2014

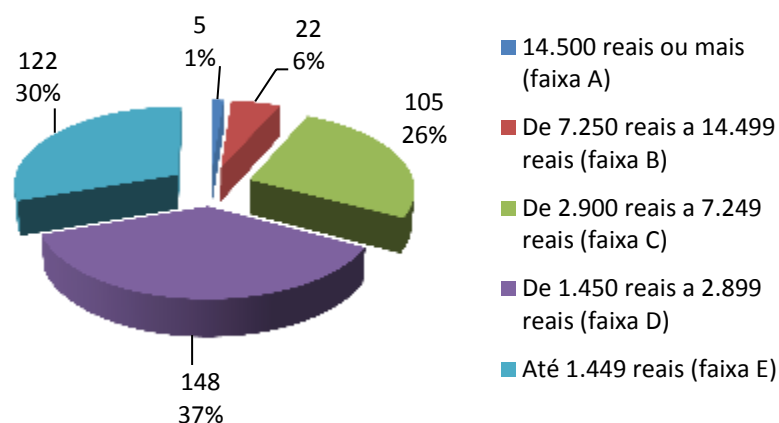
população e onde reside o 37% da população de São Paulo. Segundo dados da Consultoria Accenture (2011):

- A Zona Leste é a segunda região com a mais alta densidade populacional, logo após o Centro;
- A Zona Leste tem o maior desnível entre a população e o número de empregos em São Paulo;
- A Zona Leste tem a menor média de renda familiar em São Paulo: quase 55% a menos que a Zona Oeste e quase R\$ 1.000 (€ 224) abaixo da média de São Paulo.

Este dado foi confirmado também através das respostas à pergunta do questionário relativamente à renda familiar dos entrevistados durante o trabalho de campo.

No gráfico a seguir, de fato, emerge que a maioria dos inqueridos, 270 sobre 402, ou seja o 67% dos entrevistados pertence às faixas de renda familiar mais baixas, a faixa D e a faixa E²¹.

Gráfico 1: Renda familiar da população de Itaquera entrevistada durante o trabalho de campo



Fonte: Questionário - Percepção dos Moradores de Itaquera sobre o megaevento Mundial de Futebol do Brasil 2014 (QPMIMMFB), 2014

A Consultoria Accenture (2011) elaborou uma análise dos benefícios para São Paulo com a abertura do Mundial 2014 em Itaquera e identificou um potencial de cerca de R\$ 30.7 mil milhões (€ 6,8 mil milhões) em impactes económicos para a cidade, em especial para a região da Zona Leste, ao longo de 10 anos. Uma análise preliminar confirma que os impactes nos gastos para o Estado e o Município são positivos face ao investimento necessário para a abertura do Mundial no novo Estádio. O Plano Estratégico da Prefeitura de São Paulo (PMSP) para a Zona Leste tem contemplado vários projetos com foco na criação de infraestrutura e criação de empregos²².

²¹As várias categorias e faixas de renda familiar são indicadas no site da Prefeitura de São Paulo

²² Ver anexos J, K: Itaquera antes e depois do Mundial

Tabela 21: Projetos e obras no distrito de Itaquera durante os últimos 15 anos

Tipo de projeto / obra	Ano de início	Situação atual
Construção da USP – Leste	2005	Finalizada
Shopping metro Itaquera	2007	Finalizada
Futuro centro de convenções	Sem previsão	---
Parque tecnológico	Sem previsão	---
Poupatempo Itaquera Estação Itaquera (METRO/CPTM)	2000	Finalizado
Parque linear Rio Verde	2012	Em projeto
Futura FATEC	2010	Finalizada
Novo fórum Itaquera	Sem previsão	---
Nova rodoviária	Sem previsão	---
Futuro edifício salas comerciais	Sem previsão	---
Pátio de manobras do Metro	1989	Finalizada
Futuro SENAI	Sem previsão	---
Obras de ampliação e melhoria da Marginal Tietê	2009	2012
Interligação Ayrton Senna e anel rodoviário através da Avenida Jacu-Pêssego	Sem previsão	Sem previsão
Polo Tecnológico da Zona Leste	Sem previsão	---
Operação Urbana Rio Verde Jacu	2004	Finalizada 2014
Construção do Estádio “Arena Corinthians”	2010	Foi entregue em Abril 2014

Fonte: Autor durante as investigações e o trabalho de campo

Em São Paulo os jogos do Mundial de Futebol 2014 foram realizados no estádio “Arena Corinthians”, inaugurado em Abril de 2014 e localizado na Zona Leste no distrito de Itaquera. O estádio conta com capacidade para 48 000 lugares, sendo que durante o Mundial foram 68 000 por meio da alocação de cerca de 20 000 assentos removíveis. O estádio foi construído através do contrato privado entre o Corinthians (principal equipa de futebol de São Paulo) e a Odebrecht (empresa de construção) com o custo de 820 milhões de reais (€184 milhões) e foi entregue no dia 15 de Abril de 2014 (Accenture, 2011). Com a construção do “Itaquirão”, diversos projetos foram anunciados e realizados para adequar toda a rede rodoviária e as vias de acesso²³ para a zona do estádio nos distritos de Itaquera, Arthur Alvim e Cidade Líder. Os projetos incluíram a construção de novas avenidas, rampas e melhorias nas estações de metro e de comboio. Segundo a revista São Paulo Outlook (2012), os governos do estado e da cidade de São Paulo assinaram um acordo para levar a cabo as intervenções, avaliadas em 478 milhões de reais (€ 107 milhões), dos quais 346 milhões (€ 78 milhões) por parte do governo estadual e os restantes 132 milhões (€ 29 milhões) do governo da cidade.

5.7.3 A Arena Corinthians

A Arena Corinthians²⁴ que a Odebrecht Infraestrutura construiu em Itaquera, sediou a abertura do Mundial 2014 no Brasil. Com capacidade para 48 000 lugares, o estádio próprio é a concretização de um sonho antigo do Clube Corinthians. Odebrecht e Corinthians iniciaram em 2004 os primeiros contatos para a construção, mas só em 2010, como parte das comemorações do centenário corinthiano, foi assinado um primeiro acordo entre as duas

²³ Ver anexo Q: Novas vias de acesso em Itaquera

²⁴ Ver Anexo I: Arena Corinthians

partes (Braga *et al.*, 2014). Segundo a revista São Paulo Outlook (2012), orçado em R\$ 820 milhões (€ 184 milhões), o empreendimento iniciou em 30 de Maio de 2011 e foi entregue somente em Abril de 2014, criando acerca de 1 600 empregos. O projeto arquitetônico da Arena Corinthians foi de autoria do escritório Coutinho, Diegues, Cordeiro Arquitetos, do Rio de Janeiro (Braga *et al.*, 2014). A característica principal do estádio é de possuir um sistema de iluminação *high-tech* com uma elevada eficiência energética e a maior tela do mundo em âmbito de futebol na fachada do estádio de 170 m de largura e 20 m de altura, realizada por uma empresa italiana que produz vidros curvos a LED como a inteira iluminação do estádio. Segundo o estudo realizado pela consultoria Accenture (2011), o evento Mundial 2014, em São Paulo, terá o impacto econômico de R\$ 30 mil milhões (€ 6,7 mil milhões) ao longo de dez anos, em especial na Zona Leste, a mais populosa da cidade e carente de infraestrutura e investimentos. “A Arena será um dos indutores de um processo que irá elevar a qualidade de vida da população da região, pois vai estimular investimentos em obras de mobilidade, a instalação de instituições de ensino e empresas e a consequente geração de oportunidades de trabalho”, argumenta Benedito Junior (2014), presidente da Odebrecht Infraestrutura²⁵. O novo estádio tem potencial para acelerar as iniciativas previstas para a Zona Leste e criar um novo vetor de desenvolvimento, contrabalanceando o eixo norte – sul. O resultado do desenvolvimento da arena desportiva e de infraestruturas beneficia o turismo e a criação de empregos.

5.7.4 Ações de melhoria da mobilidade urbana graças ao Mundial

Um dos principais legados do Mundial de 2014 em São Paulo foram e são as melhorias nos sistemas de mobilidade urbana para a cidade. As ações e os investimentos nesta área têm o objetivo de promover a articulação das políticas de transporte, trânsito e acessibilidade, a fim de proporcionar o acesso amplo e democrático ao espaço de forma segura, socialmente inclusiva e sustentável. Os empreendimentos priorizam a implementação ou a melhoria de sistemas de transportes coletivos e de meios não motorizados voltados para pedestres e ciclistas, bem como a integração entre diversas modalidades de transportes, com a constante preocupação de se alcançar o conceito de acessibilidade universal, garantindo a mobilidade de idosos e de pessoas com deficiências ou restrição de mobilidade. Segundo dados da revista São Paulo Outlook (2012), para o projeto de mobilidade urbana, o Governo do Estado de São Paulo, fez a previsão de investimento no valor de R\$ 548.507.000,00 (€ 123.009.000,00), com a estimativa de conclusão para o mês de Fevereiro de 2014, porém muitas obras ainda estão em desenvolvimento e bem longe de se terminar como, por exemplo, a linha de comboio que liga o Aeroporto Internacional de Guarulhos com o Centro da cidade de São Paulo bem como algumas linhas de metro. A partir das previsões e orçamentos além dos projetos futuros de

²⁵ Portal da Transparência - Copa 2014. Disponível em:

<http://www.portaltransparencia.gov.br/copa2014/cidades/execucao.seam?empreendimento=3>

Consultado em: 10/12/2014.

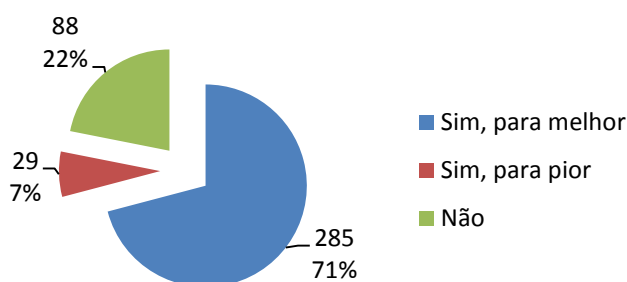
mudança do Governo do Estado de São Paulo, a construção da Arena aliada com o desenvolvimento urbano, dá o potencial de fazer da Zona Leste, especialmente Itaquera, um novo centro de desenvolvimento empresarial.

5.8 Apresentação e discussão dos resultados

Se apresentam, ao longo desta inteira secção, alguns gráficos e tabelas estatísticas que derivam das respostas ao questionário²⁶ da pesquisa/trabalho de campo efetuado junto a 402 pessoas do distrito de Itaquera. Segundo Sousa (2011), podemos afirmar que a amostra obtida, classifica-se na categoria de “Amostragem por Conveniência”. Este tipo de amostragem não é representativo de toda a população e, como neste caso, os elementos da amostra são escolhidos por uma questão de conveniência dependendo do contexto e do lugar. De fato, foram escolhidos alguns lugares de Itaquera onde havia mais movimento e fluxo de pessoas, isto é, nos Shoppings, nas lojas comerciais, nos restaurantes/bares, nas estações de metro, etc.. Desta forma, o processo não garante que a amostra seja representativa, pelo que os resultados desta só se aplicam a ela própria. Este tipo de amostragem é muito útil nas circunstâncias onde é preciso identificar o sentimento geral da população e examinar os elementos críticos do que realmente a objetividade científica. Mesmo assim, este método resulta ser muito eficaz porque tem a vantagem de ser relativamente rápido e económico.

Depois do evento, a maioria da população acredita que o megaevento Mundial de Futebol FIFA 2014 só durou um mês. Foi um mês de muita alegria (até à derrota da seleção brasileira frente à Alemanha por 7-1) onde o distrito de Itaquera ficou ao centro do mundo face ao olhar de milhões de espetadores, obtendo maior visibilidade e melhorando a sua imagem.

Gráfico 2: Opinião dos inquiridos sobre renovação da imagem e maior visibilidade do distrito de Itaquera no contexto do Mundial de Futebol 2014

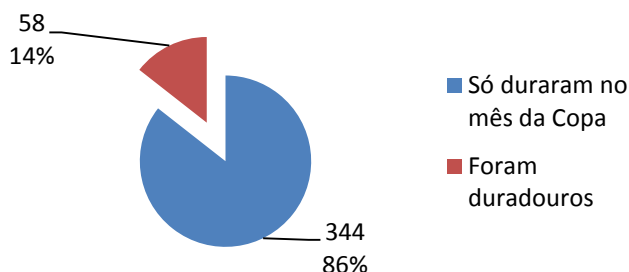


Fonte: QPMIMMFB, 2014

²⁶ Ver anexo DD - Questionário - Percepção dos Moradores de Itaquera sobre o megaevento Mundial de Futebol do Brasil 2014.

Depois do Mundial a maioria da população de Itaquera entrevistada achou que os legados foram poucos, não duradouros, e de pouca importância para a melhoria das condições de vida dos moradores do distrito.

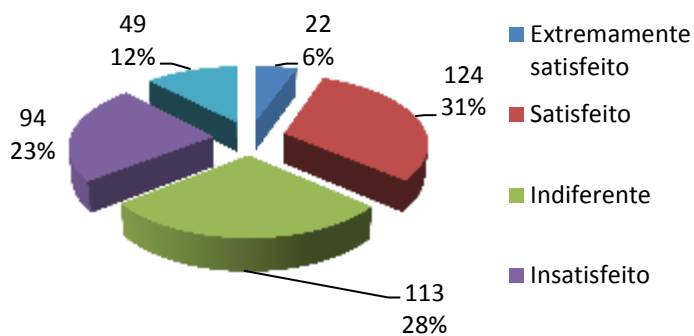
Gráfico 3: Opinião dos inquiridos sobre os benefícios do Mundial de Futebol 2014 para o distrito de Itaquera



Fonte: QPMIMMFB, 2014

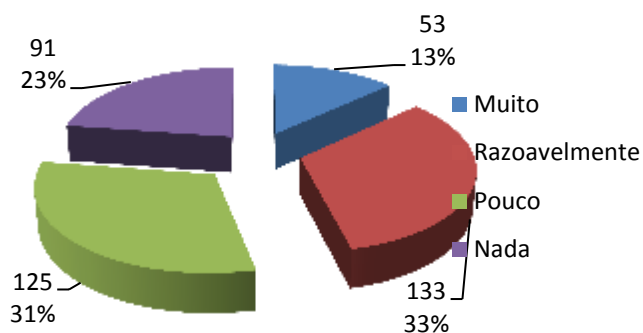
Segundo a maioria da população de Itaquera entrevistada, os principais beneficiários do Mundial de Futebol 2014 foram o Governo Federal, o Governo do Estado e da Cidade de São Paulo, a FIFA e os seus parceiros comerciais (como a Coca Cola Company, o McDonald's, a Budweiser, a Visa etc.) e algumas empresas brasileiras, sobretudo aquelas de construção (Odebrecht). Mesmo assim, uma consistente minoria de moradores considerou que o megaevento deixou benefícios e algumas heranças positivas para a população de Itaquera.

Gráfico 4: Nível de satisfação com a realização do Mundial de Futebol dos moradores de Itaquera



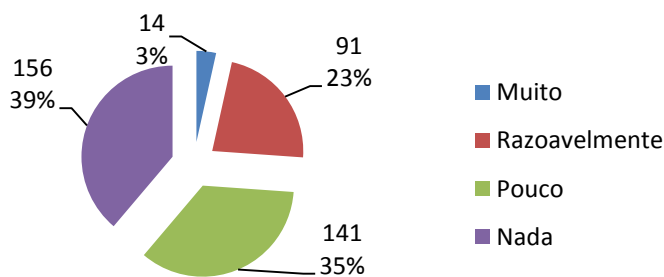
Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 5: Opinião dos inquiridos sobre os benefícios derivantes dos investimentos do Mundial de Futebol para a população de Itaquera



Fonte: QPMIMMFB, 2014

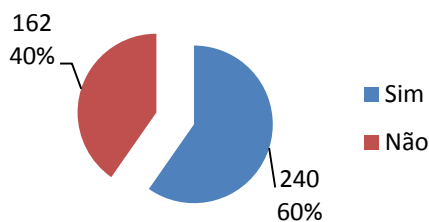
Gráfico 6: Opinião dos inquiridos sobre a melhoria da qualidade de vida dos moradores do distrito de Itaquera após o Mundial de Futebol



Fonte: QPMIMMFB, 2014

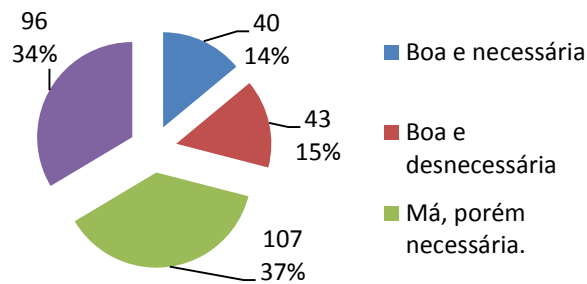
Além dos grandes investimentos que na sua maioria foram suportados pelo setor público, mais de 100 mil pessoas foram removidas das próprias casas, sem direito a indenização, além também daquelas expulsas por efeitos da especulação imobiliária.

Gráfico 7: Opinião dos inquiridos sobre o verificar-se de expropriações de moradores em Itaquera como resultado do Mundial de Futebol



Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 8: Opinião dos inqueridos sobre a ação de expropriações de moradores em Itaquera



Fonte: QPMIMMFB, 2014

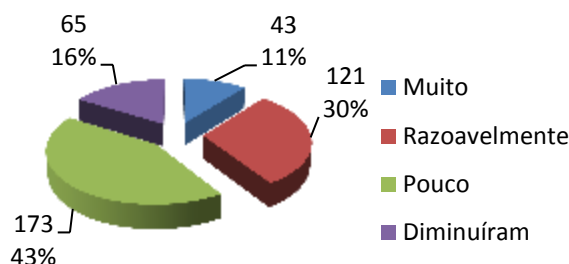
A FIFA, através da Lei Geral do Mundial, criou umas leis *ad hoc* somente para o período da organização e desenvolvimento do Mundial, onde somente os patrocinadores da FIFA podiam comercializar seus produtos durante o evento e não pagaram nenhum imposto para suas atividades no Brasil. No entanto, os pequenos comerciantes, os artistas de rua e milhares de “camelôs” e trabalhadores ambulantes (150 mil somente em São Paulo), não puderam vender nas áreas ao redor dos estádios e dos *Fan Fest* que eram protegidas pelo exercito e eram de total exclusividade da FIFA.

Atualmente a FIFA está a passar pelo pior momento da sua história. Altos órgãos da FIFA foram presos e muitos estão a ser investigados por episódios de corrupção relativos a vários aspetos e a diferentes Campeonatos do Mundo de Futebol, entre estes está o Mundial de Futebol do Brasil 2014 também.

Os investimentos na mobilidade urbana trouxeram melhorias para os serviços de autocarros, comboios, metros e aeroportos, mas muitas obras não foram acabadas e outras nem sequer começaram. Milhares foram as pessoas que participaram às manifestações de protestas contra o megaevento nas principais ruas e praças de São Paulo durante a Taça das Confederações FIFA de 2013 e pouco antes do Mundial FIFA de 2014. No início, durante e no final da construção das várias obras de infraestruturas para a realização do Mundial de Futebol, acentuaram-se alguns problemas talvez considerados comuns em megaeventos, como a especulação imobiliária e obras atrasadas.

