



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
INSTITUTO DE PSICOLOGIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PSICOSSOCIOLOGIA DE
COMUNIDADES E ECOLOGIA SOCIAL - EICOS

JOANA DA SILVA CASTRO SANTOS

Olimpíadas Rio 2016: Construindo uma leitura das impressões dos turistas no Rio de Janeiro
pela perspectiva psicossociológica

Rio de Janeiro
2018

JOANA DA SILVA CASTRO SANTOS

Olimpíadas Rio 2016: Construindo uma leitura das impressões dos turistas no Rio de Janeiro
pela perspectiva psicossociológica

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa EICOS de Pós-Graduação, Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social. Linha de pesquisa I - Comunidades, Desenvolvimento, Meio Ambiente e Inclusão Social.

Orientadora: Prof^ª Dr^ª Marta de Azevedo Irving

**Rio de Janeiro
2018**

FICHA CATALOGRÁFICA

Santos, Joana da Silva Castro.

Olimpíadas Rio 2016: Construindo uma leitura das impressões dos turistas no Rio de Janeiro pela perspectiva psicossociológica / Joana da Silva Castro Santos – 2018, 94 folhas.

Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Psicologia, Programa EICOS, Rio de Janeiro, 2018.

Orientadora: Marta de Azevedo Irving

FOLHA DE APROVAÇÃO

Ata da Reunião da Banca de Defesa da aluna Joana da Silva Castro Santos, do curso Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social. Aos três dias do mês de maio de dois mil e dezoito, às quatorze horas, no Instituto de Psicologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, reuniram-se os membros da Banca Examinadora de Defesa para examinar a dissertação de Mestrado da aluna Joana da Silva Castro Santos, registro nº. 116069568. Fizeram parte da Banca os professores doutores Marta de Azevedo Irving, (orientadora), CPF nº 627.646.247-00, Camila Gonçalves de Oliveira Rodrigues, CPF nº 199 204 118-09, Samira Lima da Costa, CPF nº 017.646.317-81, Euler David de Siqueira, CPF nº 953 171 557-20 e Maria Elizabeth de Oliveira, CPF nº. 887 885 477-87. A professora Marta de Azevedo Irving, na qualidade de Presidente da Banca, abriu os trabalhos concedendo à aluna tempo para exposição oral de seu projeto intitulado "Olimpíadas Rio 2016: Construindo uma leitura das impressões dos turistas no Rio de Janeiro pela perspectiva psicossociológica". Analisando o projeto apresentado, a aluna foi considerada aprovada e declarada apta a receber o título de Mestre em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social. Eu, Ricardo Antonio Xavier de Barros Fernandes, lavrei e assinei a presente ata, sendo seguida da assinatura dos membros da banca e da aluna. Rio de Janeiro, três de maio de dois mil e dezoito.

Secretário: _____

Banca: _____

Aluna: _____

[Assinatura]

Joana da Silva B. Santos.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por me manter firme nessa caminhada e aos meus familiares por sempre torcerem pelo meu sucesso.

À Professora Marta Irving, por orientar esta dissertação e estar ao meu lado em todos os momentos, principalmente nos árduos. A você, meu carinho, respeito e admiração.

Agradeço aos professores que fizeram parte das bancas de qualificação e de defesa, por contribuírem significativamente para o andamento desta pesquisa. Um especial agradecimento ao Professor Euler Siqueira, um parceiro que encontrei ao longo do percurso e com o qual engrandeci meu aprendizado.

Gratidão ao Programa EICOS - Programa de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social (UFRJ), aos colaboradores da secretaria e aos professores que contribuem grandemente no processo de formação de novos pesquisadores.

À minha atual chefe, Patricia, por me proporcionar o máximo de flexibilidade para que eu pudesse concluir as disciplinas do EICOS, participar de reuniões e eventos referentes ao Mestrado.

Um agradecimento especial à Elizabeth Oliveira e Marcelo Lima, que deixaram de lado suas prioridades para me ajudar nas revisões desta dissertação. Vocês são pesquisadores e seres humanos incríveis que têm muito a contribuir com o ensino e a pesquisa no âmbito das Ciências Humanas e Sociais em nosso estado e, também, no nosso país. Registro aqui minha imensa gratidão!

Às amigas Tamara, Edilaine, Graciella e todos do Grupo de Pesquisa Governança, Ambiente, Políticas Públicas, Inclusão e Sustentabilidade (GAPIS/UFRJ), uma família com a qual posso sempre contar.

RESUMO

Os megaeventos são reconhecidos, em geral, por deixarem uma marca na história da cidade e do país, nos quais são sediados. No caso das *Olimpíadas*, o maior evento da contemporaneidade, não poderia ser diferente. Na América do Sul, os *Jogos Olímpicos* ocorreram, pela primeira vez, em 2016, na cidade do Rio de Janeiro, Brasil. Tal acontecimento gerou expectativas de fomento ao turismo e também incertezas de diversas ordens na população local e na mídia internacional. Partindo desse contexto, a presente dissertação de mestrado tem como objetivo interpretar as impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros que viveram a experiência de acompanhamento *in loco* dos *Jogos Olímpicos Rio 2016*. Esta pesquisa foi desenvolvida a partir da lente da Psicossociologia, com uma abordagem metodológica qualitativa, envolvendo levantamento bibliográfico, documental e de campo, além do uso do recurso metodológico *nuvem de palavras* para a análise de dados. A fim de construir uma contextualização histórica, esta investigação parte de um panorama das *Olimpíadas* desde a época da Modernidade, considerando também uma breve reflexão sobre a imagem e a história da cidade do Rio de Janeiro. Assim, foram aplicados 313 questionários, sendo 160 de turistas brasileiros e 153 de turistas estrangeiros, no período de 06 a 20 de agosto de 2016 – durante o megaevento. No que tange aos resultados alcançados, o maior destaque dentre os dados obtidos se dirige à impressão positiva dos turistas sobre o megaevento, tendo sido considerada uma experiência satisfatória tanto para os brasileiros como para os estrangeiros consultados. Aspectos como a organização, as instalações olímpicas e a torcida pelos países se destacaram ao longo da pesquisa, bem como a percepção sobre os altos preços aplicados em produtos e serviços oferecidos na cidade, além da sensação prévia de insegurança, que foi substituída pela impressão de tranquilidade durante os *Jogos*. Com relação à cidade, ressaltou-se a beleza e a hospitalidade dos cariocas durante o megaevento.

Palavras-chave: *Olimpíadas, Rio 2016*, Turistas, Impressões, Psicossociologia.

ABSTRACT

Mega-events are generally recognized for leaving a mark in the history of the city and country in which they take place. In the case of the *Olympics*, the greatest event of contemporary times, could not be different. In South America, the *Olympic Games* took place for the first time in 2016, in the city of Rio de Janeiro, Brazil. Such an event has generated expectations of tourism promotion as well as uncertainties of various orders in the local population and the international media. From this context, the present dissertation aims to interpret the impressions of Brazilian and foreign tourists who lived the on-site experience of the *Rio 2016 Olympic Games*. This research was developed from the lens of Psychosociology, with a qualitative methodological approach, involving bibliographical, documentary and field research, as well as using the methodological tool *wordclouds* for data analysis. In order to construct a historical contextualization, this investigation starts from a panorama of the *Olympics* from the time of Modernity, considering also a brief reflection on the image and the history of the city of Rio de Janeiro. Thus, 313 questionnaires were applied, 160 of Brazilian tourists and 153 of foreign tourists, from August 06th until 20th, 2016 - during the mega-event. Regarding the achieved results, the greatest highlight of the data obtained is the positive impression of tourists on the mega-event, and was considered a satisfactory experience for both Brazilians and foreigners consulted. Aspects such as the organization, *Olympic* venues and cheering by the countries stood out throughout the research, as well as the perception about the high prices applied in products and services offered in the city, besides the feeling of insecurity, which was replaced by the impression of tranquility during the *Games*. With regard to the city, the beauty and the hospitality of the “cariocas” was highlighted during the mega-event.