O anúncio de Itaquera como sede de São Paulo para a Mundial de 2014 deu ânimo aos moradores do distrito. A expectativa era de melhoria, cidadãos satisfeitos e pessoas com muita disposição, para o tão esperado Mundial. No entanto algumas obras ficaram prontas apenas poucos dias antes da abertura, outras nem por isso. E os problemas não foram somente estes, segundo os moradores o trânsito teria ficado espantoso na região e alguns comércios tiveram que fechar as portas e foram dados ordens de despejo para dar espaço às obras e aos jogos, de fato durante os jogos, segundo a normativa da FIFA, as lojas tinham que estar fechadas e isto provocou malcontentes gerais.

Gráfico 9: Opinião dos inqueridos sobre o crescer ou não do comércio e da atividade económica em Itaquera durante e após o Mundial



Fonte: QPMIMMFB, 2014

Os efeitos da especulação imobiliária foram severos, segundo as imobiliárias do distrito de Itaquera entrevistadas (2015), um apartamento na COHAB que custava R\$ 60 mil (€13,4 mil) antes do início da construção é atualmente vendido por R\$190 mil (€ 42,6 mil), mais que o triplo do valor.

A situação complicou também para quem vive de aluguer, pois os preços dos mesmos foram aumentados. Houve também uma grande aflição por parte dos moradores das favelas e em particular da Favela da Paz²⁷, comunidade localizada a alguns metros da arena, onde conforme o Dossiê dos Comitês Populares da Copa (2011) vivem aproximadamente 300 famílias que ficaram em estado de risco.

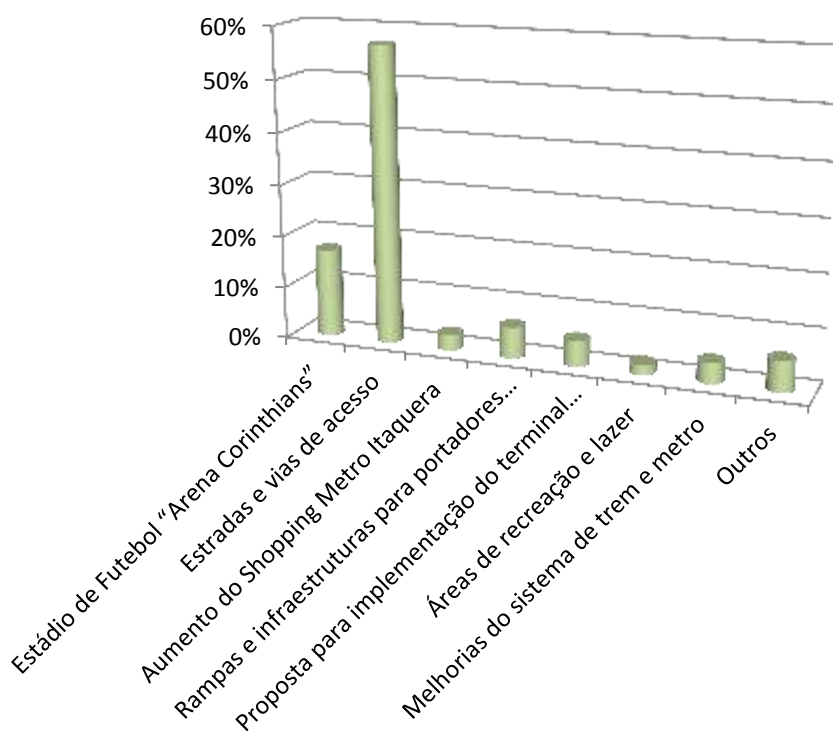
Segundo moradores entrevistados para o artigo do blog passatempo de Bonis (2013), a Secretaria Estadual de Habitação queria tirar todas as famílias de lá e, para isso, ofereceu uma bolsa aluguer no valor de R\$ 300 (€ 67,3) que os moradores não aceitaram.

As principais vias foram modificadas severamente de modo que as pessoas tiveram que modificar seu itinerário durante as construções, alternadamente foram criadas novas vias para a melhoria do acesso à região de Itaquera. “As novas estruturas de acesso e o trânsito aumentou muito, não havia tanto fluxo de carro em nosso bairro” afirma um participante das entrevistas na Associação de Moradores de Itaquera (2014, 2015).

Segundo os moradores os aspetos positivos foram as estradas e vias de acesso ao distrito, a construção do novo estádio Arena Itaquera (embora muitos consideram ser uma obra desnecessária) e a maior visibilidade do distrito, pois sem o Mundial o distrito não teria tido esse desenvolvimento acentuado.

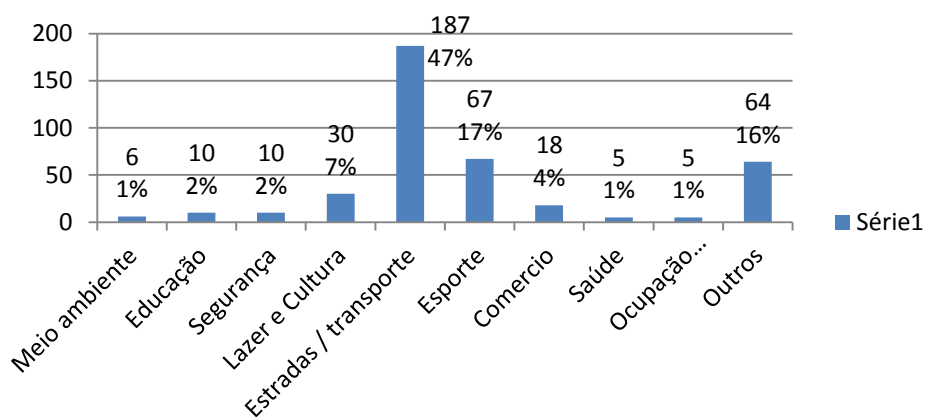
²⁷ Ver anexo S: Desigualdades sociais: Favela da Paz

Gráfico 10: Opinião dos inqueridos sobre a obra mais importante que foi realizada para Itaquera



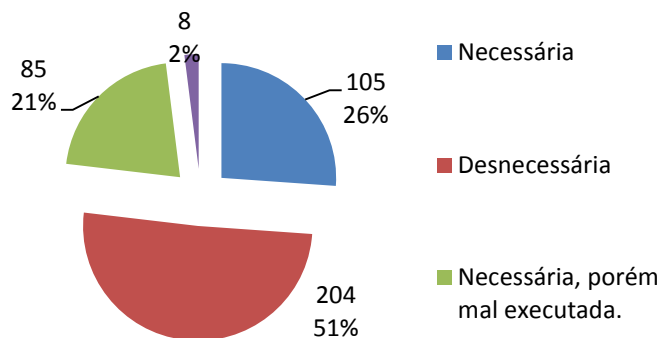
Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 11: Opinião dos inqueridos sobre o principal legado para Itaquera derivante dos investimentos para o Mundial de Futebol de 2014



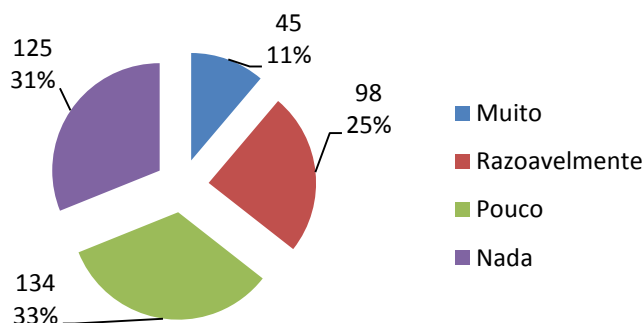
Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 12: Opinião dos inquiridos sobre a necessidade da construção do estádio “Arena Corinthians”



Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 13: Opinião dos inquiridos sobre o aumento ou não do interesse do turismo para o distrito de Itaquera depois da construção do novo estádio



Fonte: QPMIMMFB, 2014

De seguida enumeram-se algumas opiniões dos inquiridos sobre os efeitos mais significativos para o distrito de Itaquera a partir da realização do Mundial de Futebol 2014:

“A visibilidade do bairro perante o mundo”

“O bairro de Itaquera teve visibilidade, mesmo que por um curto espaço de tempo”

“O conhecimento e valorização da região”

“A divulgação do bairro”

“Itaquera ficou conhecida pelo mundo”

“A zona Leste foi vista de forma positiva e mais valorizada pelos outros bairros”

“Só houve visibilidade devido aos jogos do Itaquerão”

“O bairro teve uma melhor visibilidade e maior fluxo de pessoas. O Mundial trouxe o mínimo de estruturas que o bairro precisava há muitos anos.”

Fonte: QPMIMMFB, 2014

Proprietários de casas próprias viram com bons olhos o evento, pois, puderam lucrar com o aluguer de suas casas, mas essa não foi a opinião de todos.

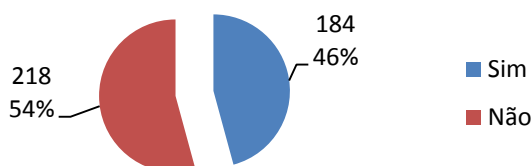
A opinião de um inquerido sobre os efeitos mais significativos para o bairro de Itaquera a partir da realização do Mundial de Futebol 2014 foi “A valorização dos imóveis”

(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

Um dos legados positivos para Itaquera, foi o fato da empresa de construção Odebrecht ter promovido o programa “Acreditar”.

Trata-se de um programa de qualificação de mão de obra, em parceria com a Secretaria de Desenvolvimento Económico do Plano Estratégico da Prefeitura de São Paulo (PMPS). Esta política seguramente aumenta o nível de *know how*/conhecimento e de experiência de alguns trabalhadores da região.

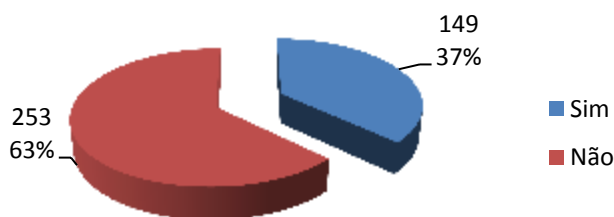
Gráfico 14: Opinião dos inqueridos sobre a melhoria ou não na qualidade da mão de obra no setor da construção civil



Fonte: QPMIMMFB, 2014

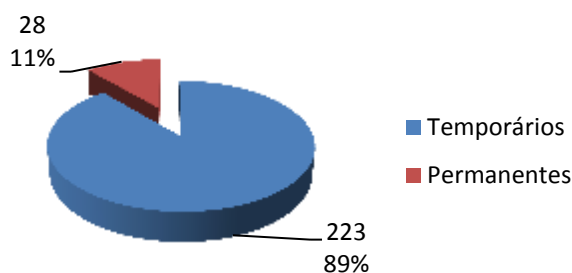
Acerca do aumento do emprego devido à realização do Mundial de Futebol, a população entrevistada de Itaquera está muito dividida mas prevalecem as opiniões negativas pois os empregos atribuídos foram principalmente de caráter temporário e informal.

Gráfico 15: Opinião dos inqueridos sobre o fato se as melhorias para o Mundial de Futebol trouxeram ou não mais emprego para Itaquera



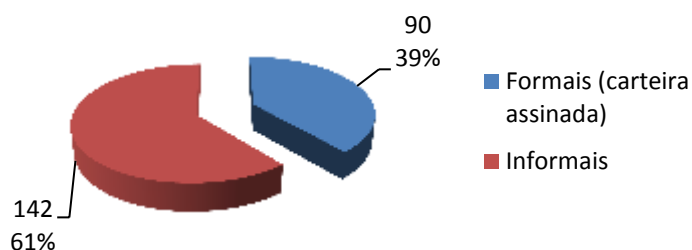
Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 16: Opinião dos inqueridos sobre o fato dos empregos derivantes do Mundial de Futebol serem temporários ou permanentes



Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 17: Opinião dos inqueridos sobre o fato dos empregos derivantes do Mundial de Futebol ser formais ou informais



Fonte: QPMIMMFB, 2014

Segundo dados da Prefeitura de São Paulo (2014), a região de Itaquera na cidade de São Paulo recebeu aproximadamente 68 mil torcedores durante cada jogo, o que, somado ao movimento normal da região, gerou um acréscimo significativo no volume de tráfego de veículos e pedestres, necessitando por essa razão de adaptações no transporte público e no acesso às vias ligadas ao estádio. Alguns moradores conseguiram ter contatos com turistas mas a maioria quase não teve contatos com visitantes reclamando o fato que os turistas vinham para Itaquera somente para assistir aos jogos e depois voltavam logo para o centro da cidade ou para a Vila Madalena, bairro da zona Oeste que tornou-se o lugar de encontro e de festa deles.

Seguem algumas respostas abertas relevadas durante as entrevistas do trabalho de campo no distrito de Itaquera à pergunta: Para você, durante o Mundial de Futebol, houve alguma experiência valiosa no contato com turistas?

No caso dos moradores que conseguiram ter contatos com turistas:

“Foi uma experiência muito boa, o contato com outro mundo”

“Mudei muito a forma de pensar sobre os gringos”

“Fiz muitas amizades e aprendi sobre outras culturas”

“Os japoneses deram uma aula de limpeza e educação, pegando no seu próprio lixo”

(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

No caso dos moradores que não tiveram contatos com turistas:

“O turista não parava em Itaquera, ele só vinha para a zona do estádio e voltava”

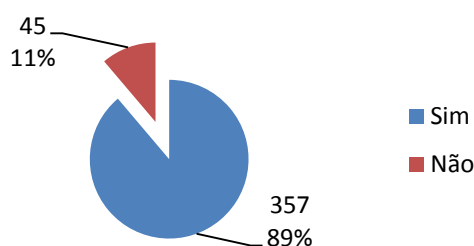
“Os gringos estavam com medo de andarem por Itaquera”

“Os turistas não se hospedaram, apenas vieram para os jogos”

(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

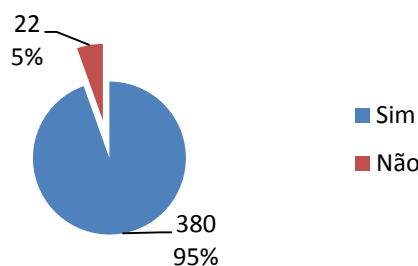
Outro dado significativo sobre o Mundial no blog Itaquera 360 (2014), apresentado pelo Sindicato da Habitação de São Paulo (SECOVI-SP 2014), afirma que os imóveis no entorno do novo estádio, em Itaquera, obtiveram valorização de 83% entre 2009 e 2013, e revela que impactes económicos iniciaram antes mesmo da finalização do estádio. A especulação imobiliária tende a intensificar-se pela região, o que suscita dúvidas a respeito de que tipo de legado e impactes socioterritoriais a competição deixou e deixará para os moradores que vivem no entorno da Arena Corinthians.

Gráfico 18: Opinião dos inqueridos sobre o fato de ter havido aumento ou não no valor para aquisição dos imóveis (compra) no distrito de Itaquera



Fonte: QPMIMMFB, 2014

Gráfico 19: Opinião dos inqueridos sobre o fato de ter havido aumento ou não no valor para aluguer de imóveis (casas, lojas etc.) no distrito de Itaquera



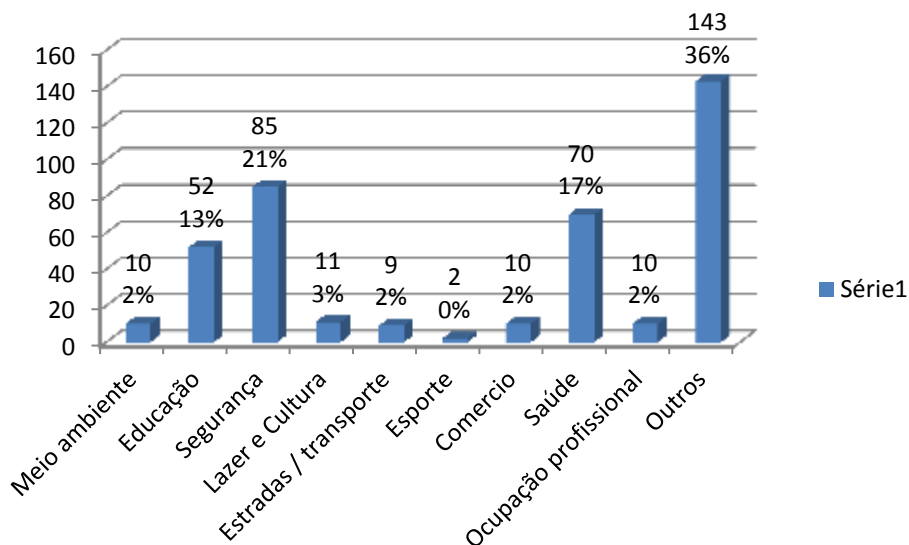
Fonte: QPMIMMFB, 2014

Para muitos brasileiros e moradores do distrito de Itaquera, o Mundial de Futebol de 2014 tem sido um desperdício de dinheiro público.

O dinheiro poderia ter sido investido principalmente nas áreas da saúde, da segurança e da educação²⁸, assim como demonstram os dados da pesquisa efetuada em Itaquera.

²⁸ Ver anexo U e V: Arte urbana: Inconformidade das pessoas perante o Mundial (1,2)

Gráfico 20: Opinião dos inqueridos sobre o setor que ainda precisa de mais investimentos em Itaquera

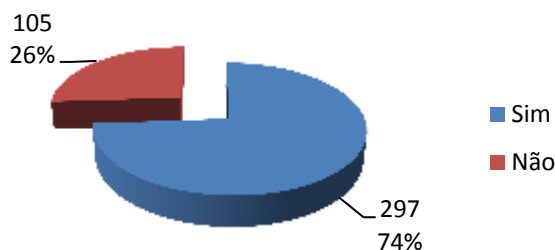


Fonte: QPMIMMFB, 2014

O item da tabela “outros” consiste fundamentalmente em respostas que juntam os três setores da Educação, da Segurança e da Saúde, portanto a percentagem destes três setores aumenta notavelmente até chegar acerca de 60%.

Segundo a investigação realizada, poucas pessoas estão felizes no país do futebol e principalmente em Itaquera - São Paulo, lugar onde foi desenvolvido o trabalho de campo. A maioria das pessoas entrevistadas afirma de gostar de futebol, e não podia ser de outra maneira considerando que é uma nação que vive e respira quotidianamente o futebol.

Gráfico 21: Opinião dos inqueridos sobre o seu gosto pelo futebol ou não

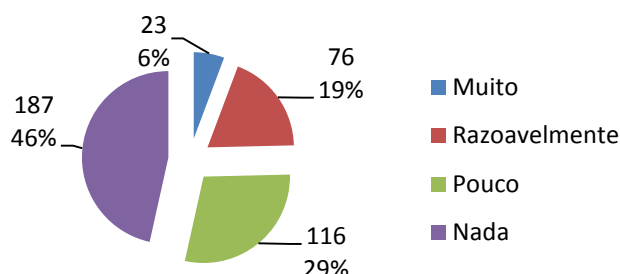


Fonte: QPMIMMFB, 2014

Mesmo assim, não existe família que não tema pela segurança dos seus familiares, quando saem ou quando ficam em casa a qualquer hora do dia ou da noite.

Os ricos vivem dentro de complexos residenciais fortificados e vigiados e viajam em carros blindados num estado de perene tensão. A classe média sabe que, em qualquer momento, um parente ou um amigo pode perder a vida num assalto.