Keywords: *Olympics*, *Rio 2016*, Tourists, Impressions, Psychosociology

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

FIGURA 1	Página inicial do website <i>WordClouds</i>	18
FIGURA 2	Gênero dos turistas consultados	43
FIGURA 3	Faixa etária dos turistas consultados	44
FIGURA 4	Países de origem dos turistas estrangeiros consultados	45
FIGURA 5	Estados de origem dos turistas brasileiros consultados	46
FIGURA 6	A expectativa sobre as <i>Olimpíadas Rio 2016</i> /Turistas brasileiros	47
FIGURA 7	Pontos positivos da experiência olímpica/Turistas brasileiros	48
FIGURA 8	Pontos negativos da experiência olímpica/Turistas brasileiros	49
FIGURA 9	Recomendações para que a experiência fosse aprimorada/Turistas brasileiros	50
FIGURA 10	Impressões sobre a hospitalidade/Turistas brasileiros	51
FIGURA 11	Mensagem para o carioca/Turistas brasileiros	52
FIGURA 12	Mensagem para a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro/Turistas brasileiros	53
FIGURA 13	Imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro anteriormente à chegada na cidade/Turistas brasileiros	54
FIGURA 14	Impressões sobre a cidade do Rio de Janeiro durante a visita/Turistas brasileiros	56
FIGURA 15	A definição de palavras-chave sobre a cidade/Turistas brasileiros	57
FIGURA 16	A expectativa sobre as <i>Olimpíadas Rio 2016</i> /Turistas estrangeiros	59
FIGURA 17	Pontos positivos da experiência olímpica/Turistas estrangeiros	60
FIGURA 18	Ponto negativos da experiência olímpica/Turistas estrangeiros	61
FIGURA 19	Recomendações para que a experiência fosse aprimorada/Turistas estrangeiros	62
FIGURA 20	Impressões sobre a hospitalidade/Turistas estrangeiros	62

FIGURA 21	Mensagem para o carioca/Turistas estrangeiros	63
FIGURA 22	Mensagem para a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro/Turistas estrangeiros	64
FIGURA 23	Imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro anteriormente à chegada na cidade/Turistas estrangeiros	65
FIGURA 24	Impressões sobre a cidade do Rio de Janeiro durante a visita/Turistas estrangeiros	66
FIGURA 25	A definição de palavras-chave sobre a cidade/Turistas estrangeiros	68

QUADRO

QUADRO 1	Categorias presentes nas falas dos turistas	69
-----------------	---	----

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CEFET/RJ	Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca
COB	Comitê Olímpico Brasileiro
COI	Comitê Olímpico Internacional
EICOS	Estudos Interdisciplinares em Comunidades e Ecologia Social
EKS	<i>Event Knowledge Services</i>
EUA	Estados Unidos da América
GAPIS	Grupo de Pesquisa Governança, Ambiente, Políticas Públicas, Inclusão e Sustentabilidade
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IP	Instituto de Psicologia
IPETUR-RJ	Instituto de Pesquisas e Estudos do Turismo do Rio de Janeiro
ONG	Organização Não Governamental
RIOTUR	Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro
SISBIO	Sistema de Autorização e Informação em Biodiversidade
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
URL	<i>Uniform Resource Locator</i>

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 2. METODOLOGIA.....	15
CAPÍTULO 3. TURISMO E MEGAEVENTOS: FENÔMENOS CONTEMPORÂNEOS.....	20
3.1. Panorama Histórico dos <i>Jogos Olímpicos</i> na Era Moderna.....	24
CAPÍTULO 4. RIO DE JANEIRO: CIDADE-SEDE DAS OLIMPÍADAS RIO 2016.....	29
4.1. O Imaginário sobre a cidade.....	31
4.2 As <i>Olimpíadas Rio 2016</i>	35
CAPÍTULO 5. IMPRESSÕES SOBRE AS OLIMPÍADAS RIO 2016: INTERPRETANDO OS RESULTADOS DA PESQUISA.....	42
5.1. Impressões dos Turistas Brasileiros.....	46
5.2. Impressões dos Turistas Estrangeiros.....	58
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	74
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	77
APÊNDICES.....	85
Apêndice 1. Edições das <i>Olimpíadas</i> na Era Moderna, cidades e países-sede por edição.....	85
Apêndice 2. Modelo de questionário em português.....	88
Apêndice 3. Modelo de questionário em espanhol.....	89
Apêndice 4. Modelo de questionário em inglês.....	90
Apêndice 5. Registros fotográficos da pesquisa de campo.....	91

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos o Brasil vem sendo palco da realização de inúmeros megaeventos esportivos como os *Jogos Pan-Americanos*, em 2007, a *Copa do Mundo de Futebol*, em 2014, e os *Jogos Olímpicos e Paraolímpicos Rio 2016*. E neste contexto, dentre muitas outras cidades brasileiras, o Rio de Janeiro se destaca como um importante destino turístico, além de vir realizando grandes e tradicionais eventos, como o Carnaval, *Réveillon* e o *Rock in Rio*.

Os megaeventos são caracterizados por sua repercussão midiática (antes, durante e depois de serem realizados), por contar com um público de milhões de pessoas, assim como, por envolver e exigir investimento de diversos setores da sociedade, dentre outros aspectos. Nesse sentido, uma mobilização desta proporção altera a rotina da população da cidade, gera impactos econômicos, políticos, sociais e ambientais. Por outro lado, tende a ampliar as expectativas de melhorias nas condições de infraestrutura, mercado de trabalho, transporte e segurança; além de oportunidades de avanços tecnológicos e nos sistemas de telecomunicação.

Dessa forma, a imagem transmitida pelos governos nas mídias de grande circulação busca convencer a população local dos benefícios de sediar megaeventos, com ênfase na consideração de um legado político e econômico, mesmo diante dos transtornos causados no cotidiano do lugar devido, principalmente, à realização de obras de grande porte. Assim, percebe-se a importância do papel dos meios de comunicação na construção de um imaginário coletivo de participação que contribui para uma atmosfera favorável a esses megaeventos na cidade e no país que os sediam (FREITAS *et al.*, 2011).

Do ponto de vista conceitual, Carreras (1996 *apud* ISHIY, 1998) define os megaeventos como “acontecimentos diversos que requerem grandes investimentos, marketing internacional, uma extensa difusão através dos meios de comunicação e a atração do turismo de massa”. Para Getz (1993 *apud* ISHIY, 1998), “são aqueles que geram grande parte da demanda turística ou que mais contribuem para criar uma imagem positiva do destino”. Nesse contexto, essas mobilizações de grande porte representam elementos centrais para o desenvolvimento do turismo contemporâneo, este entendido como fenômeno de alcance global (IRVING, 2009).

Este contexto sobre a realização de megaeventos, com ênfase nos *Jogos Olímpicos*, inspira esta pesquisa e, principalmente, o interesse em desenvolver uma investigação do caso brasileiro, tendo em vista que as *Olimpíadas Rio 2016* representam a primeira edição sediada na América do Sul. Considerando o panorama sinteticamente apresentado, esta pesquisa de

dissertação foi desenvolvida no âmbito do *Programa EICOS de Pós-Graduação em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social*, tendo como objetivo interpretar e analisar, preliminarmente, as impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre as *Olimpíadas Rio 2016*, além de tratar desse megaevento como um fenômeno complexo que perpassa questões políticas, econômicas e sociais, contrapondo uma visão predominante na sociedade: a dos *Jogos Olímpicos* como um simples acontecimento previsto para ocorrer a cada quatro anos.