Gráfico 22: Opinião dos inqueridos sobre a melhoria do nível de segurança no distrito de Itaquera após o Mundial de Futebol 2014



Fonte: QPMIMMFB, 2014

A seguir, as respostas abertas de dois inqueridos sobre a melhoria do nível de segurança no distrito de Itaquera após o Mundial de Futebol 2014:

“A polícia mata sem averiguar”; “Não existe segurança nenhuma, a segurança só melhorou durante o mês da Copa”

(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

5.9 O Mundial de Futebol: mais prejuízos que benefícios para Itaquera?

Diante dos investimentos para o Mundial de Futebol, que decorreu desde 12 de Junho até 13 de Julho de 2014, muitos brasileiros se perguntaram por que aqueles recursos não foram investidos na educação, na saúde, na segurança, na habitação, nos transportes e no saneamento básico. A pergunta emerge do fato que, para fazer diminuir a violência, estes investimentos seriam muito mais úteis do que as operações da polícia.

Eis as respostas abertas dos inqueridos sobre as obras realizadas para o Mundial de Futebol:

“Deixaram de fazer obras necessárias para o bem estar dos moradores”

“algumas pessoas podem ter gostado do estádio, mas eu acho desnecessário, acho que deviam ter pensado mais na melhoria da sociedade de Itaquera”.

(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

Algumas exigências da FIFA eram contrárias à lei brasileira. Foi preciso, por exemplo, revogar a interdição de venda de álcool nos estádios – prevista como mecanismo de inibição da violência – ao fim de satisfazer a marca de cerveja Budweiser, um dos patrocinadores do Mundial.

“Desculpem por parecer arrogante, mas isto não é negociável”, falou Jerome Valcke (2014), ex número dois da FIFA que a distância de um ano do Mundial foi envolvido no mega

escândalo de corrupção da FIFA. As obrigações do país foram consagradas na tão controversa “Lei geral do Mundial”.

O texto restringe especialmente o direito de ir e vir nos dias de jogo, que os municípios das cidades declararam feriados para reduzir os transtornos causados aos moradores da zona dos estádios. De fato, além de dispor de um ingresso, estes deviam ser munidos de uma acreditação para circular aos redores das arenas. Segundo Rayes e Chahine (2014) no Jornal francês Libération, no mês de Maio de 2014, antes do Mundial, a Corte Suprema julgou como constitucionais três pontos desta lei que tinham sido contestados pelo procurador geral. Por ser feriados os dias em que decorriam os jogos, provocou um mal-estar geral sobretudo entre os vendedores e os comerciantes. Muitos moradores de Itaquera entrevistados durante o trabalho de campo, de fato, declararam o seguinte sobre as atividades comerciais durante os dias de jogos em Itaquera:

“Tivemos prejuízo por não poder abrir”

“Houve um prejuízo no comércio, pois não podíamos trabalhar nos dias dos jogos”.

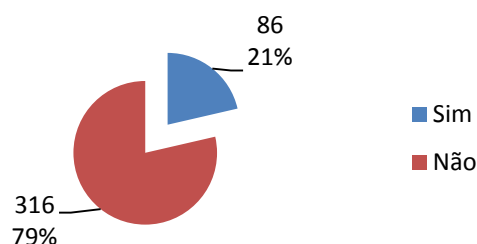
(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

Os habitantes da Favela da Paz, a única favela no distrito de Itaquera na Zona Leste de São Paulo, não digeriram as propostas condescendentes do presidente da UEFA Michel Platini (2014) que, um mês antes do início do Mundial, declarou:

“Façam um esforço durante um mês, acalmem-se. Precisa dizer aos brasileiros que eles têm o Mundial e que eles estão alí para mostrar a beleza do seu país e a sua paixão pelo futebol. Se eles pudessem esperar pelo menos um mês antes de fazer protestos sociais, isto seria bom para o Brasil e para todo o planeta futebol”.

A alguns meses do fim do Mundial, os habitantes de Itaquera insatisfeitos declararam: “Nós somos adultos, não somos crianças, não é ele que nos tem que dizer, o que devemos ou tínhamos que fazer”. “Habitualmente, durante o Mundial, eu ocupo-me das decorações no bairro. Mas neste Mundial eu não fiz nada”. Os moradores de Itaquera não estão irritados somente com a FIFA, mas também com a própria seleção brasileira de futebol que saiu humilhada do Mundial nas meias-finais frente à Alemanha ao perder por 7-1: “Os jogadores da Seleção só pensam no dinheiro, esta gente não tem nada a ver conosco, eles ganham milhões de dolares enquanto nós temos apenas o que comer”. Esta infelicidade e falta de autoestima percebeu-se também depois das entrevistas no trabalho de campo:

Gráfico 23: Opinião dos inqueridos sobre o aumento ou não da própria autoestima após a realização do Mundial de Futebol



Fonte: QPMIMMFB, 2014

É notável, um descontentamento geral. Os tempos do futebol-arte e dos jogadores intocáveis parecem pertencer ao passado. As classes médias brasileiras quiseram e querem demonstrar ao mundo que eles são um povo livre e consciente. “Um professor vale mais que o Neymar”, isto foi e continua sendo um dos *slogans* dos professores, continuamente em greve procurando uma revalorização salarial e melhorias nas suas condições de trabalho; “o Mundial é para os ricos. Nós, os pobres, só pagamos a conta!” (Liberati3n, 2014 p. 2-5). O senhor Jo3o, como muitos aqui, ele vem de Itaquera, o bairro popular onde encontra-se a arena toda nova. A sua constru3o, assim como as obras ao redor do est3dio para dar acesso e melhorar a circula3o, fizeram subir os pre3os e as rendas de casa da zona. E isto tamb3m na Favela da Paz em Itaquera, onde o senhor Jo3o vivia com a sua mulher e os seus filhos. A renda de casa dele subiu do 50%, foi assim que o senhor Jo3o inscreveu-se ao Movimento dos Trabalhadores sem Teto (MTST), fato que lhe custou a perda do seu antigo emprego, que era um pouco melhor remunerado que o novo emprego. No Brasil cerca de 7 milh3es vivem em condi3es prec3rias e insalubres. Muitas destas fam3lias s3o obrigadas a partilhar o mesmo teto ou aquelas que devem consagrar pelo menos o 30% das suas entradas para a renda (Rayes e Chahine, 2014). “As rendas de casa subiram muito, empurrando os mais desfavorecidos para as periferias, onde os servi3os p3blicos s3o ainda mais prec3rios. N3s reivindicamos os nossos direitos 3 cidade” afirma Josu3 Rochas (2014), coordenador do Movimento dos Trabalhadores sem Teto.

Por muito tempo na sombra do seu *3lter ego* rural, o famoso Movimento dos camponeses sem terra, o MTST, conseguiu ultimamente impor-se como um dos principais atores sociais do Brasil. Pr3ximo ao Partido dos trabalhadores, a organiza3o reivindica a sua autonomia. Josu3 Rochas (2014) continua denunciando que:

“Na maior parte das grandes cidades, a crise das moradias agravou-se. Trata-se do efeito perverso do crescimento econ3mico dos anos Lula assim como do Mundial de Futebol, que desencadearam a especula3o imobili3ria. Na aus3ncia duma verdadeira regula3o, as rendas subiram de +97% em S3o Paulo durante os 3ltimos seis anos, afastando os mais pobres contra a pr3pria vontade para lugares perif3ricos”.

O MTST critica também o ambicioso plano de construção de habitações populares iniciado por Lula em 2009, denominado como “Minha casa, minha vida”. Este programa pretendia subvencionar a aquisição de apartamentos para os mais desfavorecidos, mas ele nunca alcançou o seu objetivo. “O setor da construção, temendo ver as suas margens de lucro reduzidas, construiu poucas habitações por pequenos ganhos” afirma Rocha (2014).

Além disso, segundo a pesquisa realizada em Itaquera, as obras para a construção do novo estádio de Itaquera “Arena Corinthians” e as infraestruturas ao seu redor provocam, cada vez que chove, alagamentos e enchentes na região. Isto foi um grande prejuízo e legado negativo que o Mundial trouxe para Itaquera e que ainda está longe de haver solução.

Eis as opiniões dos inqueridos sobre os efeitos mais significativos para o distrito de Itaquera a partir da realização do Mundial de Futebol 2014:

“Deixaram de fazer obras necessárias para o bem dos moradores”

“Desviaram o rio para a construção do estádio e agora temos alagamentos constantes”.

(Fonte: QPMIMMFB, 2014)

5.10 Uma análise dos resultados por relação à percepção do Governo e das Entidades Administrativas envolvidas na organização do Evento

O Governo, as outras entidades administrativas envolvidas na organização do Mundial, bem como uma minoria da população entrevistada em Itaquera, entretanto, possuem uma visão completamente diferente da situação. Na página web da revista Uol, Gilberto Carvalho (2014), secretário geral da Presidência da República, escreveu:

“A crítica que ouvi mais frequentemente é que a administração federal tem subtraído fundos à saúde e à educação para organizar o Mundial. É uma lenda sem lógica nem fundamento. O Governo Federal não sustentou despesas diretamente ligadas ao Mundial. Nem é verdade, como afirmam os mais críticos, que por causa destes investimentos, a educação e a saúde estejam numa situação péssima. Antes de todo porque, os 25,6 bilhões de reais (8,3 bilhões de euros) que foram investidos desde 2010 para os estádios e as obras de infraestruturas públicas do Mundial, não são comparáveis aos 825,3 bilhões de reais (268,6 bilhões de euros) que o Governo Federal tem investido pela educação e pela saúde neste mesmo período. Os estádios custaram 8 bilhões de reais (2 bilhões de euros) e o Governo contribuiu com 3,9 bilhões de reais (1 bilhão de euros) através financiamentos do Banco Nacional de Desenvolvimento Económico e Social (BNDES). Todos os financiamentos deverão ser reembolsados. As obras das cidades que acolheram os jogos do torneio, custaram ao Governo 17,6 bilhões de reais (4 bilhões de euros). São obras de aeroportos, transportes públicos e telecomunicações, todas obras que ficarão também depois do Mundial para o uso e a vantagem do país”.

Sabemos bem que os empregos relacionados à preparação do torneio foram quase todos temporários, e a pesquisa desenvolvida em Itaquera confirma isto. Se, como afirma Carvalho (2014), os investimentos para o evento foram mínimos e o dinheiro voltará nas caixas públicas, a despesa para setores realmente necessários é ainda mais baixa, considerando as dimensões do problema. Com ou sem o Mundial, os 825,3 bilhões de reais investidos no mesmo período na saúde e na educação, não servirão para melhorar em maneira significativa a situação. É preciso multiplicar os investimentos para melhorar também os transportes e os sistemas de saneamento do país. As enormes despesas efetuadas para o Mundial, exigidas em grande parte pela FIFA, alimentaram e alimentam ainda as contestações que sacodem o Brasil (Lins, 2014).

Quanto custou o Mundial? 25,6 mil milhões de reais, isto é, 8,3 bilhões de euros. Mas foram, sobretudo, as obras de transporte e infraestrutura rodoviária que não estavam relacionadas somente com a competição. E o custo propriamente dito de construção e de modernização dos doze estádios do Mundial foi de 2,6 bilhões de euros (Rayes e Chahine, 2014).

Segundo Dilma Rousseff (2014), os financiamentos privados fizeram *default*, enquanto a FIFA assegurou o contrário. Os bancos públicos, que emprestam com taxas bonificadas foram constrangidos a intervir. Estes empréstimos serão devidamente reembolsados, continuou a presidente do Brasil, afirmando que nem um tostão saiu do orçamento do Estado Federal. Mas ela não mencionou nem as contribuições diretas dos estados federais nem as concessões fiscais concedidas às empresas que desenvolveram as obras dos estádios. Logo, o país teve que se “submeter” aos “*standards* FIFA” e os estádios custaram mais caro que o previsto mas, segundo o Governo, o Mundial não tocou nem minimamente o orçamento federal (Rayes e Chahine, 2014).

Porque então as despesas do Mundial foram e são ainda contestadas? Existiam outras prioridades num país onde as carências sociais são patentes, afirma a maioria da população. Os famosos “*standards* FIFA” dos estádios chocam-se ultrajosamente com a péssima qualidade dos serviços públicos. Por outro lado, existe também uma parte de desinformação sobre o fato se os orçamentos sociais, por exemplo, foram afetados ou menos para o Mundial. Pretender que o dinheiro utilizado na competição pudesse resolver o problema da educação é um exagero. Estas despesas só representaram 9% dos 91 bilhões de euros que o Estado brasileiro destina anualmente para a escola. O Governo e o Partido dos Trabalhadores tomaram consciência que eles mesmos, assim como os meios de comunicação, não souberam comunicar e explicar bem este assunto à população e à sociedade brasileira no geral (Rayes e Chahine, 2014).

Os céticos contestam principalmente a conta das despesas dos estádios que rondou em torno de 36%, oficialmente, para obedecer às normas dos padrões FIFA. Segundo o gabinete de auditoria KPMG (2010), atualmente a metade das vinte arenas mais caras do mundo são

brasileiras. No terceiro lugar, com um custo de 6.200 euros por assento, figura o estádio de Brasília, que corre fortemente o risco de permanecer vazio depois do Mundial, um verdadeiro “elefante branco”, dada a ausência duma equipa de futebol forte e digna do nome da capital do país.

Outros motivos de decepção foram os atrasos nas obras de transporte (metros, comboios, aeroportos, estradas), apresentados como os legados do Mundial para a população. Considerando os precedentes, os brasileiros se perguntam se estas obras um dia serão concluídas. Previstas há muito tempo, estas obras não iam começar num curto espaço de tempo, considerando a pesada maquina burocrática num estado federal. O Governo aproveitou da ocasião de poder acolher o Mundial de Futebol para remeter em caminhos as obras e, praticamente, está doravante preso em sua própria armadilha (Rayes e Chahine, 2014).

O Brasil é o único país do mundo que participou em todas as edições dos Mundiais de Futebol, é o único país do mundo que já ganhou 5 vezes este torneio e na edição de 2014 foi a segunda vez que o Brasil organizou o Mundial de Futebol. Mas o que o Brasil realmente ganhou sendo o país anfitrião do Mundial? Segundo Carvalho (2014), com o Mundial o país obteve ganhos nas seguintes áreas: foram 33 biliões (€ 7,4 biliões) destinados para infraestrutura, 25 biliões (€ 5,6 biliões) na arrecadação do turismo e o Brasil arrecada ainda mais de 18 biliões de reais (€ 4 biliões), além de gerar mais de 3,5 milhões de empregos, o equivalente a cinco Vales do Rio Doce. Desde 2007 quando o país foi eleito para sediar o Campeonato Mundial de Futebol, o Governo Federal já investiu 7 biliões de reais no Mundial. E a metade destes recursos foram empréstados pelo Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDES) e serão devolvidos ao banco. Neste mesmo período o Governo Federal investiu acerca de 758 biliões de reais (€ 170 biliões) nas áreas de saúde e educação, ou seja, os gastos com o torneio não chegam ao 1% do que é investido em saúde e educação no Brasil. Mas existe outro saldo que o Mundial traz ao país que não podemos demonstrar com números.

De fato, segundo Nádia Campeão, Vice-Prefeita de São Paulo e Coordenadora da Sec. do Mundial em uma entrevista no Jornal Liberati3n (2014):

“A capacita33o dos recursos humanos, dos pr3prios brasileiros para realizar coisas grandiosas e o fato que nas 12 cidades a gente tem as equipas do governo do estado, do governo federal, iniciativa privada e as equipas de futebol para organizar um evento deste tamanho. Isto vai deixar muito saldo”.

Quando se trata de falar sobre o Mundial, a m3dia corporativa tenta transformar o que 3 ouro em chumbo e s3 tem olhos para determinados defeitos e problemas e, ao mesmo tempo, desarticula a capacidade de ocultar as conquistas do Brasil e do povo brasileiro. Parte dos meios de comunica33o fazem oposi33o sistem3tica ao poder e 3 presid3ncia de Dilma

Rousseff, promovendo abertamente uma campanha pelo fracasso do Mundial, como se o Mundial tivesse sido uma tragédia. Parece que o Mundial obriga os governos federais, estaduais e municipais a enfrentar problemas antigos, como por exemplo, a mobilidade urbana e a crise do transporte urbano nas grandes cidades brasileiras.

Por conta do Mundial 8 bilhões de reais (€ 2 bilhões) foram investidos em transporte coletivo e em mobilidade urbana, 4 bilhões (€ 1 bilhão) do governo federal e 4 bilhões (€ 1 bilhão) dos governos locais (Ministério do Esporte, 2012 *apud* Branski *et al.*, 2013). E os aeroportos também foram ampliados e modernizados. Com efeito, hoje em dia felizmente não é só uma elite que viaja pelo mundo de avião, mas também o resto do povo tem esta possibilidade.

Tabela 22: Obras de mobilidade urbana nas principais cidades-sede do Mundial de Futebol 2014

Cidade	Mobilidade urbana
Brasília	Implantação de Veículo Leve sobre Trilho (VLT); Ampliação da Capacidade da Rodovia
Curitiba	Implantação de três corredores de ônibus; Implantação de <i>Bus Rapid Transit</i> (BRT); Construção de uma via; Implantação de Sistema Integrado de Monitoramento
Belo Horizonte	Implantação de BRT; Construção de duas vias; Corredor exclusivo para autocarros; Implantação de ciclovias; Expansão da Central de Controle de Trânsito
Cuiabá	Implantação de VLT; Duplicação da avenida e implantação de corredor de autocarro; Adequações várias e de acessibilidade
Manaus	Implantação de BRT; Construção de Monotrilho
Fortaleza	Implantação de um VLT e três BRTs; Construção de uma via expressa; Construção de duas estações de metro
São Paulo	Construção do monotrilho; implementação do ferroanel; abertura de novas linhas e estações de metro e comboio de interligação entre o aeroporto e a cidade
Natal	Reestruturação de avenida; Implantação de acesso ao novo aeroporto; Implantação de uma via; Implantação de um corredor estruturante
Porto Alegre	Implantação de quatro corredores de autocarros; Implantação de três BRTs; Prolongamento de Via; Complexo da Rodoviária
Rio de Janeiro	Implantação de BRTs; Abertura de novas estações de metro
Recife	Implantação de dois corredores de autocarros; Implantação de dois BRTs; Construção de terminal de autocarro integrado ao metro.

Fonte: adaptado do Ministério do Esporte (2012) *apud* Branski *et al.* (2013)

Tabela 23: Investimentos no sistema do transporte brasileiro

Sistema de transporte	Investimentos (em milhões de reais)
Aeroportos	4,8 (€ 1,07)
Portos	0,7 (€ 0,15)
Mobilidade urbana	11,5 (€ 2,5)
TOTAL	17 (€ 3,8)

Fonte: Ministério do Esporte (2010)

Segundo Joel Benin (2014), assessor para Grandes Eventos do Ministério dos Esportes, numa entrevista realizada pela BBC Brasil, cada real investido no Mundial de Futebol, foi multiplicado por cinco, um adicional de aproximadamente 65 bilhões de reais (€ 15 bilhões) ao PIB brasileiro.

Afinal por que o Mundial foi realizado no Brasil? E por que a polêmica sobre o Mundial está sempre relacionada com a disputa política e o operar do Governo? O que está por detrás da campanha negativa sobre o Mundial?

À medida que o tempo passava, a campanha para o fracasso do Mundial foi perdendo a sua força e a verdade prevaleceu. Por que os protestos contra o Mundial não aconteceram na época em que o Brasil foi eleito para sediar o evento? Por causa das eleições políticas. Todos os anos em que ocorrem as eleições presidenciais sempre foram anos de tensões.

Olhando para o slogan “*não vai ter Copa*”, como é possível que uma minoria num país democrático, se ache no direito de proclamar que não vai haver Mundial? Outra questão é que estas manifestações contra o Mundial colocaram um sinal de antagonismo, entre o Mundial, educação, saúde e outros direitos do povo.

Nos últimos anos ficou bem claro que o Brasil pode dar atenção às suas responsabilidades sociais e neste período do Mundial houve um aumento nos investimentos da saúde e educação. Mas mesmo assim há muito a fazer para que estes dois setores sejam como os brasileiros merecem. Porém, isto não quer dizer que haja uma incompatibilidade entre o Mundial e a melhoria da saúde, da segurança e da educação.

Capítulo VI – CONSIDERAÇÕES FINAIS

6.1 Conclusões

Durante todo o trabalho observou-se como os eventos conseguem influenciar de modo determinante a imagem e a percepção de um destino turístico, constituindo verdadeiros instrumentos de marketing territorial, o que aumenta a atratividade de um destino através da valorização das suas características distintivas, podendo mesmo, trazer importantes benefícios socioterritoriais para as populações anfitriãs. O marketing territorial se for gerido de forma adequada, isto é, com um envolvimento dos residentes, das empresas e das instituições locais, pode originar investimentos no território, crescimento económico, maior coesão social e fortalecimento da identidade local.

Evidenciou-se também que nem todos os territórios podem competir para acolher e organizar os megaeventos e vice-versa. Conseguiu-se ainda propor uma categorização para os megaeventos que tivesse em consideração a escala territorial, a dimensão de um evento e as motivações pelas quais o mesmo é realizado. Para o efeito, recorreram-se às diferentes definições dos autores encontradas (Ritchie 1984, Getz 1997, Roche 2000, Tenan 2002, Allen *et al.* 2003, Pedro *et al.* 2005), pelo que no final propou-se uma classificação dos eventos que tivesse em apreciação diferentes critérios como:

- A finalidade;
- A periodicidade;
- A área de abrangência;
- A zona de ação ou o âmbito;
- O público-alvo;
- O nível de participação;
- O porte, escala ou dimensão
- A tipologia

Sucessivamente, procedeu-se à análise dos possíveis impactes que um megaevento pode originar e aos legados que ficam como herança sobre o território. Com base em algumas classificações propostas por Ritchie (1984), Allen *et al.* (2003), Cashman (2005) e Preuss (2006b) distinguiram-se os diversos impactes tendo em consideração a tipologia (económicos, socioculturais, físicos e ambientais, turísticos e comerciais, psicológicos, políticos e administrativos), o seu grau de tangibilidade e/ou intangibilidade, os seus efeitos no tempo (a longo e/ou a curto prazo), bem como a sua condição de efeito (positivos e/ou negativos).

Em particular focou-se na análise dos impactes a nível socioterritorial e verificou-se que as consequências de uma gestão pouco cuidadosa dos interesses dos moradores, pode gerar aversão ao evento com a percepção errada do objetivo do mesmo. Se os moradores forem envolvidos nas primeiras fases de planeamento é possível ter:

- Maior valorização de tradições e elementos da cultura local;
- Clima de decisão menos conflituoso;
- Legados positivos no território;
- Maior sucesso do evento no geral.

Evidenciaram-se as críticas que os megaeventos podem ter quando são organizados por países emergentes, porque nestes países, a procura de serviços ainda não está suficientemente desenvolvida e apenas uma estreita faixa da população local é que obtém os benefícios derivantes dos investimentos. Viu-se que por norma, as faixas mais débeis é que sofrem os efeitos negativos, tais como expropriações e deslocações (as vezes forçadas) da população residente, nas áreas de interesse. Tais dinâmicas alargam claramente a desigualdade entre a população de um determinado território, o que aumenta os desequilíbrios territoriais e sociais (Preuss, 2007a *apud* Rubio, 2008). Mesmo assim as cidades continuam a competir para obter o direito de organizar megaeventos. Num período de reestruturação económica e de globalização, a promoção de megaeventos tornou-se uma opção estratégica fundamental para promover importantes projetos de renovação das áreas urbanas, publicitar o seu perfil, atrair novos investimentos internos e desenvolver as suas economias (Essex e Chalckley, 2004).

Como se viu, as cidades e os territórios devem sempre chamar a atenção dos meios de comunicação internacionais, conseguir atrair investimentos, turistas e também trabalhadores qualificados. Para fazer isto os territórios devem render-se atrativos, eficientes, capazes de se renovar e fornecer toda uma gama de infraestruturas e serviços procurados tanto pelas empresas como pelos próprios turistas. Mesmo assim, não é vantajoso competir a nível global para organizar megaeventos e realizando elevados investimentos em infraestruturas, se tais projetos não são incluídos num plano de reorganização global do sistema urbano de referência.

Um aumento na qualidade dos serviços e infraestruturas, (graças aos investimentos necessários para realização de um megaevento), cria atritos nos países emergentes, porque possuem uma baixa procura e, sobretudo para o caso dos estádios, um fraco uso e problemas de manutenção depois da conclusão do evento. Também no caso dos países avançados veem-se frequentemente obras ou infraestruturas que se não são projetadas em função dos cidadãos, ficam quase como vestígios de um glorioso passado. Segundo Essex e Chalkley (2003), as necessidades e as circunstâncias das cidades anfitriãs não são sempre iguais.

Por exemplo, em alguns casos, foram necessários elevados investimentos para melhorar a saúde pública e os padrões ambientais para chegar a conformar os turistas, enquanto que em cidades mais desenvolvidas não foi preciso nenhum tipo de investimento. Em suma, os megaeventos, portanto, se não estão inseridos em um plano de desenvolvimento da cidade, correm o risco de não restituir os benefícios e os legados esperados e desejados.

Da análise e dos exemplos propostos emergiram outras criticidades acerca do efetivo uso das estruturas e infraestruturas construídas para acolher os megaeventos. Tais obras, de fato, assim como observou-se para o caso da África do Sul e para algumas cidades brasileiras quais Brasília, Manaus, Natal e Cuiabá, depois do fim do evento, correm o risco de ficar inutilizadas, ou de ter custos demasiado altos de gestão e manutenção ordinária pelo qual é difícil encontrar quem possa geri-los. Entretanto os territórios que têm acolhido um megaevento tendem a competir ainda para acolher novamente outros eventos de escala internacional ou global, mas desta vez reutilizando as estruturas já existentes ao fim de recuperar os custos dos investimentos efetuados. Este tipo de estratégia também não é priva de problemáticas, pois os padrões e as necessidades estruturais e infraestruturais mudam também bastante rapidamente, portanto para poder acolher novamente um megaevento poderiam ser necessários novos investimentos. Este é o caso sobretudo dos países emergentes. Uma proposta concerne as possibilidades para os territórios que querem competir na escala global e que querem atrair mais investimentos, capital humano, fluxos turísticos, etc., de dotar-se de uma série de eventos colaterais, ou de gerir em maneira orgânica a própria exposição e organização territorial necessária para acolher megaeventos.

Na avaliação relativamente ao que o Mundial de Futebol deixou para o Brasil, na maior cidade do país, São Paulo, as opiniões se dividem entre elogios e críticas, sobretudo dos moradores do distrito de Itaquera que foram entrevistados. Milhões de pessoas assistiram no mundo inteiro, todos olhando para o Brasil. Mas ninguém olhou e está a olhar tanto como os brasileiros. O Mundial de Futebol foi bom para o Brasil? Com certeza que muitas pessoas estavam a favor e outras contra, sendo que a discussão se tornou muito interessante.

Os grupos hoteleiros e turísticos comemoram o Mundial de Futebol, na medida em que na capital paulista foram acolhidos cerca de 500.000 turistas entre estrangeiros e nacionais. Segundo a Prefeitura de São Paulo (2014), o turismo durante o Mundial injectou cerca de mil milhões de reais na economia do município, sendo que a administração reconhece alguns pontos negativos, como o trânsito congestionado em dias de jogos e a invasão de turistas no bairro da Vila Madalena na zona oeste da cidade. Algumas medidas tomadas para tentar resolver estas questões, poderiam ser usadas também em outras ocasiões ou até mesmo se tornarem permanentes. Segundo Nádia Campeão (2014), Vice-Prefeita de São Paulo, tanto as faixas exclusivas ou o horário delas como o “rodízio”, são medidas que vêm sendo estudadas ao lado de outras na secretaria municipal de transporte, e sem dúvida nenhuma, a experiência do Mundial foi válida.

Porém a maioria dos brasileiros considera os ingentes investimentos realizados para a organização do Mundial um absurdo. Muitas pessoas falam que os maiores gastos foram com a construção dos estádios, mas isto é verdade somente em parte. Os estádios custaram 8 mil milhões de reais (€ 2 mil milhões), eles foram necessários para fazer o Mundial e serão palco de muitos outros eventos posteriormente. Mas o maior investimento foi feito em ações que vão

ficar como herança para os brasileiros. Também a grande maioria dos moradores de Itaquera entrevistados consideram que os investimentos que foram necessários para a realização do Mundial de Futebol 2014 tiraram dinheiro que podia ser investido em outros setores mais importantes como: a saúde, a segurança, a educação, a moradia e o saneamento básico. Mas estas afirmações não podem ser consideradas como puras verdades. De fato, desde 2010, quando as obras dos estádios começaram, o governo federal investiu 825 mil milhões de reais (€ 185 mil milhões) em saúde, segurança e educação, isto significa 100 vezes mais e ainda precisa recordar que o financiamento federal para os estádios vai voltar para os cofres públicos. Outro ponto importante foi que o Mundial trouxe muitos turistas estrangeiros para o país, que segundo o site do Esportes r7 (2014) foram 1 milhão, divulgando o Brasil para o resto do mundo. Além disto, 3 milhões de turistas brasileiros a circular pelas cidades-sede do Mundial movimentaram cerca de 25 mil milhões de reais (€ 5,6 mil milhões). Ao todo foram criados cerca de 700 mil empregos, embora na sua maioria de carácter temporário. Em adicional este Mundial foi uma oportunidade para defender causas importantes, como a luta contra o racismo.

Antes de mais, é preciso recordar que na capital paulista, um dos maiores legados foi a construção da Arena Corinthians na Zona Leste, onde o estádio recebeu a abertura do Mundial e outros cinco jogos, o que valorizou o distrito de Itaquera. Em todo o país a construção dos estádios foi a prioridade, de seguida veio a preocupação com os aeroportos (como o novo terminal internacional do aeroporto de São Paulo / Guarulhos).

Analisando a percepção dos moradores do distrito de Itaquera, na zona Leste de São Paulo, acerca da situação atual da região depois de alguns meses do decorrer do megaevento Mundial de Futebol da FIFA 2014, considera-se que as maiores preocupações referem-se aos aspetos fundamentais e essenciais da vida de uma sociedade como a educação, a saúde, a segurança, o saneamento básico e a moradia.

A maioria dos entrevistados em Itaquera considerou que o megaevento só durou no mês em que aconteceu, sem deixar heranças positivas e duradouras para o povo e que houve muita corrupção e desvio de dinheiro face aos importantes investimentos.

Onde se evidencia que os benefícios foram mais significativos, foi no que se refere às infraestruturas no geral, como às instalações desportivas (estádio Arena Corinthians), bem como todas as infraestruturas urbanas como as estradas e vias de acesso. O transporte também foi melhorado através de obras para a melhoria da mobilidade urbana da Zona Leste (sistema de metro e de comboio-CPTM e novos autocarros). A melhoria da imagem de Itaquera também é outro dos benefícios mais destacados pelos moradores com o aumento da visibilidade do distrito que, antes do megaevento, poucos ou quase ninguém conhecia e era considerado um lugar periférico e marginal.

Voltando para a nossa pergunta do início, será que o Mundial de Futebol 2014 foi bom para o Brasil e, em particular, para a cidade de São Paulo? As opiniões dos brasileiros divergem, a maioria possui um ponto de vista negativo e pessimista, porém, uma coisa é certa: os resultados de alguns investimentos são evidentes e, numa ótica mais ampla, olhando também para o futuro, estão a trazer e irão trazer benefícios para a população e para o desenvolvimento da inteira região.

6.2 Limitações da Investigação

Relativamente à análise da literatura, a limitação principal consistiu na impossibilidade de encontrar definições unívocas e pensamentos que concordassem sobre a temática dos eventos, dos megaeventos desportivos e também sobre os impactes e legados de megaeventos no geral. Infelizmente, é necessário sublinhar também a impossibilidade de ter acesso a um número conspícuo de livros, manuais e artigos científicos em Moçambique devido sobretudo à fraca disponibilidade deste material nas bibliotecas. Esta dificuldade foi ultrapassada graças ao material que foi disponibilizado pelos professores da ESHTe e da USP.

Devido ao curto espaço de tempo para a escrita desta dissertação foi decidido juntamente com os orientadores, aprofundar a temática dos fatores socioterritoriais. No entanto abordaram-se também outros aspetos de natureza económica, ambiental, urbanística, psicológica e desportiva, embora superficialmente. Estes aspetos poderiam aprofundar-se mais no futuro.

Outra limitação principal verificou-se durante o trabalho de campo, em particular, no processo das entrevistas de rua, onde a principal dificuldade residiu quando o entrevistado estava com pressa ou não queria ser aproximado ou incomodado. Muitas pessoas preferiam não responder às questões colocadas por problemas de alfabetização ou por ter preconceitos sobre este tipo de ferramenta metodológica. Mesmo assim, conseguiu-se alcançar e ultrapassar o número de respostas desejadas.

Relativamente ao questionário, tentou-se abordar o maior número de problemáticas socioterritoriais possíveis, todavia ainda há outras problemáticas que não foram abordadas pois o número de questões colocadas já permitiam uma fiabilidade de resultados. No final da análise dos dados verificou-se que havia uma questão pertinente que podia ser colocada aos moradores de Itaquera: “É adepto do Corinthians?”. Nesta questão os adeptos do clube iriam dizer com uma maior probabilidade de que o estádio era uma obra importante para a cidade enquanto os outros adeptos poderiam dizer que era importante ou que era um gasto desnecessário.

Como já referido anteriormente, o tipo de amostra obtida das respostas aos questionários sobre a perceção dos moradores do distrito de Itaquera, não se pode considerar como uma amostra universal da perceção geral de toda a população do distrito de Itaquera. De fato, por uma questão de conveniência foram entrevistadas maioritariamente as pessoas que trabalhavam nas lojas comerciais e no Shopping Itaquera.

Isto pode ser considerado uma limitação da investigação, visto que apenas se analisou um determinado ponto de vista de uma parte da população do distrito de Itaquera.

6.3 Futuras linhas de investigação

Embora existam limitações, o presente trabalho pode dar a sua contribuição para futuras linhas de pesquisa. Por exemplo, considera-se conveniente que nos próximos anos continuem os estudos e as pesquisas sobre a implicação e a participação dos moradores em megaeventos como o Mundial de Futebol, (considerando também que em 2016 o Brasil vai acolher os Jogos Olímpicos) permitindo comparar e conhecer a evolução das percepções sobre os mesmos fatores socioterritoriais que foram analisados neste estudo, para poder planejar e organizar futuros megaeventos, tentando evitar os erros já cometidos no passado.

A participação e a organização dos megaeventos devem ser ponderadas com atenção. A preparação das candidaturas, por exemplo, para os Mundiais de Futebol, podem demorar até dois anos. Além disso, as obras previstas para acolher os megaeventos devem ser incluídas sobretudo no seu uso pós-evento. O risco que se corre é de ter obras onerosas e inúteis, sem nenhum verdadeiro benefício para os sistemas territoriais e para a comunidade residente.

Considera-se portanto que para a organização de um evento desportivo da dimensão do Mundial de Futebol, é imprescindível o conhecimento, o apoio e a participação dos moradores em todas as fases do processo: desde a candidatura da cidade, passando pelo planeamento e organização até chegar à celebração do mesmo.

Em futuros estudos sobre megaeventos e em particular sobre a cidade de São Paulo, poderá-se verificar se as infraestruturas de mobilidade urbana construídas para o Mundial de Futebol de 2014 foram concluídas tais como a linha 5 Lilás, a linha 17 de metro que utiliza o sistema de monotrilho ligando o estádio do Morumbi ao aeroporto de Congonhas e o comboio que liga o aeroporto de Guarulhos à cidade que ainda não terminaram. Ou se aquelas que ficaram no papel, como o “trem bala” que ligaria Campinas, São Paulo e o Rio de Janeiro, já estariam concluídas.

Nesta dissertação verificou-se que o Brasil deverá mudar a sua cultura de improvisação, sobretudo na área dos megaeventos, passando a planejar de uma forma mais detalhada. De fato, os especialistas em megaeventos da Universidade de São Paulo afirmam que: “quando se planeja existem grandes possibilidades de acertar, quando não se planeja nunca se acerta”.

No trabalho de campo evidenciou-se durante a interação com os moradores de Itaquera que existe uma corrupção generalizada ligada ao setor da construção, aos ambientes da FIFA e das entidades governamentais. Pelo que no futuro pode-se aprofundar se o atual organismo governamental de combate à corrupção é eficaz com a criação de medidas que mitiguem a atual corrupção.

Mesmo assim, é importante frisar que cada megaevento desportivo poderá apresentar semelhanças com outros que já aconteceram no passado, mas, com certeza, nunca será igual por causa das diferenças “macro” a nível social, territorial, político, ambiental, cultural e do nível de desenvolvimento de cada país e cidade anfitriã.

De fato, como afirma também Perez Campos (2010:83), “tudo pode estar documentado e escrito no plano diretor e inclusive podem-se tomar como referência memórias de eventos anteriores, mas até o momento em que o evento se põe em marcha, não se analisarão as carências que este pode ter”.

BIBLIOGRAFIA

- [1] Alegre, J. e Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*, 37 (1), 52–73.
- [2] Allen, J., O’Toole, W., McDonnel, I., Haris, R. (2003). *Organização e Gestão de Eventos*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- [3] Baade, R. A. e Dye, R. F. (1990). The Impact of Stadium and Professional Sports on Metropolitan Area Development. *Growth and Change*, 21 (2): pp. 1-15.
- [4] Benin, J. (2014). O impacte econômico da Copa do Mundo vai decepcionar? BBC Brasil Disponível em http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/05/140506_copa_economia_ru. Consultado em 30/03/2015.
- [5] Bonis, D. (2013). Arena Corinthians, Itaquera e os problemas que ninguém vê. *Bloogpassatempo*. Disponível em: <<http://jesserosa0.blogspot.com.br/2013/08/arena-corinthians-itaquera-eos.html#comment-form>>. Consultado em: 22/12/2014.
- [6] Braga, F., Sousa, J., Tauane, J., Henrique, L., Ramo, M. (2014). As expectativas dos moradores residentes nos arredores do estádio de Itaquera em relação aos impactos sócio-espaciais referentes ao período pós Copa a curto prazo (Trabalho desenvolvido para a Disciplina de Ciclo Básico de Resolução de Problemas I sob a orientação de Juliana Pedreschi). Escola de Artes Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo.
- [7] Branski, R., Nunes, E., Loureiro, S., Lima, O. (2013). Infraestruturas nas Copas do Mundo da Alemanha, África do Sul e Brasil. *Cad. Metrop. São Paulo*, 15(30), 557-582, jul/dez.
- [8] Brasil (2013). Ministério do Esporte. Portal da Copa 2014. Disponível em <http://www.copa2014.gov.br> acessado em 13/06/2015
- [9] Campeão N. (2014). Entrevista em Liberati3n, Jornal francês. Edição do dia 10/06/2014, p. 2-5.
- [10] Carvalho, G. (2014). Entrevista para a Revista Uol disponível em <http://copadomundo.uol.com.br/>. Consultado em 15/12/2014.
- [11] Carvalho, G. (2014). Entrevista para a Revista Uol em Paulo Lins (2014). Il paese del calcio. *Internazionale 1054*, 38-42.