Para compreender o tema a partir desta perspectiva, se percebe, na psicossociologia, um campo do conhecimento capaz de permitir “reflexões teóricas originais sobre os mais variados cenários sociais” (CASADORE, 2013, p. 177), sendo possível, assim, analisar fenômenos como os megaeventos e o turismo a partir de uma visão interdisciplinar. Nesse sentido, cabe destacar a definição de Maisonneuve (1977) que caracteriza a psicossociologia como uma ciência charneira, ou seja, uma ciência da articulação, tendo em vista que, para o autor, a sociologia ou a psicologia, isoladamente, são incapazes de desvendar a totalidade das condutas humanas. Souza e Carreteiro (2016) complementam que, a corrente francesa da psicossociologia abarca tanto as dimensões subjetivas quanto as sociais, se aproximando, também, dos aspectos singulares envolvendo, assim, sujeitos e grupos.

Partindo desse enfoque e considerando que a última edição dos *Jogos Olímpicos* sediada pela cidade do Rio de Janeiro, em 2016, foi a primeira *Olimpíada* realizada na América do Sul, identifica-se a possibilidade de desenvolver, com esta pesquisa, uma visão crítica sobre a relevância do megaevento, propriamente dito, para a consolidação de avanços econômicos e sociais da cidade e, também, pensando nos aspectos subjetivos, como ele é percebido e interpretado pelos turistas.

Com base nesses suportes centrais mencionados, esta pesquisa está estruturada em cinco capítulos, trazendo a metodologia no capítulo 2, logo após esta apresentação introdutória. Esse percurso envolveu uma análise documental e bibliográfica para apoiar e contextualizar os capítulos teóricos. Além disso, para um melhor dimensionamento da investigação apresenta-se um estudo de caso realizado no *Monumento do Corcovado* (Rio de Janeiro), onde foram aplicados 313 questionários aos turistas (160 brasileiros e 153 estrangeiros). As questões apresentadas foram estruturadas em blocos relacionados às impressões desse público consultado sobre as *Olimpíadas* e, complementarmente, se dirigiram ao imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro. Para a aplicação desses instrumentos, os turistas foram abordados na área de embarque do Trem do Corcovado e no Alto do

Corcovado, no período de 06 a 20 de agosto de 2016. Os resultados desse levantamento foram sintetizados por meio de *nuvens de palavras* – recursos gráficos que consistem em realçar as principais palavras que aparecem no conjunto de respostas, dando-lhes o peso de sua frequência (AMARAL, 2013).

Em seguida, no capítulo 3, apresenta-se uma introdução ao turismo e megaeventos como fenômenos contemporâneos da atualidade, levando-se em consideração a sua relevância social, econômica, política, cultural e ambiental e, abordando o panorama histórico dos Jogos na Era Moderna, assim como, trazendo uma retrospectiva da candidatura e da conquista do Rio de Janeiro como cidade-sede das *Olimpíadas Rio 2016*. Esse processo teve início em 2007 e culminou com a realização do megaevento no mês de agosto de 2016. Dando continuidade ao enfoque teórico da pesquisa traz-se, no capítulo 4, uma contextualização sobre a cidade do Rio de Janeiro, uma abordagem preliminar de como sua imagem é veiculada por meio do turismo e contextualização das *Olimpíadas na cidade maravilhosa*.

O capítulo 5 incide especificamente sobre a apresentação dos turistas brasileiros e estrangeiros consultados e a interpretação dos resultados obtidos, ilustrando, por meio de análise preliminar, realizada a partir de *nuvens de palavras*, as impressões dos turistas sobre as *Olimpíadas Rio 2016*.

Tendo em vista o panorama sinteticamente introduzido, esta pesquisa representa um convite à reflexão sobre os potenciais dilemas associados à realização de um megaevento como as *Olimpíadas Rio 2016* em uma cidade reconhecida internacionalmente tanto pelas belezas naturais e pela diversidade cultural, como pelos seus diversos problemas sociais. De que forma, esses aspectos positivos e negativos repercutem nas impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros atraídos para participar localmente desse megaevento que extrapola o enfoque meramente esportivo? Em que medida as percepções dos visitantes sobre a cidade em toda a sua complexidade podem contribuir para aprimorar a capacidade de sediar eventos grandiosos no futuro? É inspirada nessas e em outras reflexões centrais que esta dissertação se constrói e se apresenta nos capítulos a seguir.

CAPÍTULO 2. METODOLOGIA

Esta dissertação foi inspirada em uma pesquisa realizada pelo Grupo de Pesquisa *Governança, Ambiente, Políticas Públicas, Inclusão e Sustentabilidade* (GAPIS/UFRJ), intitulada “A percepção do turista sobre a cidade do Rio de Janeiro e o Corcovado”. Esta investigação foi realizada em 2007, no complexo do Corcovado, localizado no Parque Nacional da Tijuca, com o intuito de identificar as percepções dos turistas que visitaram a cidade do Rio e o Corcovado¹. Com esta inspiração, a presente pesquisa busca dar continuidade ao trabalho iniciado em 2007, tendo, no entanto, neste caso, as impressões sobre as *Olimpíadas Rio 2016* como recorte temporal de investigação. Desta forma, pretendeu-se focar na análise preliminar de dois blocos de perguntas dos questionários: bloco 1 – Impressões sobre as *Olimpíadas* e bloco 2 – Imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro.

A partir deste contexto, esta dissertação se caracterizou por uma pesquisa qualitativa, bibliográfica, documental e de campo. E, também, de caráter quantitativo no que diz respeito às *nuvens de palavras*, caracterizada como uma ferramenta de tratamento de dados por acumulação cujo objetivo é destacar as palavras mais frequentes, ou seja, que apareceram em maior número na pesquisa. Pode-se dizer que, nesta investigação, a abordagem quantitativa foi utilizada para gerar os dados qualitativos.

A fim de conhecer os métodos utilizados nesta dissertação, segue um breve contexto das tipologias de pesquisa que se apresentarão ao longo do texto.

No que diz respeito à pesquisa qualitativa, Maanen (1979 *apud* NEVES, 1996), aponta que, no campo das ciências sociais, a mesma é entendida como conjunto de diferentes técnicas de interpretação que buscam expressar a essência dos fenômenos sociais. Para Godoy (1995), a pesquisa qualitativa busca descrever indivíduos, localidades e processos de interação através do contato direto do pesquisador com o objeto de estudo, procurando compreender os fenômenos pela perspectiva dos sujeitos, ou seja, daqueles que estão participando da pesquisa. Assim, as informações e impressões são registradas através de anotações de campo que se destacam neste tipo de abordagem, cumprindo um papel essencial tanto no processo de obtenção de dados quanto na análise dos resultados.

A lógica qualitativa preza pela comunicação entre o pesquisador, o campo e seus componentes, como elemento essencial da produção do conhecimento, considerando que as subjetividades do pesquisador e do público estudado fazem parte do processo de pesquisa

¹Vide o artigo “Cidade Maravilhosa? Interpretando a percepção do turista sobre o Rio de Janeiro.”. Referência: CORRÊA, F. V.; MORAES, E. A. Cidade Maravilhosa? Interpretando a percepção do turista sobre o Rio de Janeiro. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p.427-442, dez. 2011.