- [12] Cashman, R. (2002). Impact of the Games on Olympic host cities: university lecture on the Olympics. Disponível em: <http://olympicstudies.uab.es/lectures/web/pdf/cashman.pdf>. Consultado em 17/12/2014.
- [13] Cashman, R. (2005). The Bitter-Sweet Awakening. The Legacy of the Sydney 2000 Olympic Games. Sydney: Walla Walla Press. In, S. & Kang, J.H (2005). Ubiquitous sport: Future of sport enhanced by ubiquitous computing. *Korean Journal of Sport Science*. 16(1). 98-113.
- [14] Catherwood, D. e Van Kirk, R. (1992). *The Complete Guide to Special Event Management*. Business Insights, Financial Advice, and Successful Strategies from Ernst & Young, Advisors to the Olympics, the Emmy Awards and the PGA Tours. New York: John Wiley & Sons.
- [15] Centre for Economics and Business Research (2012). Disponível em <http://www.cebr.com/>. Consultado em 19/03/2015.
- [16] Chalkley, B. e Essex, S. (1999). Urban development through hosting international events: a history of the Olympic Games. *Planning Perspectives*, 14(4), 369-394.
- [17] Clark, G. (2008). *Local Development Benefits from Staging Major Events*. San Francisco: Organization of Economic Cooperation and Development.
- [18] Cohre (2007a). *Olympic Games and Housing Rights*. Geneva: Centre on Housing Rights and Evictions. Disponível em www.cohre.org/mega-events. Consultado em 20/10/2015.
- [19] Consultoria Accenture (2011). *Estádio da abertura do Mundial 2014 como dinamizador do desenvolvimento da Zona Leste e da Cidade de São Paulo – Relatório Final*.
- [20] Cottle, E. (2011). *South Africa's World Cup: a Legacy for Whom?* Durban: University of KwaZulu Natal Press.
- [21] Currie, R., Seaton, S. e Wesley, F. (2009). Determining stakeholders for feasibility analysis. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 41–63.
- [22] D'Andrea, T. (2012). Itaquera, muito além da Copa do Mundo. *Le Monde Diplomatique Brasil* (57). Disponível em <http://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1155>. Consultado em 28/06/2015.
- [23] De Carvalho, R. (2013). Megaeventos esportivos: legados para a economia. Em Marcellino N. (2013), *Legados de megaeventos esportivos*. Campinas, SP: Papirus.

- [24] Delpy, L. (2003). An Introduction to Sport and Adventure Tourism. *Sport and Adventure Tourism*, 1-25, New York: Haworth Hospitality Press.
- [25] De Moraes, V., Powell, B. (1967). Samba da Benção – Canção do Álbum “Vinícius”.
- [26] Departamento de Turismo e Publicidade da Nova Zelândia (1987). *New Zealand tourism report* n°. 38 (November).
- [27] Diaz Armas, R. (2010). La actitud del residente en el destino turístico de Tenerife: evaluación y tendencia. *Revista Pasos de Turismo y Patrimonio Cultural*, 8(4), 431- 444.
- [28] Dossiê da Articulação Nacional dos Comitês Populares da Copa (2011). *Megaeventos e Violações de Direitos Humanos no Brasil*. Rio de Janeiro: CEDECA.
- [29] Dredge, D. (2010). Place change and tourism development conflict: Evaluating public interest. *Tourism Management*, 31, 104–112.
- [30] Duclos Bastías, D. (2012). *Impacto social del Gran Premio de Europa de F1 entre los residentes del municipio de Valencia*. (Dissertação Doutoral). *Facultat de ciències de l'activitat física i l'esport, Universitat de València, España*.
- [31] Ernst & Young (2010). Dossiê Brasil Sustentável – Impactos socioeconômicos da Copa do Mundo 2014.
- [32] Esportes r7 (2014). O Brasil recebeu 1 milhão de turistas estrangeiros durante a Copa. Disponível em <http://esportes.r7.com/futebol/copa-do-mundo-2014/brasil-recebeu-1-milhao-de-turistas-estrangeiros-durante-a-copa-14072014>. Consultado em 25/08/2015.
- [33] Essex, S. e Chalkley, B. (1998). Olympic Games: catalyst of urban change. *Leisure Studies*. 17, 187-206.
- [34] Essex, S. e Chalkley, B. (2003). *Urban transformation from hosting the Olympic Games: university lecture on the Olympics*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics (UAB).
- [35] Essex, S. e Chalkley, B. (2004). Mega-sporting events in urban and regional policy: a history of the Winter Olympics. *Planning Perspectives*. 19(2), 201-232.
- [36] EuroNews (2015). *Mundial de 2022 do Qatar será realizado no mês de Novembro*. Edição do dia 25/09/2015.

- [37] Ferrari, S. (2002). *Event Marketing: i grandi eventi e gli eventi speciali come strumenti di marketing*. Padova: Cedam.
- [38] Fédération International de Football Association (2009). Bidding process for the 2018 FIFA World Cup and the 2022 FIFA World Cup. Disponível em <http://www.fifa.com/mm/document/affederation/administration/99/74/80/20182022invitationobidcirculare.pdf>. Consultado em 21/12/2014.
- [39] Fédération International de Football Association (2015). The history of Fifa World Cup. Disponível em <http://www.fifa.com/about-fifa/who-we-are/history/first-fifa-world-cup.html>. Consultado em 18/01/2015.
- [40] Fédération International de Football Association (2015). Awards World Cups – Top winners, all editions. Disponível em <http://www.fifa.com/fifa-tournaments/awards/index.html>. Consultado em 12/09/2015.
- [41] Folha de São Paulo (2014). Itaquero enfrenta problemas desde o início das obras. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/03/1433112-itaquero-enfrenta-problemas-desde-o-inicio-das-obras-veja-cronologia.shtml>. Consultado em 12/12/2014.
- [42] Gallina, K. (2008). Desenvolvimento e Implantação de Sistema de Auxílio à Organização de Eventos. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design.
- [43] Getz, D. (1991). *Festivals, special events, and tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- [44] Getz, D. (1997). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Corporation.
- [45] Getz, D. (2003). *Theory, Research, and Policy for Planned Events*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- [46] Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communication Elmsford.
- [47] Giacaglia, M. C. (2006). *Organização de Eventos: Teoria e Prática*. São Paulo: Thomson Learning.

- [48] Green, B. e Chalip, L. (1998). Sport tourism as the celebration of subculture. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 275–291.
- [49] Goldblatt, J. (1998). *Special events: best practices in modern event management*. New York: John Wiley & Sons.
- [50] Guala, C. (2002b). Per una tipologia dei megaeventi. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, serie XII, vol. VII, 4.
- [51] Guala, C. (2007). *Megaeventos. Modelos e historias de regeneração urbana*. Roma: Carrocci.
- [52] Gursoy, D., Jurowski, C., Uysal, M. (2002). Resident attitudes: a structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29, 79-105.
- [53] Gursoy, D. e Kendall, K. (2006). Hosting mega events: modelling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 602-624.
- [54] Hall, C. M. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts, Management, and Planning*. London: Belhaven Press.
- [55] Hall, C. M. (1997). Mega-Events And Their Legacies. In Murphy, P. E. *Quality Management in Urban Tourism*. Chichester: Wiley, pp. 73-89.
- [56] Hall, C. M. (2006). Urban entrepreneurship, corporate interests and sports megaevents: the thin policies of competitiveness within the hard outcomes of neoliberalism. *Sociological Review*, 54, 58-71.
- [57] Hall, M. (2005). Australia can host World Cup. *The Sun-Herald*. Disponível em <http://www.smh.com.au/news/football/australia-can-host-world-cup/2005/09/17/1126750168444.html>. Consultado em 18/03/2015.
- [58] Hall, P. (1999). Cities Have Always Used Creativity to Maintain Their Positions as Centers of Invention and Innovation. In *Urban Age*. London: Weidenfeld.
- [59] Herstein, R. e Jaffe, E. (2008). The children's city — The transition from a negative to a positive city image. *Place Branding and Public Diplomacy*.

- [60] Hiller, H. (2000). Mega-Events, Urban Boosterism and Growth Strategies: An Analysis of the Objectives and Legitimations of the Cape Town 2004 Olympic Bid. *International Journal of Urban and Regional Research*, 24 (2), 448-459.
- [61] Instituto Nacional de Estatísticas de Portugal - INE (2009). Estatísticas do Turismo 2009. Lisboa: Instituto Nacional de Estatística, I.P..
- [62] Itaquera 360 blog (2014). Por justiça e proteção. Disponível em <https://itaquera360.wordpress.com/author/itaquera360/> Consultado em 10/02/2015.
- [63] Jago, L. (1997). *Special events and tourism behavior. Department of Hospitality, Tourism and Marketing* (Dissertação de Doutoramento). Melbourne: Victoria University.
- [64] Jago, L. e Shaw, R. (1998). Special events: a conceptual and definitional framework, *Festival Management and Event Tourism*, 5.
- [65] Junior, B. (2014). Entrevista para a Consultoria Accenture. Disponível em <http://www.fielcorinthiano.com/p/arena.html> . Consultado em 20/01/2015.
- [66] KPMG (2010). Auditores Independentes - *Business Magazine* n. 18. Brasil.
- [67] Krippendorf, J. (2003). *Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens* (3ªed.). São Paulo: Aleph.
- [68] Kotler, P. e Keller, K. (2007). *Administração de marketing*. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- [69] Kurtzman, J. e Zahuar, J. (1997). A wave in time, the sport tourism phenomena. *Journal of Sport Tourism*, 4, (2).
- [70] Latiesa, M. e Paniza, J. (2006). Turistas desportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista internacional de sociologia* (RIS), 64(44), 133-149.
- [71] Lee, C., Lee, Y., Wicks, B. (2004). Segmentation of festival motivation by nationality and satisfaction. *Tourism Management*, 25(1), 61–70.
- [72] Lee, C., Lee, Y., Lee, B. (2005). Korea's destination image formed by the 2002 World Cup. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 839–858.
- [73] Lins, P. (2014). Il paese del calcio. *Internazionale* 1054, 38-42.

- [74] Marreiro, C. e Marques, S. (2011). Análise da relação causal entre imagem de destinos, qualidade, satisfação e fidelidade: Um estudo de acordo com a percepção do turista nacional no destino turístico. *Revista Turismo Visão e Ação – Eletrônica*, 13(2), 274-275: Natal.
- [75] Matias, M. (2004). *Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas*. 3ª ed. – São Paulo: Barueri/Manole.
- [76] Mendes, L. (2011). Cidade pós-moderna, gentrificação e a produção social do espaço fragmentado. *Cadernos Metrópole São Paulo*, 13(26), 473-495.
- [77] Milito, M., Marques, S., Alexandre, M. (2013). Percepção do Residente em Relação a Turismo e Megaevento: análise bibliométrica de periódicos internacionais e latino-americanos. *Revista Turismo em Análise – Eletrônica*, 24(3).
- [78] Ministério do Esporte (2010). Impactos econômicos da realização da Copa 2014 no Brasil. Brasília, 31 de Março.
- [79] Nicholls, J., Laskey, H., Roslow, S. (1992). A comparison of audiences at selected hallmark events in the Unites States. *International Journal of Advertising*.
- [80] Ohmann, S., Jones, I., Wilkes, K. (2006). The Perceived Social Impacts of the 2006 Football World Cup on Munich Residents. *Journal of Sport & Tourism*, 11(2), 129-152.
- [81] Pearce, D. (1998). Tourism Development in Paris. *Annals of Tourism Research*, 5(2), 457-476.
- [82] Pedro, F., Caetano, K., Christiani e Rasquilha L. (2005). *Gestão de Eventos*. Lisboa: Quimera.
- [83] Pérez Campos, C. (2010). *Análisis de la calidad del servicio en los eventos deportivos. Calidad percibida y satisfacción de los espetadores y de los deportistas*, Valencia: Universitat de València Servei de Publicacions.
- [84] Platini, M. (2014). Entrevista em Liberati3n, Jornal periódico francês. Edição do dia 10/06/2014, p. 2-5.

- [85] Portal da Prefeitura da Cidade de São Paulo (2014). Itaquera Região Leste. Disponível em:<http://ww2.prefeitura.sp.gov.br/arquivos/secretarias/governo/sumario_dados/ZL_ITAQ UERA_Caderno23.pdf>. Consultado em: 10/12/2014.
- [86] Portal da Transparência - Copa 2014 (2014). Disponível em: <http://www.portaltransparencia.gov.br/copa2014/cidades/execucao.seam?empreendimento=3> Consultado em: 10/12/2014.
- [87] Prefeitura de São Paulo (2010). Programa SP 2040, Visão e Plano de Longo Prazo para a Cidade de São Paulo. Disponível em: http://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/desenvolvimento_urbano/noticias/?p=24254 Consultado em 10/05/2015.
- [88] Presenza, A., Sheehan L. e Ritchie J. (2005). Towards a model of the roles and activities of destination management organizations. *Journal of Hospitality, Tourism and Leisure Science*, electronic journal, 25(3).
- [89] Preuss, H. (2002). *Economic dimension of the Olympic Games: university lecture on the Olympics*. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics (UAB). International Chair in Olympism (IOC-UAB). Disponível em <http://olympicstudies.uab.es/lec/pdf/preuss.pdf>. Consultado em 14/03/2015.
- [90] Preuss, H. (2004). *The Economics of Staging the Olympics: a comparison of the games, 1972-2008*. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- [91] Preuss, H. (2006b). Lasting Effects of Major Sporting Events. *Idrottsforum*, (4), 1–6. Disponível em <http://www.idrottsforum.org/articles/preuss/preuss061213.pdf>. Consultado em 22/12/2014.
- [92] Preuss, H. e Solberg, H. (2006). Attracting Major Sporting Events: The Role of Local Residents. *European Sport Management Quarterly*, 6 (4), 390 - 412.
- [93] Preuss, H. (2007a). Winners and Losers of the Olympic Games, *apud* Rubio, K. (2008) *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. Casa do psicólogo: São Paulo.
- [94] Quivy, R. e Campenhoudt, L. (1995). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (4.^a edição). Lisboa, Portugal: Gradiva.
- [95] Rayes, C., Chanine, M. (2014, 10 de Junho). Les exclus du Mondial. *Libération*, p. 2-5.

- [96] Resolução GECOPA n. 14 (2012). Plano de Turismo para o Mundial de Futebol 2014. São Paulo: Diário Oficial da União.
- [97] Ritchie, J. (1984). Assessing the Impact of Hallmark Events: Conceptual and Research Issues. *Journal of Travel Research*, 23 (1), 1-10.
- [98] Rocha J. (2014) Entrevista em Liberati3n, Jornal peri3dico franc3s. Edi33o do dia 10/06/2014, p. 2-5.
- [99] Roche, M. (1992). Mega events and micro-modernization: on the sociology of the new urban tourism. *British Journal of Sociology*.
- [100] Roche, M. (2000). *Mega-events and Modernity: Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. London: Routledge.
- [101] Rolnik, R. (2009). Documento da relatora especial ONU: Para um alojamento sustent3vel, 18 Dezembro 2009.
- [102] Rose, A. (2002). *Turismo: planejamento e marketing - aplica33o da matriz de portf3lio para destina33es turisticas*. S3o Paulo: Manole.
- [103] Rousseff, D. (2014). Discurso da Presidenta da Rep3blica, Dilma Rousseff, durante apresenta33o oficial da Ta3a da Copa do Mundo pela Fifa. Portal Planalto publicado em 02/06/2014. Disponivel em <http://www2.planalto.gov.br/acompanhe-o-planalto/discursos/discursos-da-presidenta/discorso-da-presidenta-da-republica-dilma-rousseff-durante-apresentacao-oficial-da-taca-da-copa-do-mundo-pela-fifa> Consultado em 28/07/2015.
- [104] Rubio, K. (2008). *Megaeventos esportivos, legado e responsabilidade social*. S3o Paulo: Casa do psic3logo.
- [105] S3o Paulo Outlook (2012). An overview of the business setor that will spur S3o Paulo's growth. Edition n.35 ISSN 1808-9240.
- [106] Sousa, M. (2011). *Como fazer investiga33o, disserta33es, teses e relat3rios*. Lisboa: Lidel.
- [107] Tenan, I. (2002). *Eventos*. 2ª ed. S3o Paulo: Aleph (Colec33o ABC do Turismo).
- [108] United Nations World Tourism Organization – UNWTO (2012). *Tourism highlights: 2012 edition*. Madri: UNWTO.

- [109] Uvinha, R. (2013). Megaeventos esportivos: legados para o turismo e a hotelaria. Em Marcellino N. (2013), *Legados de megaeventos esportivos*. Campinas, SP: Papius.
- [110] Valcke, J. (2014). Entrevista em Liberati3n, Jornal peri3dico franc3s. Edi33o do dia 10/06/2014.
- [111] Veal, A. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. S3o Paulo: Aleph.
- [112] Vicente, P., Reis, E., Ferr3o, F. (1996). *Sondagens – A amostragem como factor decisivo da qualidade*. Lisboa: Edi33es S3labo.
- [113] Watt, D. (2005). *Gest3o de eventos em lazer e turismo*. Porto Alegre: Bookman.
- [114] Yin, R. (2003). *Case study research: Design and methods*. SAGE, Thousand Oaks.
- [115] Entrevistas n3o confidenciais:
Omori Bruno (2014). Presidente da Associa33o dos Hot3is de S3o Paulo.
Rocha Josu3e (2014). Coordenador do Movimento dos Trabalhadores sem Teto.
- [116] Entrevistas confidenciais:
Entrevistado n.1: Senhor Jo3o, morador do distrito de Itaquera em S3o Paulo.
Entrevistado n. 2: Guilherme Pereira do Prado, Educador no SESC Interlagos (Atualmente no SESC Jundi3i).
Entrevistado n.3: Felipe De Oliveira, morador do distrito de Itaquera em S3o Paulo.
Outros entrevistados: Membros da Associa33o de Moradores de Itaquera (2014, 2015)
Professores e estudantes da EACH – Universidade de S3o Paulo (USP).

ANEXOS

ÍNDICE DE ANEXOS

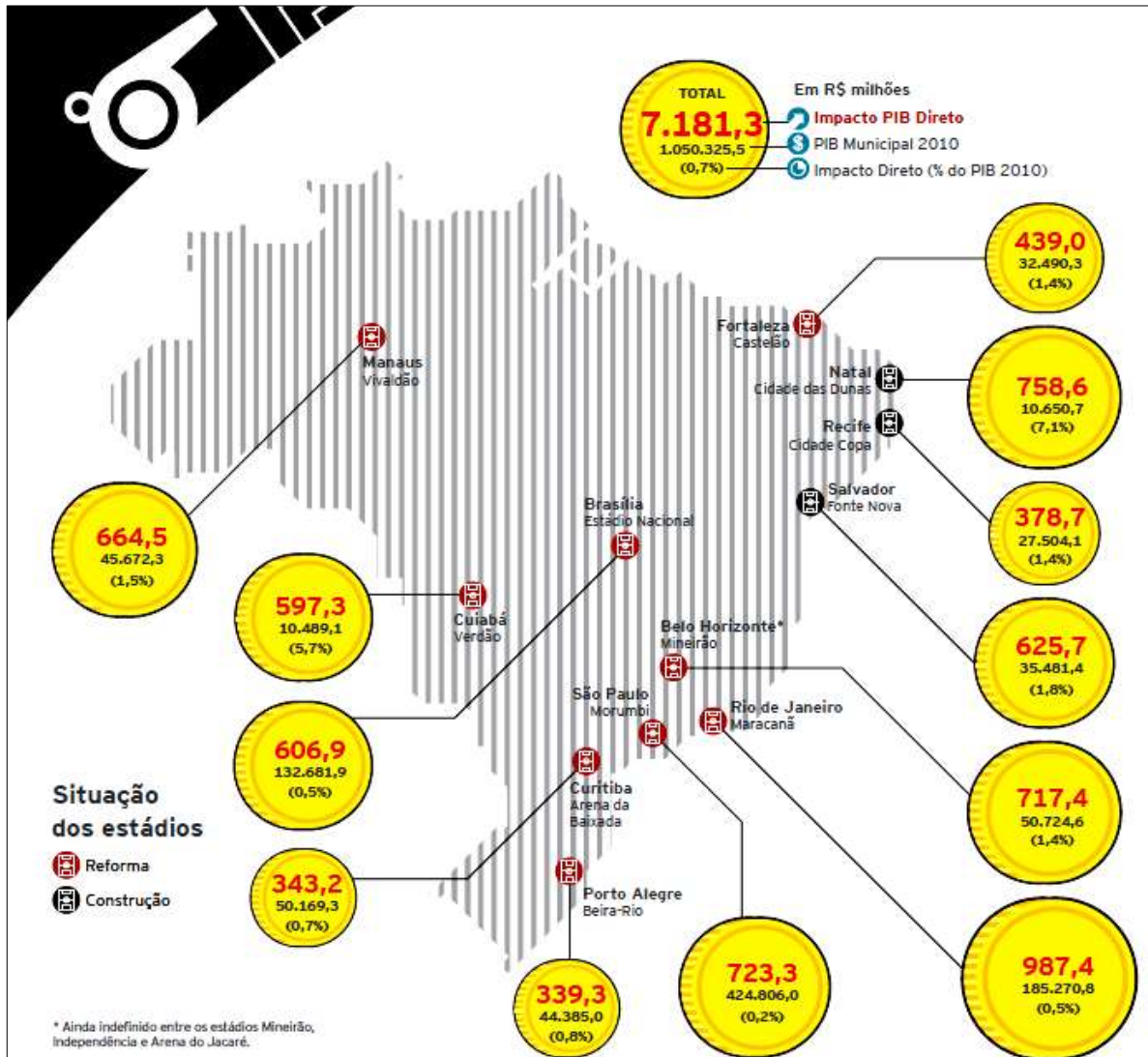
ANEXO A – AS EDIÇÕES DOS MUNDIAIS DE FUTEBOL ATÉ 2014.....	119
ANEXO B – AS DOZE CIDADES-SEDE E OS INVESTIMENTOS PARA OS ESTÁDIOS.....	120
ANEXO C – INVESTIMENTOS PARA O MUNDIAL DE FUTEBOL 2014 (1).....	121
ANEXO D – INVESTIMENTOS PARA O MUNDIAL DE FUTEBOL 2014 (2).....	121
ANEXO E - INVESTIMENTOS PARA O MUNDIAL DE FUTEBOL 2014 (3).....	122
ANEXO F – OBRAS DE INTERVENÇÃO EM RODOVIAS NO BRASIL PARA O MUNDIAL DE 2014.....	122
ANEXO G – CHEGADAS DE TURISTAS INTERNACIONAIS.....	123
ANEXO H – AS CONQUISTAS DO BRASIL COM O MUNDIAL DE FUTEBOL 2014.....	124
ANEXO I – PROJETO E CONTRUÇÃO DO ESTÁDIO ITAQUERA NO MUNDIAL 2014.....	125
ANEXO J – ITAQUERA ANTES DO MUNDIAL 2014.....	126
ANEXO K – AS VIAS E AS INFRAESTRUTURAS DE ITAQUERA DEPOIS DO MUNDIAL.....	127
ANEXO L – TODOS OS ESTÁDIOS DO MUNDIAL FIFA ÁFRICA DO SUL 2010.....	128
ANEXO M – GRUPO INTERDISCIPLINAR DE PESQUISA EM ESTUDOS DO LAZER (GIEL – USP).....	128
ANEXO N – AVENIDA PAULISTA EM SÃO PAULO.....	129
ANEXO O – AULA PRÁTICA DE ENOGASTRONOMIA NA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO (EACH – USP).....	129
ANEXO P – OBRAS INACABADAS PERTO DO ESTÁDIO APÓS O MUNDIAL.....	130
ANEXO Q – NOVAS VIAS DE ACESSO EM ITAQUERA.....	130
ANEXO R – VISTA DO ESTÁDIO “ARENA CORINTHIANS” EM ITAQUERA.....	131
ANEXO S – DESIGUALDADES SOCIAIS: FAVELA DA PAZ.....	131
ANEXO T – O AUTOR DURANTE O TRABALHO DE CAMPO.....	132
ANEXO U – ARTE URBANA: INCONFORMIDADE DAS PESSOAS PERANTE O MUNDIAL (1).....	132
ANEXO V – ARTE URBANA: INCONFORMIDADE DAS PESSOAS PERANTE O MUNDIAL (2).....	133
ANEXO W – O DIRETOR DA ESHTI DR. EMÍDIO NHANTUMBO COM O PROF. RICARDO RICCI UVINHA.....	133
ANEXO X – PALESTRA SOBRE O MUNDIAL COM O PROF. RICARDO RICCI UVINHA NA ESHTI.....	134
ANEXO Y – CHEGADA AO NOVO TERMINAL DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS.....	134
ANEXO Z – O AUTOR JUNTO AO CAMPUS DA ESCOLA DE ARTES, CIÊNCIAS E HUMANIDADES DA USP.....	135
ANEXO AA – FAMÍLIA VICO NO BRASIL.....	135
ANEXO BB – CRONOLOGIA DE ALGUNS EVENTOS LIGADOS À CONSTRUÇÃO DA ARENA CORINTHIANS.....	136
ANEXO CC – PARTE DO DISCURSO OFICIAL DA PRESIDENTE DILMA ROUSSEFF PARA A ABERTURA DO MUNDIAL....	137
ANEXO DD – QUESTIONÁRIO - PERCEPÇÃO DOS MORADORES DE ITAQUERA SOBRE O MEGAEVENTO MUNDIAL DE FUTEBOL DO BRASIL 2014.....	139
ANEXO EE – CONVITE PARA PARTICIPAR À INVESTIGAÇÃO VIA INTERNET.....	142
ANEXO FF - TABELAS DERIVANTES DAS 402 RESPOSTAS AO QPMIMMFB.....	144
ANEXO GG - ALGUMAS RESPOSTAS ABERTAS AO QUESTIONÁRIO APLICADO.....	148

Anexo A – As edições dos Mundiais de Futebol até 2014

ANO	CAMPEÃO	VICE-CAMPEÃO	FINAL	PAÍS ANFITRIÃO
2014	Alemanha	Argentina	1x0	Brasil
2010	Espanha	Holanda	1x0	África do Sul
2006	Itália	França	1x1 (5x3 pen)	Alemanha
2002	Brasil	Alemanha	2x0	Coreia do Sul e Japão
1998	França	Brasil	3x0	França
1994	Brasil	Itália	0x0 (3x2 pen)	Estados Unidos
1990	Alemanha Ocidental	Argentina	1x0	Itália
1986	Argentina	Alemanha Ocidental	3x2	México
1982	Itália	Alemanha Ocidental	3x1	Espanha
1978	Argentina	Holanda	3x1	Argentina
1974	Alemanha Ocidental	Holanda	2x1	Alemanha Oc.
1970	Brasil	Itália	4x1	México
1966	Inglaterra	Alemanha Ocidental	4x2	Inglaterra
1962	Brasil	Tchecoslováquia	3x1	Chile
1958	Brasil	Suécia	5x2	Suécia
1954	Alemanha Ocidental	Hungria	3x2	Suíça
1950	Uruguai	Brasil	2x1	Brasil
1938	Itália	Hungria	4x2	França
1934	Itália	Tchecoslováquia	2x1	Itália
1930	Uruguai	Argentina	4x2	Uruguai

Fonte: Adaptado do site oficial da FIFA (2015)

Anexo B – As doze cidades-sede e os investimentos para os estádios



Fonte: Ernst e Young (2010)

Anexo C – Investimentos para o Mundial de Futebol 2014 (I)



Fonte: Ernst e Young (2010)

Anexo D – Investimentos para o Mundial de Futebol 2014 (2)

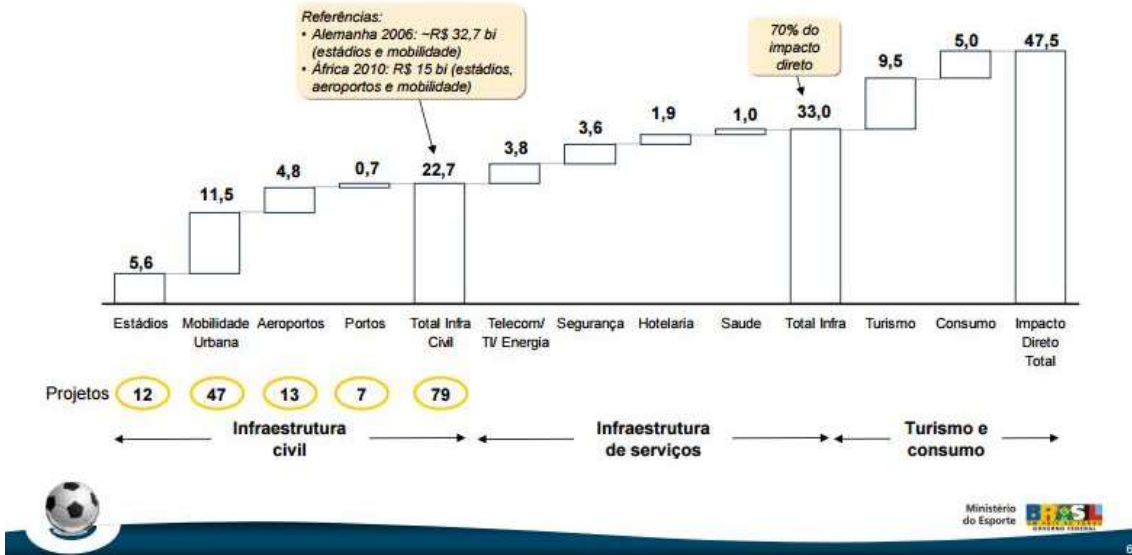


Fonte: Ernst e Young (2010)

Anexo E - Investimentos para o Mundial de Futebol 2014 (3)

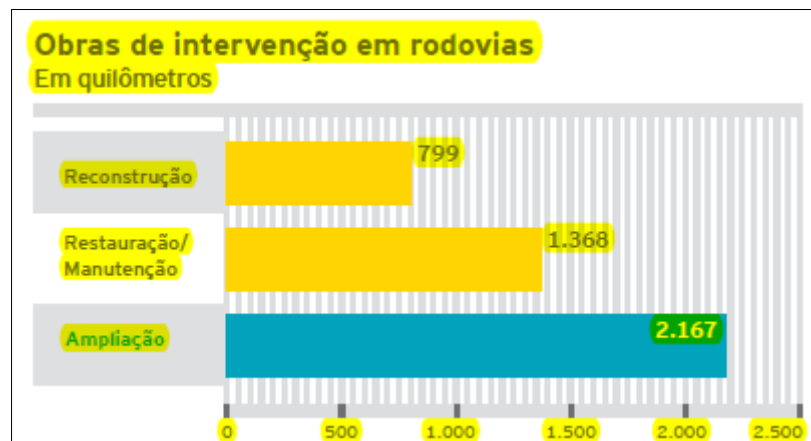
Os investimentos em infraestrutura somam R\$ 33 bilhões, representando ~70% do impacto direto

R\$ Bilhões



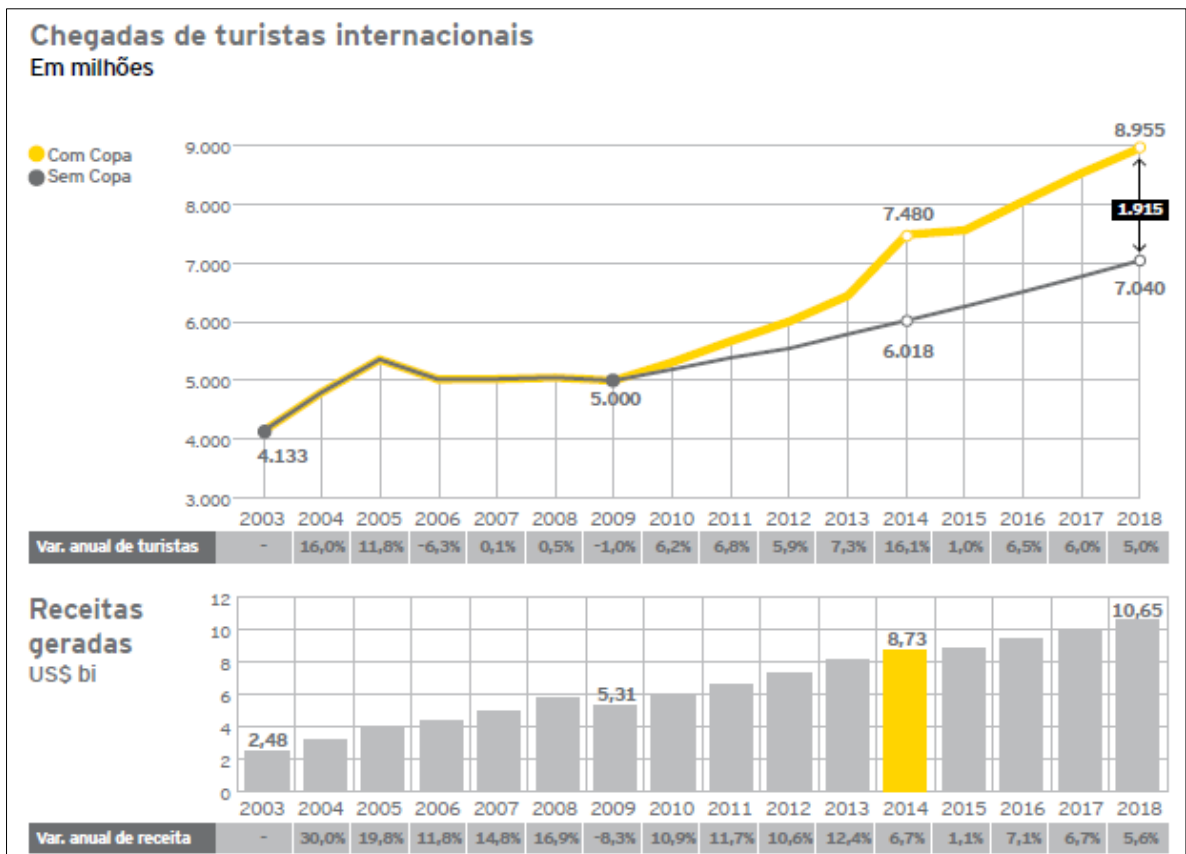
Fonte: Ministério do Esporte (2010)

Anexo F – Obras de intervenção em rodovias para o Mundial 2014



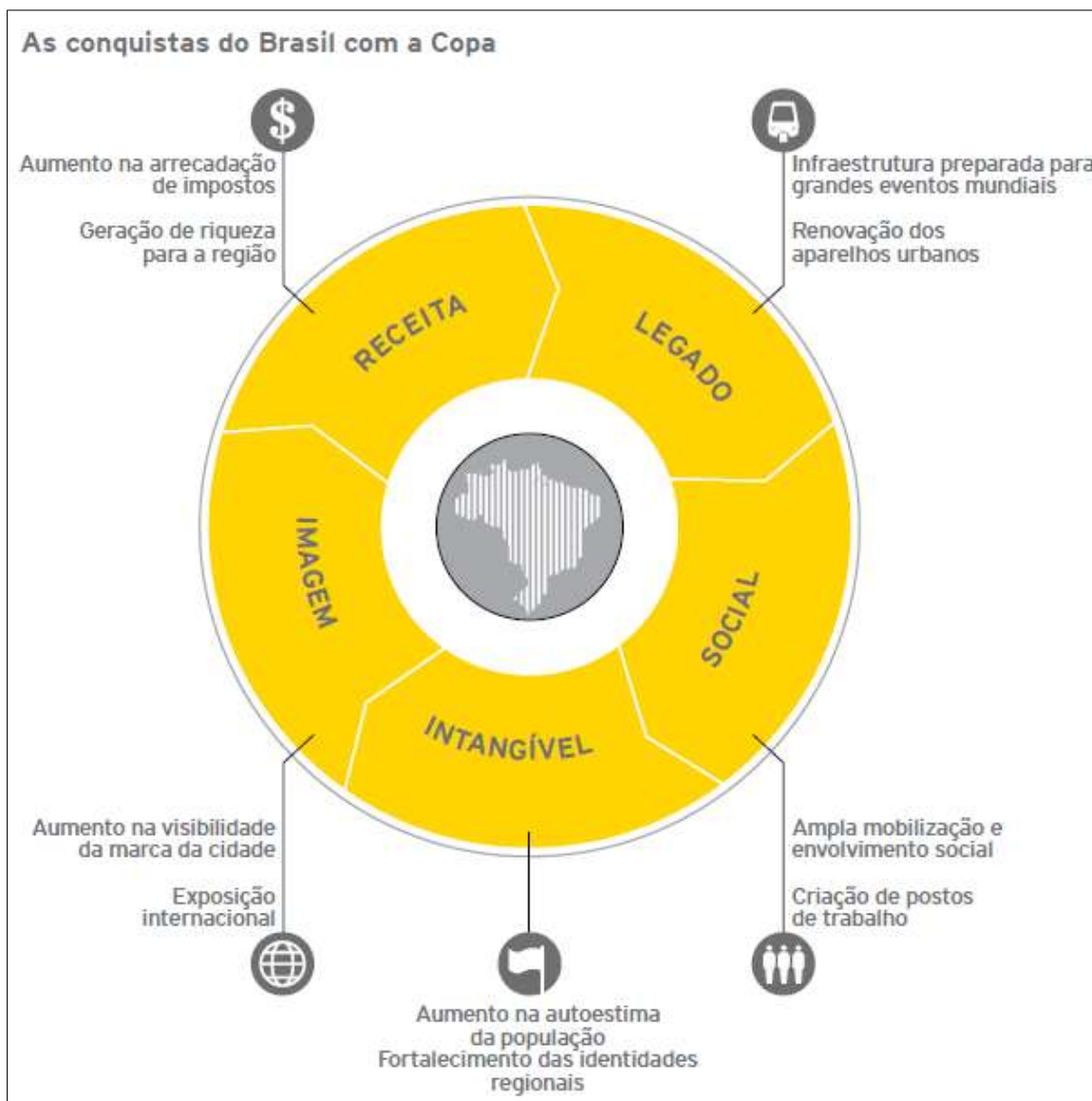
Fonte: Ministério Brasileiro do Esporte e do Planejamento. Março 2013.

Anexo G – Chegadas de turistas internacionais



Fonte: Ernst e Young (2010)

Anexo H – As conquistas do Brasil com o Mundial de Futebol 2014



Fonte: Ernst e Young (2010).