(FLICK, 2004, p. 24). Aspecto também considerado pela psicossociologia. Nesse sentido, Portela (2004, p.3) aponta algumas características da investigação qualitativa:

Objetivação do fenômeno, hierarquização das ações *descrever, compreender, explicar*, precisão das relações entre o global e o local em determinado fenômeno, observância das diferenças entre o mundo social e o mundo natural, respeito ao caráter interativo entre os objetivos buscados pelos investigadores, suas orientações teóricas e seus dados empíricos, busca de resultados os mais fidedignos possíveis, oposição ao pressuposto que defende um modelo único de pesquisa para todas as ciências.

A pesquisa qualitativa se desdobra em diversas técnicas, dentre elas, a pesquisa bibliográfica, que foi utilizada neste trabalho para abordar os capítulos teóricos. Segundo Gil (2009), esta pesquisa se desenvolve com base em material já elaborado, caracterizando-se, principalmente, por livros especializados, artigos científicos, dissertações, teses; disponíveis em versão impressa ou digital. A pesquisa bibliográfica também é muito utilizada nos estudos históricos, já que, em muitos casos, não há outra maneira de conhecer os acontecimentos passados sem obter apoio em dados bibliográficos. No caso deste trabalho, a bibliografia foi importante para resgatar o panorama histórico dos *Jogos Olímpicos* na Era Moderna. Além da pesquisa bibliográfica, esta dissertação faz uso de documentos importantes para que se possa conhecer o processo de uma *Olimpíada*. Esta investigação utilizou, neste caso, o Dossiê de Candidatura do Rio de Janeiro à Sede dos *Jogos Olímpicos e Paraolímpicos* de 2016 (de 2009), que traz toda a apresentação para a candidatura da cidade do Rio de Janeiro para sediar este megaevento.

Após estas etapas, este estudo envolveu um planejamento de campo a partir da elaboração do instrumento de pesquisa destinado aos turistas nacionais e internacionais (questionários estruturados em blocos de questões relativas às impressões sobre as *Olimpíadas* e imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro). Estes questionários foram baseados no modelo utilizado na pesquisa de 2007, já mencionada anteriormente, porém, os mesmos foram reestruturados para que pudessem se adequar à pesquisa atual.

Na etapa de aplicação dos questionários, a pesquisa contou com o auxílio de duas graduandas do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca (CEFET/RJ) e de quatro pós-graduandos do Programa EICOS/IP/UFRJ.

A pesquisa de campo propriamente dita foi realizada no Monumento do Corcovado (na área de embarque do Trem do Corcovado e no Alto do Corcovado), localizado no Parque Nacional da Tijuca, no período de 06 a 20 de agosto de 2016 - durante as *Olimpíadas* Rio

2016 (registro fotográfico no APÊNDICE 5). Para se ter acesso ao local do campo, a pesquisa foi registrada no Sistema de Autorização e Informação em Biodiversidade (SISBIO), para a obtenção de autorização para que os pesquisadores transitassem no complexo do Corcovado/Parque Nacional da Tijuca e pudessem aplicar os questionários junto aos turistas. Estes questionários foram elaborados em três idiomas: português, espanhol e inglês, conforme consta nos modelos dispostos nos APÊNDICES 2, 3 e 4. Foram aplicados 313 questionários no período mencionado. Deste total de turistas, 160 eram brasileiros e 153 eram estrangeiros.

No que diz respeito à análise dos resultados, as respostas obtidas foram inseridas em formulários online para que se pudesse obter um panorama geral das impressões expressas e, a partir daí, foram interpretados os resultados. Este foi considerado o melhor caminho para estruturar a análise, já que os questionários possuíam perguntas com respostas abertas e foram preenchidos à mão pelos pesquisadores. Para a interpretação analítica das impressões dos turistas foi utilizada a técnica *nuvem de palavras*², um recurso gráfico de análise que consiste em realçar as principais palavras citadas pelos visitantes, dando-lhes o peso de sua frequência. Conforme mencionado anteriormente, as *nuvens* se caracterizam como método quantitativo que apoia a análise qualitativa, dessa forma, de acordo com Santos, Próspero e Gianordoli (2014, p.1), “o uso de métodos quantitativos para gerar visualizações pode ser utilizado como uma ferramenta adicional para enriquecer os resultados de estudos e pesquisas em diversas áreas”, propiciando o diálogo entre as pesquisas qualitativa e quantitativa. Silverman (2009) aponta que este diálogo pode ocorrer empregando elementos quantitativos para identificar resultados em um contexto qualitativo. Entende-se que as *nuvens de palavras* se encaixam nesta finalidade na presente pesquisa.

Metodologicamente, estas nuvens são representações visuais da *folksonomia*. De acordo com Brandt e Medeiros (2010, p.112) a “*folksonomia* é o resultado do processo de etiquetagem, também chamado de classificação social, de recursos da web. Isso significa dizer que as próprias pessoas, no caso, usuários da informação, classificam os documentos”. Esta expressão foi vista pela primeira vez em 2004, no ambiente virtual, quando a atribuição de etiquetas (*tags*) a conteúdos informacionais causou interesse naqueles que acompanham os fenômenos que chegam à internet. Este interesse levou à criação do termo *folksonomia* pelo arquiteto da informação, Thomas Vander Wal, que o define como

[...] o resultado da atribuição livre e pessoal de etiquetas a informações ou objetos (qualquer coisa com URL), visando à sua recuperação. A atribuição

² Utilizando o website: <http://www.wordclouds.com/>

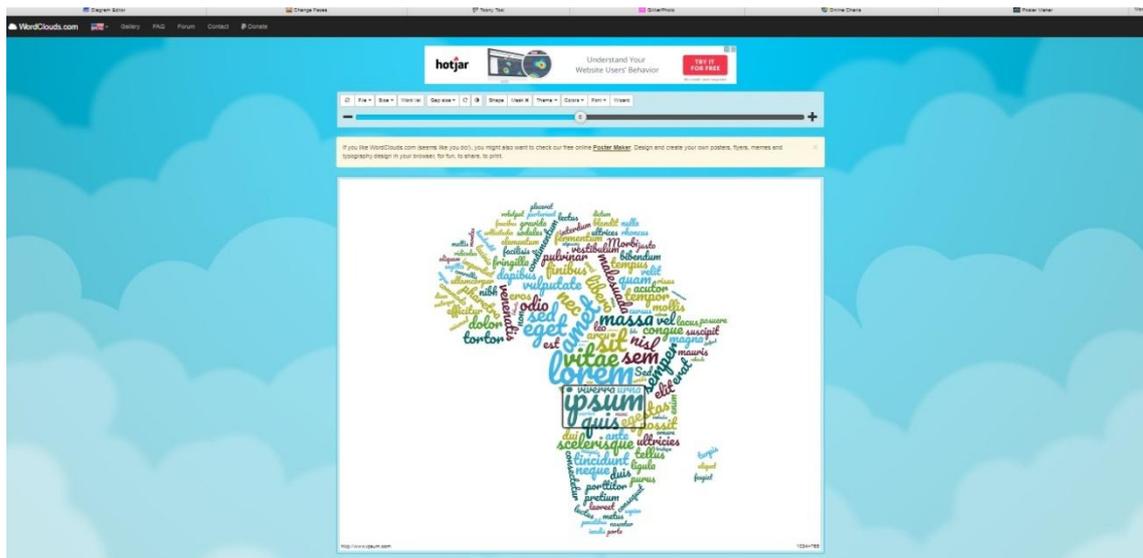
de etiquetas é feita num ambiente social (compartilhado e aberto a outros). A etiquetagem é feita pelo próprio consumidor da informação³ (WAL, 2007).