Anexo I – Projeto e construção do estádio Itaquera no Mundial 2014



Fonte: www.noticias.bol.uol.com.br

Anexo L – Todos os estádios do Mundial FIFA África do Sul 2010



Fonte: BBC News *apud* Branski *et al.* (2013)

Anexo M – Grupo Interdisciplinar de pesquisa em Estudos do Lazer (GIEL – USP)



Fonte: Foto do autor (2014)

Anexo N – Avenida Paulista em São Paulo



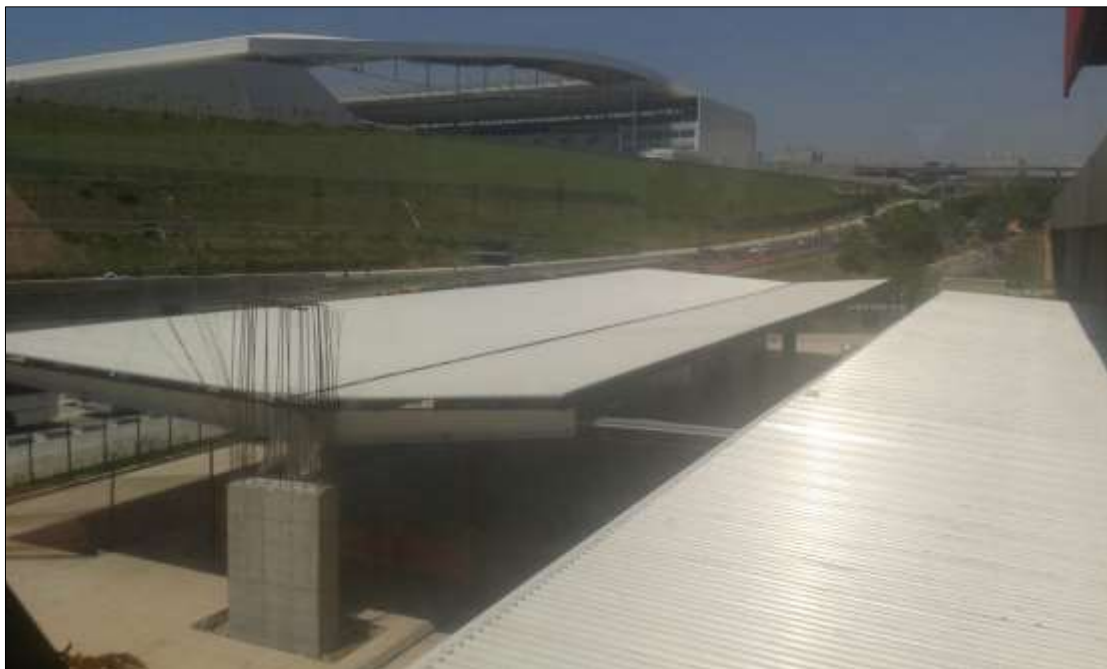
Fonte: Foto do autor (2015)

Anexo O – Aula prática de Enogastronomia na Universidade de São Paulo (EACH – USP)



Fonte: Foto do autor (2014)

Anexo P – Obras inacabadas perto do estádio após o Mundial



Fonte: Foto do autor (2015)

Anexo Q – Novas vias de acesso em Itaquera



Fonte: Foto do autor (2014)

Anexo R – Vista do estádio “Arena Corinthians” em Itaquera



Fonte: Foto do autor (2015)

Anexo S – Desigualdades sociais: Favela da Paz



Fonte: Foto do autor (2014)

Anexo T – O autor durante o trabalho de campo



Fonte: Foto do autor (2015)

Anexo U – Arte urbana: Inconformidade das pessoas perante o Mundial (1)



Fonte: Foto do autor (2014)

Anexo V – Arte urbana: Inconformidade das pessoas perante o Mundial (2)



Fonte: Foto do autor (2015)

Anexo W – O Diretor da ESHTI Dr. Emídio Nhandumbo com o prof. Ricardo Ricci Uvinha



Fonte: Foto do autor (2014)

Anexo X – Palestra sobre o Mundial com o prof. Ricardo Ricci Uvinha na ESHTI



Fonte: Foto do autor (2015)

Anexo Y – Chegada ao novo terminal do Aeroporto Internacional de Guarulhos



Fonte: Foto do prof. Ricardo Ricci Uvinha (2014)

Anexo Z – O autor junto ao campus da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da USP



Fonte: Foto do prof. Ricardo Ricci Uvinha (2014)

Anexo AA – Família Vico no Brasil



Fonte: O autor (2014)

Anexo BB – Cronologia de alguns eventos ligados à construção da Arena Corinthians

1 Set 2010 – Reportagem da Folha revela que dois dutos da Transpetro, subsidiária da Petrobras, passam por baixo do terreno do Itaquerão, impossibilitando o uso de bate-estacas na obra. Meses depois, após o acordo, os canos são desviados para que a construção seja viável.

31 Março 2012 – Primeira opção para intermediar o empréstimo do BNDES à obra, o Banco do Brasil nega informações sobre o contrato ao Ministério Público Federal em São Paulo. Posteriormente, o banco desistiria do negócio por considerar insuficientes as garantias apresentadas. Corinthians e Odebrecht passam a procurar outro banco para intermediar o negócio.

6 Abril 2013 – Aprovada por lei em 2011, a liberação de CIDs (Certificados de Incentivo de Desenvolvimento) – títulos que podem ser negociados com empresas ou usados para pagar impostos municipais – por parte da prefeitura começa a acontecer apenas agora.

27 Novembro 2013 – O maior guindaste em operação no país, com 114 metros de alcance – usado para erguer a última peça da cobertura, cai sobre a arquibancada. Dois operários morrem, e o Ministério Público ameaça interditar a construção. Por causa do acidente, o prazo de entrega é postergado de Dezembro 2013 para 15 de Abril de 2014.

25 Março 2014 – Com intermédio da Caixa Económica Federal, o BNDES libera a primeira parcela do empréstimo à Odebrecht e ao Corinthians. Por causa da demora, a construtora e o clube contraíram empréstimos a juros de mercado, com Santander e Banco do Brasil, o que encarece o custo final da arena.

26 Março 2014 - O secretário-geral da FIFA, Jérôme Valcke, diz que ainda não há definição sobre quem seria responsável por bancar as estruturas provisórias, pré-requisito para o Itaquerão sediar a abertura do Mundial, orçadas em 60 milhões de reais.

29 Março 2014 - O operário Fabio Hamilton da Cruz, que trabalhava na instalação das arquibancadas provisórias do estádio, sofre um acidente. Levado ao hospital em estado grave, Cruz morre no mesmo dia. É a terceira morte registrada na obra do Itaquerão.

Anexo CC – Parte do Discurso oficial da presidente Dilma Rousseff para a abertura do Mundial

“Em 10 dias, começa a Copa do Mundo Fifa 2014 que o Brasil terá a honra de sediar. Quero reafirmar aqui a todas as brasileiras e brasileiros, a todos que nos visitarão nos próximos dias, que faremos, de fato, a Copa das Copas. Como já disse o senhor Blatter, somos o país que ganhou 5 Copas do Mundo e somos o país, também, que compareceu a todas as Copas. Somos o país cujos dois técnicos da seleção foram técnicos de seleções das Copas do Mundo, vitoriosas. E temos os nossos grandes craques aqui representados pelo nosso Cafu.

Estamos, portanto, preparados para oferecer ao mundo um maravilhoso espetáculo, acrescido da alegria, do respeito e da gentileza característicos do povo brasileiro. Nós sabemos que estamos prontos, os estádios estão prontos, muitos deles já foram palco dos campeonatos estaduais e do campeonato brasileiro. E os torcedores que já os conheceram sabem que são modernos, confortáveis e seguros.

Os aeroportos brasileiros, por onde a maior parte dos nossos visitantes internacionais e também dos turistas nacionais, esportistas que virão ver a Copa em todas as cidades-sede, sabem que eles estão preparados para essa demanda adicional que nós vamos receber este mês, principalmente porque esses aeroportos estão dimensionados para atender a demanda por viagens de aviões que cresceram neste país, no período, de forma sistemática, passamos de 33 milhões de passageiros a 111, 112, 113. E esperamos que em 2020 teremos 200 milhões de brasileiros voando e utilizando os aeroportos.

Ontem mesmo, eu visitei o renovado terminal 2 do Galeão, que se soma às expansões de capacidade de Guarulhos, Brasília, Confins, Manaus, Cuiabá e Fortaleza. Recife, Porto Alegre e Curitiba estão em pleno funcionamento no que se refere a aeroportos. E o novo aeroporto em São Gonçalo do Amarante, em Natal, no Rio Grande do Norte, aliás, em São Gonçalo do Amarante, perto de Natal, no Rio Grande do Norte, recebeu o primeiro voo sábado passado.

Assim, o deslocamento dos torcedores e turistas pelas cidades-sede será tranquilo e seguro. Nas sedes dos jogos onde há porto, a chegada de navios ocorrerá em estruturas modernizadas. O centro de mídia está preparado para levar às pessoas de todos os quadrantes do mundo, imagens e sons de alta qualidade, compartilhando a intensa emoção vivida nos estádios.

Aos brasileiros e aos estrangeiros que nos visitarem, asseguro que a estrutura de segurança que organizamos vai proporcionar a todos a tranquilidade necessária para aproveitar os jogos, as festas e os passeios, para conhecer as nossas belezas. O Brasil é um país que se orgulha de ter conquistado a democracia. Nós somos um país democrático; um país que respeita a liberdade de manifestação e de expressão; um país que a valoriza; um país que convive com ela, e que também é capaz de preservar os direitos daqueles, daquela maioria que quer assistir os jogos, que quer se confraternizar e comemorar.

Aos estrangeiros que planejem nos visitar, queria dizer a eles, em nome do povo brasileiro: sejam muito bem-vindos! Vocês vão encontrar um Brasil em transformação, multicultural, um país belo, um país hospitaleiro. Receberão aqui o acolhimento profissional, respeitoso e alegre que esperam e que, aliás, vocês nos dispensaram quando visitamos o país de vocês nas outras Copas do Mundo, e que continuaremos a visitar, mantendo esse recorde de sermos o país que nunca faltou a uma Copa.

A todos os brasileiros e estrangeiros, eu convido a serem parceiros na realização de uma Copa sem racismo, pela paz, sem discriminação, uma Copa na qual o futebol se mostra sempre, mais uma vez, extraordinário instrumento para nos ajudar a disseminar os valores do entendimento, do diálogo, da paz e do respeito entre nós, seres humanos e entre as nações. Façamos da Copa do Mundo Fifa 2014 um momento histórico em favor do respeito à diversidade e contra a discriminação e o racismo. O Brasil, nação onde todas as etnias e raças do mundo se encontram e convivem fraternalmente, os convida a se engajar nessa tarefa. Nas próximas seis semanas continuaremos trabalhando muito para que a Copa do Mundo Fifa 2014 seja, de fato e de direito, a Copa das Copas. Nossa dedicação será tão grande quanto a nossa torcida, que começa a nos contaminar pelo hexacampeonato.

Meu desejo, que tenho certeza, é compartilhado por todos os mais de 200 milhões de brasileiras e brasileiros, é que, no próximo dia 13 de julho, mais 23 brasileiros possam tocar nessa bela taça. Muito obrigada.”

Anexo DD – Questionário - Percepção dos Moradores de Itaquera sobre o Megaevento Mundial de Futebol do Brasil 2014

Sexo *

Masculino

Feminino

Faixa etária *

de 18 a 30

de 31 a 40

de 41 a 50

de 51 a 60

de 61 a 70

mais de 70 anos

Renda familiar *

14.500 reais ou mais (faixa A)

De 7.250 reais a 14.499 reais (faixa B)

De 2.900 reais a 7.249 reais (faixa C)

De 1.450 reais a 2.899 reais (faixa D)

Até 1.449 reais (faixa E)

Ocupação *

Empregado

Desempregado

1. Gosta de futebol? *

Sim

Não

2. De uma forma geral, qual é o seu nível de satisfação com a realização do Mundial de Futebol em Itaquera? *

Extremamente satisfeito

Satisfeito

Indiferente

Insatisfeito

Extremamente insatisfeito

3. A população do distrito de Itaquera foi beneficiada pelos investimentos para o Mundial de Futebol? *

Muito

Razoavelmente

Pouco

Nada

4. De acordo com a sua percepção, as melhorias para o Mundial de Futebol trouxeram mais emprego para Itaquera? *

Sim

Não

4.1. Se SIM, os empregos foram temporários ou permanentes?

Temporários

Permanentes

4.2. Se SIM, os empregos foram:

Formais (carteira assinada)

Informais

5. Na sua visão, o comércio e a atividade econômica cresceram em Itaquera? *

Muito

Razoavelmente

Pouco

Diminuíram

6. Segundo a sua opinião, qual dessas obras foi a mais importante para o distrito de Itaquera? *

- Estádio de futebol "Arena Itaquera" [Itaquerao]
- Estradas e vias de acesso
- Aumento do Shopping metro Itaquera
- Aumento e infraestruturas para portadores de deficiência e mobilidade reduzida
- Proposta para implementação do terminal rodoviário urbano
- Áreas de recreação e lazer
- Melhorias do sistema de trem e metro
- Outro:.....

7. A construção do estádio "Arena Itaquera" foi uma obra: *

- Necessária
- Desnecessária
- Necessária, porém mal executada
- Necessária, porém bem executada

8. Como resultado do Mundial de Futebol em Itaquera, você considera que houve expropriações de moradores? *

- Sim
- Não

8.1. Se SIM, você considera que as expropriações decorrentes das obras em Itaquera foram uma ação:

- Boa e necessária
- Boa e desnecessária
- Má porém necessária
- Má porém desnecessária

9. Você acha que melhorou o nível de segurança no distrito de Itaquera após o Mundial de Futebol 2014? *

- Muito
- Razoavelmente
- Pouco
- Nada

10. Na sua opinião, aumentou o interesse do turismo no distrito de Itaquera depois da construção do estadio? *

- Muito
- Razoavelmente
- Pouco
- Nada

11. Você acredita que houve um aumento no valor para aquisição dos imóveis (compra) no distrito de Itaquera? *

- Sim
- Não

12. E no valor do aluguer de imóveis (casas, lojas etc.)? *

- Sim
- Não

13. Em sua opinião, houve uma melhoria na qualidade de mão de obra no setor da construção civil? *

- Sim
- Não

14. Na sua percepção, a auto-estima de ser brasileiro, aumentou depois da realização do Mundial de Futebol 2014? *

- () Sim
- () Não

15. Para você, como legado do Mundial de Futebol, em que setor são mais evidentes as melhorias? *

- () Meio ambiente
- () Educação
- () Segurança
- () Lazer e Cultura
- () Estradas / transporte
- () Esporte
- () Comércio
- () Saúde
- () Ocupação profissional
- () Outro:.....

16. Sempre segundo a sua opinião de residente, qual é o setor que ainda precisa de mais investimentos e melhorias em Itaquera? *

- () Meio ambiente
- () Educação
- () Segurança
- () Lazer e Cultura
- () Estradas / transporte
- () Esporte
- () Comércio
- () Saúde
- () Ocupação profissional
- () Outro:.....

17. Para você, os benefícios do Mundial de Futebol 2014 no distrito de Itaquera: *

- () Só duraram no mês do Mundial
- () Foram duradouros

18. Para você, houve uma renovação da imagem e mais visibilidade para o distrito de Itaquera? *

- () Sim, para melhor
- () Sim, para pior
- () Não

19. Segundo a sua opinião, melhorou a qualidade de vida dos moradores do distrito de Itaquera depois do Mundial de Futebol? *

- () Muito
- () Razoavelmente
- () Pouco
- () Nada

20. Para você, durante o Mundial de Futebol, houve alguma experiência valiosa no contato com turistas? *

.....

21. Na sua percepção, quais foram os efeitos mais significativos para o distrito de Itaquera a partir da realização do Mundial de Futebol 2014? *

.....

Caso queira acompanhar melhor os resultados dessa pesquisa, deixe aqui seu e-mail. Obrigado!

.....

Anexo EE – Convite para participar à pesquisa investigação via Internet

 **Roberto Vico** ha condiviso la foto di Giovanni Vernia OOH. 8 h · 



Graffito a San Paolo del Brasile per i mondiali di calcio

Mi piace · Commenta · Condividi

 Piace a Isabel Monteiro Barreto Mandofa, Mirko Palm...

Pris e altre 25 persone

Dai un nome alla conversazione **Nasc**

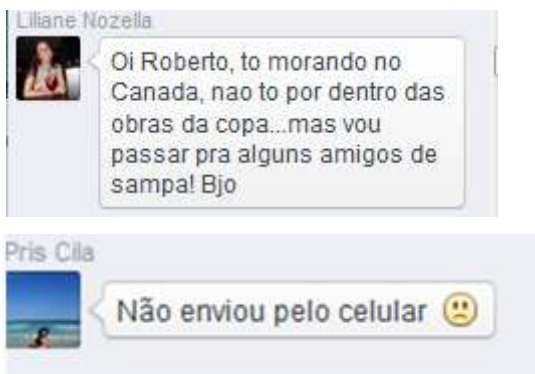
Caros amigos brasileiros! Por favor, me ajudem ai preenchendo este questionario! tem a ver com a minha pesquisa sobre os impactos sociais da Copa!
https://docs.google.com/forms/d/1CudJ11Z2UPCn_Ke40Ys_0jkENrUPhKLQofcyUv-yRQ/viewform?usp=mail_form_link

Paulo Futagawa

 Respondi, Figo! Vou compartilhar na minha timeline pra geral responder, pode?



Algumas dificuldades por causa da distância:



ANEXO FF - Tabelas derivantes das 402 respostas ao QPMIMMFB

Fonte: QPMIMMFB, 2014

- 1) Renda familiar da população de Itaquera entrevistada para o trabalho de campo

Renda familiar	Respostas	Percentagem
14.500 reais (faixa A)	5	1%
De 7.250 reais a 14.499 reais (faixa B)	22	5%
De 2.900 reais até 7.249 reais (faixa C)	105	26%
De 1.450 reais até 2.899 reais (faixa D)	148	37%
Até 1.449 reais (faixa E)	122	30%

- 2) Opinião dos inquiridos sobre renovação da imagem e maior visibilidade do distrito de Itaquera no contexto do Mundial de Futebol 2014

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim, para melhor	285	71%
Sim, para pior	29	7%
Não	88	22%

- 3) Opinião dos inquiridos sobre os benefícios do Mundial de Futebol 2014 para o distrito de Itaquera

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Só duraram no mês do Mundial	344	86%
Foram duradouros	58	14%

- 4) Nível de satisfação com a realização do Mundial de Futebol dos moradores de Itaquera

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Extremamente satisfeito	22	5%
Satisfeito	124	31%
Indiferente	113	28%
Insatisfeito	94	23%
Extremamente insatisfeito	49	12%

- 5) Opinião dos inquiridos sobre os benefícios derivantes dos investimentos do Mundial de Futebol para a população de Itaquera

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Muito	53	13%
Razoavelmente	133	33%
Pouco	125	31%
Nada	91	23%

- 6) Opinião dos inquiridos sobre a melhoria da qualidade de vida dos moradores do distrito de Itaquera após o Mundial de Futebol

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Muito	14	3%
Razoavelmente	91	23%
Pouco	141	35%
Nada	156	39%

- 7) Opinião dos inquiridos sobre o verificar-se de expropriações de moradores em Itaquera como resultado do Mundial de Futebol

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	240	60%
Não	162	40%

- 8) Opinião dos inquiridos sobre a ação de expropriações de moradores em Itaquera

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Boa e necessária	40	10%
Boa e desnecessária	43	11%
Má, porém necessária	107	27%
Má, porém desnecessária	96	24%

- 9) Opinião dos inquiridos sobre o crescer ou não do comércio e da atividade econômica em Itaquera durante e após o Mundial

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Muito	43	11%
Razoavelmente	121	30%
Pouco	173	43%
Diminuíram	65	16%

- 10) Opinião dos inquiridos sobre a obra mais importante que foi realizada para Itaquera

Obra	Respostas	Percentagem
Estádio de Futebol "Arena Corinthians"	67	17%
Estradas e vias de acesso	231	57%
Aumento do Shopping Metro Itaquera	13	3%
Rampas e infraestruturas para portadores de deficiência e mobilidade reduzida	23	6%
Proposta para implementação do terminal rodoviário urbano	21	5%
Áreas de recreação e lazer	7	2%
Melhorias do sistema de trem e metro	17	4%
Outros	23	6%

- 11) Opinião dos inquiridos sobre a necessidade da construção do estádio "Arena Corinthians"

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Necessária	105	26%
Desnecessária	204	51%
Necessária, porém mal executada	85	21%
Desnecessária, porém bem executada	8	2%

- 12) Opinião dos inqueridos sobre o aumento ou não do interesse do turismo para o distrito de Itaquera depois da construção do novo estádio

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Muito	45	11%
Razoavelmente	98	24%
Pouco	134	33%
Nada	125	31%

- 13) Opinião dos inqueridos sobre a melhoria ou não na qualidade da mão de obra no setor da construção civil

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	184	46%
Não	218	54%

- 14) Opinião dos inqueridos sobre o fato se as melhorias para o Mundial de Futebol trouxeram ou não mais emprego para Itaquera

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	149	37%
Não	253	63%

- 15) Opinião dos inqueridos sobre o fato dos empregos derivantes do Mundial de Futebol serem temporários ou permanentes

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Temporários	223	55%
Permanentes	28	7%

- 16) Opinião dos inqueridos sobre o fato dos empregos derivantes do Mundial de Futebol ser formais ou informais

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Formais	90	22%
Informais	142	35%

- 17) Opinião dos inqueridos sobre o fato de ter havido aumento ou não no valor para aquisição dos imóveis (compra) no distrito de Itaquera

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	357	89%
Não	45	11%

- 18) Opinião dos inqueridos sobre o fato de ter havido aumento ou não no valor para aluguer de imóveis (casas, lojas etc.) no distrito de Itaquera

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	380	95%
Não	22	5%

19) Opinião dos inqueridos sobre o setor que ainda precisa de mais investimentos e melhorias em Itaquera

Setor	Respostas	Percentagem
Meio ambiente	10	2%
Educação	52	13%
Segurança	85	21%
Lazer e cultura	11	3%
Estradas / transporte	9	2%
Desporto	2	0%
Comércio	10	2%
Saúde	70	17%
Ocupação profissional	10	2%
Outros	143	36%

20) Opinião dos inqueridos sobre o seu gosto pelo futebol ou não

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	297	74%
Não	105	26%

21) Opinião dos inqueridos sobre a melhoria do nível de segurança no distrito de Itaquera após o Mundial de Futebol 2014

Tipo de Resposta	Resposta	Percentagem
Muito	23	6%
Razoavelmente	76	19%
Pouco	116	29%
Nada	187	47%

22) Opinião dos inqueridos sobre o aumento ou não da própria autoestima após a realização do Mundial de Futebol

Tipo de Resposta	Respostas	Percentagem
Sim	86	21%
Não	316	79%

ANEXO GG - Algumas respostas abertas ao questionário aplicado

Fonte: QPMIMMFB, 2014

Ocupação

Ajudante geral
analista financeiro
Metroviário
Operadora de negócios
segurança
estudante
moradia
Fonoaudióloga
Nenhuma
Desenho
Nao declarada
estudante
gerente de vendas
Barman
Supervisor loja comercio
professor
Prefiro não responder
Professora
Operadora de caixa
Caixa
Autonomo
Auxiliar de estoque
Auxiliar vendedor
Assistente Comercial
tecnico
funcionário público
Técnico de Edificações
Microempresario
Auxiliar administrativo
desempregado
Estoquista
palestrante
Maquiadora
Gerente de lojas
professora
Atendente
Fonoaudióloga

Gerente comercial
Estudante
Vendedor
Professor
Gerente
enfermeira
Estudante
Vendedor de oculos
Logista
Balconista
Estagiário
Analista de Marketing II
Auxiliar Administrativo
Não declarada
Tatuador
Ajudante
gerente comercial
Recepcionista
funcionário público
Engenheiro civil
Supervisora de vendas
Comerciante
Nao declarou
Comerciante
bancária
editora de texto
serviço geral
Vendedora
Advogado
Personal shopper
Estudante
Nao declarou

Para você, durante o Mundial de Futebol, houve alguma experiência valiosa no contato com turistas?

Nao muito, pode ser com outras pessoas mas comigo nao

sim, encontrei vários turistas, mas não conseguia me comunicar muito bem, por que não falo inglês

Não tive muito contato

é muito bom para praticarmos a língua inglesa conversando

foi uma experiência muito boa. ..línguas diferentes, contatos com outro mundo diferente. Os estrangeiros são pessoas muito simpáticas!!!

Sim, mas para eu foi porque fui assistir jogos no centro de São Paulo onde havia mais interação com estrangeiros

Sim, o contato com pessoas de cultura diferente.

O aprendizado da língua estrangeira e o descobrimento de outras culturas.

trabalhei no estádio de itaquera e entrei em contato com muitos turistas

Sim, de mostrar ao mundo que o povo brasileiro, mesmo sendo engulido por corrupção, incapacidade dos governantes, é um povo feliz e hospitaleiro.

Sim, muita interação

Não, o turista não parava em Itaquera. ele só vinha para a zona do estadio e voltava

Sim, conhecer pessoas de outros países e línguas foi muito legal, gostei.

Nenhuma, os gringos estavam com medo de andarem por Itaquera.

Nenhuma, nem passaram para o centro de Itaquera

Nao porque só os ricos puderam chegar proximo á arena. até hoje muitos moradores nao conseguiram chegar nem perto da arena.

Não tive contato com turistas durante a copa

Sim, mudou muito a minha forma de pensar sobre os gringos. Fiz muitas amizades e aprendi sobre outras culturas.

Normal, pois só vimos pessoas em outros lugares

Conhecer a cultura dos turistas dentro do metro

Nao tivemos contatos com turistas , assistiram o jogo mas nao visitaram o distrito

Aprendi novas palavras em outras línguas e conversei com alguns turistas.

Sim, o contato com pessoas do mundo todo.

Para mim não

Sim

Não tivemos a oportunidade de chegar perto.

Para mim, no meu ponto de vista..nada.

nenhuma

Sim, cresceu muito, ganhou visibilidade

Não, nos deparamos com muitos turistas embriagados.

sim, contato com a cultura chilena.

Sim, ganhei um beijo

Nao houve circulação de turistas por Itaquera. Eles vinham, assistiam o jogo e logo voltavam para o centro da cidade.

Não sei sobre disso

Houve sim. Pois voce acaba querendo falar outra língua.

Sim, diversão

Conhecer culturas diferentes

Nao houve nenhum contato pois os turistas ficaram somente no entorno do estadio.

Não, nenhuma.

eu particularmente não vi nada e os turistas nem apareceram por aqui.

Não, pois não tive nenhum contato.

ótimo

Não porque só houve contatos durante os jogos

No centro de Itaquera não vi nem um turista. Os turistas ficaram no centro de São Paulo, vieram para assistir os jogos e voltavam sem circular em Itaquera.

Para mim nao houve nada de valioso para ser sincera

Não tive contato

Não, nada

pouco. Os turistas na verdade só queriam farriar e isso não mudou nada na imagem do Brasil.

Acredito que os estrangeiros e também nós aqui nos comportamos muito bem

Sim, os japoneses deram uma aula de limpeza e educação pegando sua própria sujeira.

Sim, pois muitos voltaram após o evento da Copa.

Não declarou nada

Sim, pois deu para sentir o nível de educação.

nao

Sim, foi proveitoso conhecer novas línguas e culturas

Tenho um comércio na região e não recebi turistas, o meu público foi somente o local.

Os turistas puderam perceber quanto nós somos receptivos

Nenhuma, pouco os vi, e quando isso ocorreu, o contato não passou de conversas para tirar dúvidas dos estrangeiros.

A troca cultural é sempre importante, porém não a tive.

O fato de confiarem nos brasileiros já foi o suficiente.

Foi interessante

Pouca

Não porque eu não tive contatos com eles.

Não, pois os turistas não se hospedaram aqui, apenas vieram para os jogos.

A troca de informações culturais

Bom

Contato e simpatia com os turistas

Sim, é importante o contato com outras culturas e raças diferentes. Isso acrescenta e quebra tabus

Sim, deu para analisar a diferença entre a cultura dos estrangeiros do 1º mundo com a brasileira que tem que melhorar 100%

Não tive

Não, o contato com turistas só para quem tinha ingresso e podia ir ao estádio

A única coisa boa da Copa foram exatamente os turistas.

Sim, foram muito simpáticos e educados.

Não, pois não vi os jogos no estádio

A cultura e a educação do estrangeiro durante a Copa foi um ensinamento muito bom

Sim.

Sim, pessoas muito simpáticas

Sim, um prejuízo porque foi algum gringo que roubou os meus olhos.

Não tive contato com turistas

Sim, fechei minha loja todos os dias de jogos aqui em Itaquera e não fiz nada.

Sim, conhecemos um pouco mais da cultura, simpatia e simplicidade de cada turista.

Sim, as pessoas tiveram a oportunidade de conhecer novas línguas e culturas que geralmente só veem pela TV.

Sim, tivemos a oportunidade de conhecer novas culturas

Não. É interessante essa pergunta, uma vez que se pensou que haveria um contato próximo do morador de Itaquera com os turistas, o que não se efetivou! O Turista esteve em Itaquera de passagem e sua estadia não trouxe nenhum tipo de benefício para o morador do bairro, como se esperava.

Houve um modo de ver os outros países, cada um mostrando a sua cultura, sua educação e o carinho com que eles nos tratavam.

Na sua percepção, quais foram os efeitos mais significativos para o distrito de Itaquera a partir da realização do do Mundo de Futebol 2014?

A visibilidade do bairro perante o mundo
Nenhum
As obras realizadas no metro Itaquera e as vias de acesso na Radial e na Jacu Pessego
O turismo
Somente as estradas
As estradas e vias de acesso e melhorias no sistema de trem e transporte
Crescimento imobiliário
Melhoras nas infraestruturas da cidade
Vias e melhorias. exemplo na Radial Leste
Brasil perdeu a Copa
O que aconteceu foi a segurança na região, as ruas estão mais vigiadas.
As vias de trafico de veículos
Visibilidade
A visibilidade melhorou muito, a valorização do bairro.
Acho que a melhoria nas vias de acesso e nas estradas
Deixaram de fazer obras necessarias para o bem de moradores para fazer o estadio, isso provocou enchentes, despesas e perda de bens nossos (moradores) e ninguém nos ajudou!
Nenhum, só decepções
infraestrutura
Nenhum
O ambiente ficou mais bonito de se ver
O bairro ficou mais conhecido
Algumas pessoas podem ter gostado do estadio mas eu acho desnecessario,acho que deviam ter pensado mais na melhoria da sociedade de Itaquera.
O transito piorou. Alagamentos criou
Sem duvida nenhuma a melhor coisa que já aconteceu no bairro de Itaquera foi a "Arena Corinthians", a zona Leste foi privilegiada.
Ganha dinheiro
Estrada e transporte.
Obras de estradas e viadutos
O estádio
as estradas
o bairro de itaquera teve visibilidade mesmo que por um curto espaço de tempo.
somente a construção do estadio só que foi mal projetado e hoje sentimos os efeitos quando chove.

Com o desvio do rio para a construção do estadio agora tem alagamentos cada vez que chove. Prejuizo no comercio pois nao podiamos trabalhar nos dias dos jogos

O conhecimento e a valorização da região.

Só alagamentos

Divulgação do bairro

Valorizou mais a cidade

Vago

Melhorou na Radial e no transporte

Prejuizo. O comercio ficou fechado.

A melhoria da infraestrutura da cidade

A valorização de que o lugar ficou mais conhecido por outros paises

Houve aumento de infração e aumento nos alugueis

tudo

Nas estradas, transporte

Integração de diversas nacionalidades.

melhoria das estradas

A segurança no mes da Copa ficou 100% em toda Itaquera e região.

Passarela do metro somente.

O estadio de futebol e as vias de acesso. O fato do Corinthians jogar ali e ter muitos torcedores ao seu apoio que vão para la

Não houve pois: - faltou hospedagem - policia ativa na rua depois do evento - Espaço aberto e público pararealização de atividade esportiva. Existem praças e aparelhos para atividades mas ao lado pessoas usando drogas.

Maior investimento no bairro.

Desocupação e desapropriação de moradores

A melhoria no transporte e acesso e uma certa visibilidade

Desviaram o rio para a construção do estadio e agora temos alagamentos constantes, diminuiu muito a segurança no bairro e aumentou a violência e tivemos prejuizos por nao poder abrir as lojas nos dias dos jogos

Cresceu mais area de alimentação

Melhora no acesso a Itaquera

Infra-estruturas, turismo, transporte, segurança, tudo melhorou.

Apenas a ampliação e renovação das estradas da região. Morava lá.

Não consegui ver nem um efeito significativo.

A valorização de imoveis, aumento do fluxo comercial e uma leve melhoria no transporte.

A melhoria para o bairro de Itaquera.

Itaquera foi conhecida pelo mundo todo.

Itaquera ficou conhecida no mundo inteiro.

Estradas, transportes

As vias de acesso

Mudanças nas vias de transporte e valorização do bairro

A imagem!

As estradas e as vias de acesso.

Somente as estradas e as vias de acesso e o terminal metro Itaquera

Os moradores por apenas alguns meses puderam ter um contato com o mundo. Os olhos de todos se voltaram para essa região de São Paulo muitas vezes esquecida.

Foi uma onda de muito protesto.

Visibilidade, especulação imobiliária

Ficou conhecido no Brasil

aumento de conhecimento desta parte da zona leste.

Não declarou

O aumento do comércio e o desenvolvimento de uma nova imagem positiva de Itaquera

Qualidade na Radial e crescimento do bairro

O conhecimento das pessoas da Zona Leste

estradas

O estádio Arena Corinthians

Para o povo...nenhum. Para os políticos...mais dinheiro no bolso.

Nada

só algumas vias

nenhum. continua morrendo negros na periferia. a polícia mata sem averiguar. empregos somente no centro. Não tem qualidade de vida. Não têm água não tem luz. oferta baixa e demanda alta. governantes que não fizeram racionamento para estarmos numa situação menos pior do que agora tudo por causa da eleição. reeleição é um veneno.

Construção do estádio

Aumento no comércio

Maior visibilidade do bairro, novos empreendimentos e vias de acesso.

Melhorou o acesso ao bairro

A princípio uma maior visibilidade do bairro, o que salientou os problemas do bairro numa escala interessante, do ponto de vista político. Além disso, principiou-se uma mudança na relação do morador com o próprio bairro, por conta também desta visibilidade.

Que ficou o estádio

Nada, nada, nada. Tudo continua na mesma.

A valorização do bairro.

Tudo

A valorização do terminal de ônibus no centro de Itaquera.

Algumas obras que ficarão para o povo poder usufruir apenas imobiliária

O bairro teve maior visibilidade e maior fluxo de pessoas.

Muitas enchentes próximas ao estádio

Só as obras do estádio do Corinthians.

Só a impolgação nos dias dos jogos

Melhoras nas vias ao redor do estádio, entretanto tivemos uma enchente nos últimos dias que acreditam que ocorreu pois a obra não foi executada de forma correta, prejudicando alguns moradores.

Foi bom

Visibilidade

Infraestrutura

Itaquera sempre foi um bairro da periferia de São Paulo e que sempre sofreu com falta de investimentos. A Copa trouxe mais visibilidade, o mínimo de infraestrutura que o bairro precisava há muitos anos. Ainda há muito a ser feito.

Sim, no sentido da visibilidade de Itaquera

Aumentaram os furtos, menos policiamento, tudo uma merda

Melhorias no transporte

nao declarou nada

As vias de acesso foram muito importantes e ate a linha de ônibus que criaram que vai por toda a região da radial leste.

Reconhecimento de Itaquera

O que eu notei foi a melhoria nas vias de acesso, pistas e arenas. Isso.

A expetativa era muito maior que a realidade

Só vias de acesso

As estradas e o metro

Enchentes com a chuva e prejuízo pelo comercio fechado

Na verdade não houve nenhuma mudança significativa para a população. principalmente os de baixa renda ou pessoas que moram naquelas favelas ao lado do estadio, não se percebeu nenhuma melhoria ou mudança de vida. Se o dinheiro gasto no estadio e na infraestrutura tivesse sido gasto com a população, a utilização teria sido muito mais proveitosa e talvez a vida dessas pessoas poderia mudar e melhorar.

Somente na melhoria das estradas.

Alguns positivos e outros negativos, ambos bem vistos pela população

As enchentes se tornaram piores devido as obras feitas as pressas.

o turismo

Estadio

Uma imagem positiva dos itaquerenses

Não declarou nada

O estádio.

Melhoria nas vias do entorno do estádio

Bagunça e desordem.

Somente a visibilidade devido a jogos no Itaquerão, fora disso nada mudou.

nada, tudo uma merda.

Itaquera ficou mais conhecida através da mídia

Na minha opinião não houve efeitos.

Melhoria das vias de acesso

no meu ponto de vista foi simplesmente as vias de acesso e nada mais.

Todos péssimos

Nenhum efeito sobre Itaquera.

Melhorias nas vias de acesso

Na infraestrutura do bairro, pois a segurança e a saúde foi só durante o evento.

A zona Leste foi vista de forma positiva e mais valorizada pelos outros bairros

Apenas o transporte

As estradas.

A visão que tinham da zona leste mudou bastante.
Apenas as vias de acesso.
Que mesmo estando na zona Leste, nos fomos reconhecidos
Mal
Nada de importante!
Somente suas vias
O transporte.
mais pontes e rodovias
tumulto
A melhoria das estradas
Obras rodoviárias
Nao consegui ver nada
Nenhum, a populcao foi excluida
As pessoas puderam ter contato com pessoas de outros paises, pois isso era uma realidade distante onde só se
via pela TV pra alguns moradores.
Nao declarou nada
Nenhum efeito!
Transporte público deu uma melhorada no tempo de jogos
Asfalto na Radial Leste e um estadio que ficou para Itaquera.
os jogos na Arena Corinthians
Foi o estádio e as melhorias ao redor.
Conhecimento mundial de Itaquera
Para entradas de vias e estrada
Valorização do bairro.
Aumento dos imoveis
Visaram apenas lucros para os responsaveis pelo estadio, prefeitura e governo
Nenhum, pois depois da construção de algumas avenidas ocorre alagamento
Infelizmente só houve efeitos negativos: aumento da divida publica, obras desnecessarias e inacabadas, enchentes
e outros problemas
A visibilidade de Itaquera
Crescimento da cidade
Melhoria das vias
Vias de acesso
O bairro ficou mais conhecido, porém com uma fama ruim.
enchentes devidos á obras mal executadas na regio de Itaquera e companhia
as vias de acesso e a reforma da estação de Itaquera
Absolutamente nada
nao declarou
Mais vias de acesso, mais arvores e iluminação
O aumento do transito nas principais vias de acesso.

Correio Eletrónico:

robertofigo@hotmail.com

roberto.paolo.vico@gmail.com