Assim, “a *folksonomia* é uma atribuição livre e pessoal de etiquetas, ou seja, livre das regras impostas por uma taxonomia” (BRANDT; MEDEIROS, 2010, p.112). De acordo com Brandt e Medeiros (2010, p. 120), a nuvem de *tags* é a representação visual da *folksonomia*, representando os assuntos que aparecem com mais frequência. Assim, a partir da análise das *tags* mais repetidas, pode-se identificar “tendências e interesses da comunidade analisada”. Galdo, Vieira e Rodrigues (2009, p.4) definem a nuvem de *tags* como

uma forma de visualização para facilitar a recuperação de informações. Nas nuvens de “*tags*”, o tamanho das letras e a cor das palavras dispostas em imagens geradas dinamicamente, modificam-se à medida que informação é acessada, gerada ou classificada, podendo indicar a popularidade de uma “*tag*”, ou a frequência da palavra (...).

No caso desta dissertação, o objetivo das nuvens de *tags* foi sistematizar as principais impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre cada item do questionário através das palavras mais frequentes, ou seja, com maior destaque nas nuvens. Nesse sentido, com o objetivo de criar nuvens pedagógicas visualmente, o estudo de Eda *et. al* (2009) parte da hipótese de que as pessoas, quando olham para a nuvem pela primeira vez, prestam mais atenção ao conteúdo de *tags* emocionais do que *tags* voltadas para a razão⁴. Isso se aproxima do conteúdo das nuvens desta pesquisa, que são resultado das impressões e imaginários dos indivíduos, conforme ilustrado a seguir, na Figura 1.

FIGURA 1 – Página inicial do website *WordClouds*



Fonte: <https://www.wordclouds.com/>

³ Tradução de Brandt, Medeiros, 2010

⁴ Tradução livre da autora

Segundo Silva (2010, p.17) a expressão “nuvens de *tags*” foi utilizada pela primeira vez em outubro de 2004 pela empresa americana de informática O’Reilly Media e pode ser definida como

uma concepção visual de um conjunto de *tags* isoladas com uma representação ilustrativa da sua importância, ou seja, visualmente hierarquizadas, e em que cada tag se hiperliga a um ou mais sítios Web ou documentos. As nuvens de *tags* são formas de organizar palavras-chave e ajudar na visualização e procura, por exemplo, fazendo indexações em pesquisas. Estas estão dispostas proporcionalmente pela relevância fazendo-se notar no tamanho da fonte ou pelas cores destacadas. No caso do tamanho da fonte, normalmente a relação de maior ou menor tamanho é definida pelo número de vezes que uma tag é utilizada (SILVA, 2010, p.13).

Vale lembrar que, o objetivo desta pesquisa é de caráter de visualização e identificação das impressões mais frequentes dos turistas, e não vincular as palavras à websites, arquivos ou documentos por *hiperlinks* (função das tags). Por isso, a autora considera mais viável chamar as nuvens presentes neste trabalho de *nuvens de palavras*. Nesse sentido, Silva (2013, n.p.) afirma que “uma palavra repetida várias vezes o é por algum motivo, assim, nuvens de palavras são, então, um método heurístico⁵ de análise. Por si só não vão resolver um problema ou responder a uma questão de pesquisa, mas apontam caminhos para isso”. Portanto, as nuvens a serem apresentadas no capítulo de análise irão orientar a autora na interpretação dos resultados.

⁵ Para Bueno (2009, p.1) heurística é um conjunto de regras e métodos que conduzem à descoberta, à invenção e à resolução de problemas.

CAPÍTULO 3. TURISMO E MEGAEVENTOS: FENÔMENOS CONTEMPORÂNEOS

No plano global, o turismo vem sendo caracterizado como um dos maiores setores econômicos, em grande parte dos países desenvolvidos e em desenvolvimento. Ao mesmo tempo em que é estudado também como um fenômeno social complexo por diversas áreas do conhecimento, como a antropologia, administração, a geografia e a psicologia, apenas para citar algumas dessas áreas que configuram um caminho para o estudo do turismo a partir da interdisciplinaridade. Muito antes desta configuração, ainda no século XVIII, por exemplo, a motivação para uma viagem não era o descanso ou o lazer. E, na verdade, nem sempre houve um período de tempo reservado ao lazer, principalmente neste período histórico. Isto porque, a prática do turismo, em seus primórdios era uma realidade para um número reduzido de pessoas devido aos elevados custos.

Naquela época, era comum a realização de um tipo de viagem de estudos, quando os jovens eram acompanhados por tutores. Estas viagens eram chamadas de *grand tours* - viagens de aventura e conhecimento, realizadas somente por homens da elite e com duração média de três anos. O deslocamento do local de origem até o destino era feito de navio, e, ao chegar, os “turistas” eram conduzidos a pé ou a cavalo. O objetivo do *grand tour* era que estes jovens homens aprimorassem o caráter, adquirissem experiência de vida e se preparassem para as guerras (BARRETTO, 2001). Nota-se que as elites da época tinham acesso a certos tipos de viagem, que não eram acessíveis à classe operária. Com a Revolução Industrial, o modo de produção agrícola foi também substituído pelas indústrias e as pessoas passaram a trabalhar mais. A partir daí, como menciona John Urry (1996 *apud* MAGALHÃES, 2008), umas das principais conquistas neste sentido foi o direito às férias remuneradas, à redução da jornada de trabalho semanal e à possibilidade do uso do trem como meio de transporte (até então reservado à burguesia).

A expansão da Revolução Industrial no século XIX também possibilitou as primeiras viagens organizadas, dando início ao turismo moderno. A primeira viagem agenciada foi promovida pelo inglês Thomas Cook, em 1841. Neste ano, ele alugou um trem para levar cerca de 570 pessoas a um encontro de uma liga contra o alcoolismo, na Inglaterra. A experiência foi tão bem sucedida que Cook passou a realizar viagens na Europa, e aos poucos expandiu suas atividades a outros continentes. Seu trabalho contribuiu para que as viagens fossem mais acessíveis à população da classe média da época, no entanto, é importante ressaltar alguns fatores que contribuíram para o desenvolvimento do turismo no século XIX

como a mudança no modo de produção (da agricultura para a indústria), o desenvolvimento dos transportes, o advento e a valorização do tempo livre, mais recursos financeiros para investir no lazer e, o crescimento da alfabetização e da segurança foram alguns dos principais fatores que contribuíram para que o turismo se tornasse um fenômeno mais popular e menos elitista (BARRETTO, 2001).

Nessa trajetória, após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), o avião se tornou o meio de transporte mais utilizado, substituindo os navios, fato que repercute até os dias atuais. Dessa forma, de acordo com Wainberg (2003, p.11), a partir da década de 1950, “o movimento em território estranho e o consumo da singularidade alheia” motivaram o deslocamento, dando início às viagens com fins turísticos. Wainberg (2003, p. 14) ainda complementa esse argumento ao afirmar que “nos movemos porque necessitamos vislumbrar a diferença”. Assim, os viajantes passaram a se locomover de forma mais massiva ao mesmo tempo em que as fronteiras se tornaram mais acessíveis. (WAINBERG, 2003, p.11). Para Oliveira (2003, p. 22) é nesse período que a palavra “turismo” passa a caracterizar os deslocamentos por lazer. A partir de então, as agências de viagem, a hotelaria e toda a cadeia produtiva do turismo foram expandindo as suas atividades com evidentes impactos nas localidades turísticas.

Após esta breve retrospectiva do turismo, chega-se ao século XXI, período em que o setor frequentemente se destaca pela sua dimensão econômica, deixando de ser percebido como um fenômeno social amplo e complexo (IRVING, 2002). Na maioria das vezes, pela leitura do mercado, o turismo é reduzido apenas à perspectiva econômica, que entende o setor como uma mercadoria composta por recursos naturais e culturais, acrescido de equipamentos e de meios de transportes que está pronto para ser consumido. Esta perspectiva utilitarista e acrítica considera o turismo como instrumento para atender as demandas do capitalismo.

Outro ponto de vista discutido na literatura sobre o tema é o que entende o turismo como campo do conhecimento, a partir de sua totalidade histórica, com uma dimensão explicativa partindo da economia, da política, da cultura e dos aspectos sociais que cercam um determinado grupo ou comunidade (MAGALHÃES, 2008). Por esta via, o turismo é considerado como um fenômeno social, econômico, político, cultural e ambiental. Nessa perspectiva, De La Torre (1994), define o turismo como um

fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, principalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, se deslocam de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa ou remunerada, gerando diversas inter-relações de importância social,

econômica e cultural. [...] Com relação ao sujeito designado como turista, [...] é chamada assim a pessoa que pratica o turismo, o que significa que essa atividade atinge uma projeção eminentemente humana, acima das consequências econômicas e comerciais, portanto, acima de tudo, deve ser concebida como um meio eficaz de obter compreensão e amizade entre os homens e entre os povos⁶. (DE LA TORRE, 1994, p. 19).

Panosso Netto (2005), por sua vez, reitera a importância de se entender o turismo como fenômeno, e não como uma indústria. Para o autor, o

turismo é um fenômeno e não uma indústria (como tanto querem os defensores da sua vertente econômica). Uma indústria pressupõe transformação de bens e nesse caso não se aplica ao turismo. A melhor forma de definir o turismo é utilizando o termo fenômeno, que significa a ação objetiva e intersubjetiva que se manifesta em si mesma, que pode ser apreendida pela consciência e que possui uma essência em si (p.144).

Com base nestes argumentos, Nicolas (1996) citado por Castrogiovanni (2003, p. 45), afirma que o turismo não pode ser pensado como um fenômeno externo à sociedade. Ao contrário, ele é inerente a ela. Consequentemente, o turista também está inserido no contexto desta sociedade globalizada. Por estas razões, o turismo se constitui em um tema interdisciplinar que, na perspectiva contemporânea, se desenvolve em sintonia com as transformações sociais, culturais, econômicas e naturais sendo objeto de investigação e de debate no âmbito das ciências humanas e ciências sociais aplicadas, e de interpretação também pela lente da psicossociologia (LIMA, 2014).

No âmbito da psicossociologia, a temática do turismo ainda vem sendo pouco analisada, resultando em um debate ainda incipiente, o que segundo Irving (2002) precisa ser revisto por se tratar de um objeto de estudo acadêmico em expansão no Brasil e no mundo. Nas últimas décadas, esta expansão vem sendo observada, entre outros motivos, principalmente em decorrência da realização de grandes eventos internacionais, mundiais e, sobretudo, dos megaeventos, como os *Jogos Olímpicos* de Verão e de Inverno. Isto porque, desde o (re)surgimento dos Jogos da Era Moderna, esse megaevento vem sendo considerado uma importante vitrine para a divulgação das cidades-sedes, assim como também para o país, conforme poderá ser melhor observado a seguir.

Os eventos de grande porte ocupam lugar de destaque no cenário brasileiro, no século XXI, com a realização da *Jornada Mundial da Juventude* (2013), da *Copa do Mundo da FIFA* (2014) e as *Jogos Olímpicos* de verão e *Paraolimpíadas* (2016), além dos festivais de música

⁶ Tradução livre da autora.

(*Rock in Rio, Lollapalooza, etc.*) que acontecem periodicamente e o *réveillon* e *carnaval*, eventos anuais. Dentre os eventos citados, as *Olimpíadas* representam o evento esportivo de maior repercussão na contemporaneidade, tanto por sua dimensão simbólica quanto pela dimensão material que envolve milhões de pessoas, direta e indiretamente, antes, durante e depois da sua realização (RUBIO, 2005), sendo considerada como megaevento em virtude da sua dimensão mundial.

Um megaevento se destaca por seu caráter temporal, sua capacidade de atrair um grande número de participantes de diversas nacionalidades e, também, pelo impacto nos meios de comunicação com repercussão global. Neste sentido, vale mencionar que o turismo contemporâneo se desenvolve também apoiado em megaeventos como os *Jogos Olímpicos*, uma vez que atraem visitantes de todo o mundo, aumentando o fluxo de pessoas, e sendo também capazes de impulsionar o investimento em infraestrutura que atenda às demandas turísticas (FERREIRA; MENDONÇA, 2016). Logo, a imagem sobre os megaeventos, que é transmitida pelos governos nas mídias de grande circulação, busca convencer a população local dos benefícios potenciais que eles trazem, se comprometendo em deixar um legado político e econômico positivo, mesmo diante dos transtornos causados no cotidiano da cidade, principalmente, à realização de obras de grande porte. Dessa forma, os meios de comunicação possuem um papel fundamental na construção de um imaginário que contribui para uma atmosfera favorável a esses megaeventos na cidade e no país que os sediam (FREITAS *et al.*, 2011) contribuindo para que os megaeventos se configurem como processos que amplificam e viabilizam a vivência de sociabilidades. Assim, os megaeventos fazem parte do imaginário urbano, da memória do local onde ocorrem, sendo importantes para fomentar a rede de comunicação nas cidades (FREITAS, 2011 *apud* SIQUEIRA *et. al*, 2016). A realização destes influencia a cidade e/ou o país de diversas formas, como por exemplo, em termos de promoção da imagem, incentivo ao turismo e investimentos em infraestrutura para atender as exigências do evento.

Ainda nesta perspectiva, Hall (2006, p.59) aponta que os megaeventos assumiram um papel fundamental na promoção dos destinos turísticos urbanos, bem como em estratégias mais amplas de desenvolvimento urbano e regional. Com base neste olhar, os megaeventos são, portanto, um componente extremamente significativo desta promoção, uma vez que podem deixar legados sociais, econômicos e físicos que impactarão a comunidade anfitriã por um período que vai além do megaevento. Nesse sentido, os eventos de grande porte podem ser considerados como uma das marcas da modernidade, além de serem capazes de integrar

interesses públicos e privados principalmente no que tange à imagem da cidade/país-sede⁷ (HALL, 2006, p.59).

A fim de dar continuidade à temática de megaeventos, porém, agora com enfoque nos *Jogos Olímpicos*, o subcapítulo que segue aborda um panorama histórico destes *Jogos* no período de seu ressurgimento, conhecido como Era Moderna.

3.1 PANORAMA HISTÓRICO DOS JOGOS OLÍMPICOS NA ERA MODERNA

No que diz respeito à sua história, a tradição olímpica remonta há 2.500 anos e tem origem na Grécia Antiga. Naquele período foram disputadas 293 edições, estas consideradas como festivais sagrados onde os atletas competiam apenas para servir aos deuses. A tradição dos jogos, no entanto, enfrentou momentos difíceis com a invasão dos romanos à Grécia, em 456 a.C.; e, o “espírito olímpico” foi se desmobilizando com o passar do tempo, quando as competições passaram a ser interpretadas como meros combates físicos e demonstração de força. Assim, a última Olimpíada da Era Antiga foi realizada em 393 d.C., quando o imperador Teodósio I cancelou os Jogos após proibir a adoração aos deuses (BRASIL, 2016).

Os *Jogos Olímpicos* deixaram de ser realizados, desde então, até o final do século XIX, quando ocorreu o que pode ser considerado como o resgate do ideal olímpico por Pierre de Frédy - o Barão de Coubertin - em uma nova versão que possibilitou a participação de atletas de todo o mundo (os Jogos anteriores permitiam que apenas atletas do sexo masculino de origem grega participassem das competições). Nesta nova concepção, a cidade de Atenas, palco dos *Jogos Olímpicos* da Antiguidade, recebeu os primeiros Jogos da Era Moderna, iniciados no dia 6 de abril e terminados em 15 de abril de 1896, com delegações de 14 países, que somavam 241 atletas. Desde então, os *Jogos Olímpicos* foram interrompidos apenas durante os períodos da Primeira e da Segunda Guerras Mundiais, entre 1914 e 1918 e 1939 e 1945, respectivamente.

Em 122 anos de existência dos *Jogos Olímpicos* na Era Moderna, é importante observar que as competições foram disputadas em grandes metrópoles, como detalhado no APÊNDICE 1, que sistematiza pedagogicamente, todas as edições das *Olimpíadas* da Era Moderna e as cidades e países-sede.

No âmbito do esporte, a psicossociologia é encontrada nas relações individuais ou em grupo, nos comportamentos expressos nos atletas de diferentes modalidades esportivas. Assim, Simões e Junior (1999) afirmam que o esporte é muito mais complexo do que parece.

⁷ Traduzido pelos autores.

Ao se deparar com as relações humanas em esportes individuais ou coletivos, a psicossociologia se expressa nas percepções, sentimentos, reações e etc dos clubes, equipes ou indivíduos.

No caso das *Olimpíadas*, para além das disputas esportivas, a realização dos *Jogos* despertava e continua despertando um espírito olímpico cunhado no convívio harmonioso, na diversidade cultural, na solidariedade entre os povos e no *fair play* (jogo limpo) entre atletas. Com isto, espera-se que a disseminação desses valores, não apenas entre atletas e delegações, ultrapasse as fronteiras das arenas físicas e passe a influenciar também todas as nações. A este espírito olímpico dá-se o nome de *olimpismo*. De acordo com Almeida e Júnior (2011), para o Comitê Olímpico Internacional (COI), o *Movimento Olímpico* é composto por diversos agentes que, responsáveis pela manutenção do “espírito olímpico”, formam a família olímpica. Seus membros são a população mundial, espectadores, os melhores atletas do mundo, a mídia credenciada, os patrocinadores do COI, os Comitês Olímpicos Nacionais, as Federações Internacionais e os Comitês Organizadores dos *Jogos Olímpicos*, tendo como entidade máxima o próprio COI⁸. Ao identificar os membros do *Movimento Olímpico*, pode-se perceber quais são as entidades que estão diretamente relacionadas ao esporte olímpico no contexto brasileiro, que também fazem parte da família olímpica em sua versão nacional. Assim, a pirâmide do COI no contexto nacional é composta pelos seguintes agentes: população brasileira, os espectadores brasileiros, os melhores atletas do país, a mídia brasileira credenciada, os patrocinadores do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), confederações brasileiras, além do próprio COB.

Com base nestas informações, o COB é a entidade que representa o *Movimento Olímpico* no Brasil, mediante o reconhecimento internacional do COI e da legislação brasileira. Dentre as competências desta entidade, destacam-se: desenvolvimento, propagação, organização, direção e coordenação do desporto no país; organização da representação do Brasil nos Jogos; representações do Brasil, internacionalmente e, com exclusividade diante do *Movimento Olímpico*, frente aos poderes públicos; designação e eleição da cidade candidata à sede de competições, adotando medidas para organização e realização dos *Jogos Olímpicos* quando a cidade for aceita; coibição de ações discriminatórias, violentas e o uso de *doping* e fomento às demais atividades relacionadas ao *Movimento Olímpico* (COB, 2004 *apud* ALMEIDA; JUNIOR, 2011).

⁸Disponível em <<http://nocnsf.nl/xu/document/cms/streambin.asp?requestid=2ED2C7B7-183E-4AA6-87DC-DB6E12CAED9F>>. Acesso em 20 de novembro de 2016.

Além de ser constituído por uma organização estrutural composta por agentes e regras, o *Movimento Olímpico* é orientado por valores que devem ser respeitados e promovidos por todos os envolvidos. Este conjunto de valores pedagógicos e filosóficos é denominado de *Olimpismo*, uma filosofia que reúne desporto, cultura e educação buscando criar um equilíbrio harmonioso entre corpo e mente. Originalmente promovida pelo Barão de Coubertin, esta filosofia representa um elemento essencial do *Movimento Olímpico* e é baseada em três valores essenciais: excelência, amizade e respeito.

O conceito de *Olimpismo* está descrito no Princípio Fundamental nº 1, da Carta Olímpica (2011, p.25) e é apresentado como

uma filosofia de vida que exalta e combina de forma equilibrada as qualidades do corpo, da vontade e da mente. Aliando o desporto à cultura e educação, o Olimpismo procura ser criador de um estilo de vida fundado no prazer do esforço, no valor educativo do bom exemplo, na responsabilidade social e no respeito pelos princípios éticos fundamentais universais.

Tendo como objetivo,

colocar o desporto ao serviço do desenvolvimento harmonioso da pessoa humana em vista de promover uma sociedade pacífica preocupada com a preservação da dignidade humana (CARTA OLÍMPICA, 2011, p.25).

A partir destes fundamentos, Rubio (2005) propôs uma periodização histórica para enquadrar os *Jogos Olímpicos* da Era Moderna, como forma de articular os diferentes momentos e dinâmicas do megaevento, a partir de fatos que marcaram uma época e possibilitaram a transformação tanto da instituição como do fenômeno olímpico. Essa periodização é caracterizada por quatro fases: a) fase de estabelecimento, b) fase de afirmação, c) fase de conflito e d) fase de profissionalização.

A fase de estabelecimento compreende o período entre os *Jogos Olímpicos* de Atenas (1896) e de Estocolmo (1912), marcado pela aceitação da proposta olímpica. Inicialmente visto como uma aventura de nobres e aristocratas, os Jogos chegaram a ser confundidos com ideais diferentes dos olímpicos, mas necessários à sua consolidação. Nesse momento, o principal objetivo do encontro olímpico era a possibilidade de se praticar uma atividade pedagógica, mais do que competitiva, e de confraternização entre pessoas originárias de diversos países e culturas.

De acordo com Rubio (2005), o segundo momento intitulado de afirmação tem início 24 anos após a primeira edição da Era Moderna, quando os Jogos já haviam superado a condição de uma aventura de nobres e se tornavam um importante acontecimento internacional. Neste momento, os *Jogos Olímpicos* já eram palco de exposição das tensões

internacionais. E como poucos eventos desta proporção, sobreviveram até mesmo aos períodos entre guerras. Esta fase compreende o período entre 1920 a 1936, iniciando com os *Jogos Olímpicos* de Antuérpia logo após a Primeira Guerra Mundial.

A fase de conflito é caracterizada pelo momento pós-guerra, no qual o *Movimento Olímpico* passou a enfrentar as dificuldades de um mundo dividido em dois grandes blocos: capitalista e socialista. As tensões geradas nessa polarização levaram à guerra fria, momento em que o conflito armado foi substituído por um forte “jogo” de espionagem e de corrida pelo desenvolvimento de tecnologia bélica para o enfrentamento de uma possível nova guerra. Em meio a este cenário, os *Jogos Olímpicos* foram utilizados como mais uma forma de demonstração de poder político, medalhas passaram a ser contabilizadas como pontos a favor dos respectivos regimes políticos, afirmando um tipo de superioridade não idealizada pelo *Movimento Olímpico*, em sua origem. Esse período compreendeu os Jogos de Londres, em 1948 e perdurou até os Jogos de Los Angeles, em 1984. Após esta fase, a evolução tecnológica passou a contribuir para o maior reconhecimento dos Jogos, sendo a transmissão televisiva um bom exemplo deste movimento. A partir dos Jogos de Roma, em 1960, as transmissões ao vivo permitiram que mais de 200 milhões de pessoas do continente europeu tivessem acesso às competições em tempo real. Paralelamente a esta expansão tecnológica, os governos nacionais passavam a investir em obras de infraestrutura para atender as expectativas dos Jogos e também para que estas melhorias pudessem ser utilizadas pela população local posteriormente. A partir de então, os aspectos políticos e comerciais dos *Jogos Olímpicos* passaram a se destacar nos processos de candidatura das cidades para sediar o evento.

Mas, o que marcou o término da fase de conflito e deu início à fase de profissionalização foi a participação da iniciativa privada na organização dos Jogos em parceria com os governos nacionais. Conforme aponta Rubio (2005), nesta nova perspectiva, as *Olimpíadas* passaram a gerar lucros da ordem de milhões de dólares. Esta etapa teve início nos Jogos de Seul, em 1988, e perdura até os dias atuais.

Aqui, nesta breve descrição temporal, é relevante mencionar também a questão da garantia de segurança não apenas de todos os atletas, delegações e profissionais que trabalham diretamente nas centenas de eventos que ocorrem não apenas durante os *Jogos Olímpicos* mas também no cotidiano urbano da cidade-sede e do país, como um todo. Isto porque, megaeventos como este terminam gerando uma elevada visibilidade internacional, o que pode

ser estratégico para atentados contra a segurança pública, segundo constatam as principais agências de investigação internacional.

A questão da segurança é, desta maneira, um dos temas principais para organizadores de megaeventos, como uma edição das *Olimpíadas* modernas, que trabalham com possibilidades reais de ameaças, incluindo o terrorismo e os perigos que podem ocorrer com grandes multidões. Em relação à *Rio 2016*, este foi também um tema muito discutido antes, durante e após a realização das *Olimpíadas*. Segundo o *Portal Brasil* (2016), um contingente de mais de 85 mil profissionais (47 mil de segurança pública, defesa civil e ordenamento urbano) e 38 mil das Forças Armadas foi destinado à segurança da edição dos *Jogos* na cidade do Rio de Janeiro. Esta articulação entre as instituições de Segurança, Defesa e Inteligência criou o Plano Estratégico que orientou o planejamento das ações definidas pela *Comissão Estadual de Segurança Pública e Defesa Civil para os Jogos Rio 2016* (COESRIO2016), que definiu os parâmetros da atuação coordenada e integrada pelos órgãos federais, estaduais e municipais de segurança pública e de defesa civil, bem como de outras entidades relacionadas.

A avaliação oficial de toda esta operação, com o encerramento do megaevento, foi considerada satisfatória e positiva, segundo os organizadores do evento, assim como também pelos órgãos de segurança pública dos governos federal, estadual e municipal. Segundo pesquisa⁹ realizada pelo *Ministério do Turismo*, o plano de segurança foi aprovado por 87,1% dos brasileiros e 88,4% dos turistas estrangeiros que estiveram na cidade do Rio de Janeiro, ou circularam pelos aeroportos internacionais Tom Jobim e Guarulhos, e cidades na fronteira da região Sul do país, como Foz do Iguaçu (PR), Uruguaiana (RS) e São Borja (RS).

Outra pesquisa, desta vez realizada pelo Instituto de Pesquisas e Estudos do Turismo do Rio de Janeiro (IPETUR-RJ) e pela Fundação Cesgranrio, divulgou resultado semelhante. Nesta, 90% dos turistas estrangeiros entrevistados consideraram entre “excelente e boa” o quesito *segurança* durante as *Olimpíadas Rio 2016*, evento que será abordado, mais detalhadamente a seguir juntamente com uma caracterização da cidade-sede: Rio de Janeiro.

⁹ A pesquisa foi realizada entre os dias 3 e 16 de agosto de 2016, com 4.150 brasileiros e, entre os dias 6 e 16 de agosto (2016), com os estrangeiros.

CAPÍTULO 4. RIO DE JANEIRO: CIDADE-SEDE DAS OLIMPÍADAS RIO 2016

De acordo com Silva e Padovano (2016), no século XXI, mais da metade da população mundial vive em cidades, e no Brasil, mais de 80% da população residem em áreas urbanas. O auge do processo de urbanização no país ocorreu entre as décadas de 1940 e 1980. Em 1940, 31,2% da população viviam em cidades, percentual que passa a aumentar ao longo dos anos, chegando a 81,2% de residentes em áreas urbanas no ano 2000 (BRITO *et. al.*, 2001).

No que diz respeito à cidade do Rio de Janeiro, de acordo com o censo de 2010¹⁰ do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 6 milhões e 320 mil pessoas viviam na cidade. Em 2016¹¹, a população estimada girava em torno de 6 milhões e 498 mil pessoas. Diante desses dados a cidade se destaca como uma das cinco maiores metrópoles brasileiras¹².

A cidade do Rio de Janeiro foi capital do Brasil entre os anos de 1793 e 1960, passando por significativas transformações urbanas no período. Essas mudanças foram mais intensas durante o governo de Pereira Passos, no início do século XX, quando ocorreram significativas reformas urbanísticas que marcaram o início do seu processo de modernização (NUNES; MOURA, 2013). Durante a administração do prefeito Pereira Passos (1902-1906), o Rio de Janeiro passa por uma série de obras, dentre as quais, a ampliação das principais vias da cidade, a pavimentação das ruas do centro e a ornamentação de praças e jardins. Nesse contexto de reestruturação urbana foram canalizados alguns rios e demolidos cortiços (ABREU, 1997 *apud* VIEIRA *et. al.*, 2007).

Por meio das principais mudanças mencionadas, além da construção de monumentos e de outros atrativos que se tornariam cartões-postais cariocas, o imaginário social do Rio de Janeiro foi sendo afirmado como uma cidade bela, de natureza inigualável, moderna e aberta para o mundo. Já no sentido de legado e cultura imaterial, a partir da publicação do livro *Rio: La Ville Merveilleuse*, de Jeanne Catulle Mendes, em 1912, e da difusão da música intitulada *Cidade Maravilhosa*, de André Filho, lançada em 1934, o título de *Cidade Maravilhosa* é incorporado à sociedade carioca, brasileira e fortalecido ao redor do mundo. Isto influenciou na representação da cidade, ajudando a promover uma “identidade do habitante que vivencia a cidade no cotidiano de uma metrópole, tendo por ela um sentimento de pertencimento baseado no uso de um espaço em sua beleza urbana” (VIEIRA *et. al.*, 2007, p. 7-8).

¹⁰ Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>. Acesso em 20 de maio de 2017.

¹¹ Fonte: <https://cidades.ibge.gov.br/v4/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>. Acesso em 20 de maio de 2017.

¹² Informação disponível em: <http://brasilescola.uol.com.br/geografia/cinco-maiores-metropoles-brasileiras.htm>

Juntamente aos acontecimentos mencionados como fatos marcantes no século XX, o aumento da prática do banho de mar passou a conferir maior valor ao litoral carioca, onde foram construídos hotéis que se tornaram famosos, como o *Hotel Balneário*, na Urca, o *Copacabana Palace*, em Copacabana e o *Hotel Glória*, no bairro de mesmo nome. Além da hotelaria, outros atrativos se tornaram famosos cartões-postais do Rio ao longo do século, como a *Baía de Guanabara*, o caminho aéreo para o *Pão de Açúcar*, a *Cascatinha*, a *Floresta da Tijuca*, *Corcovado* e a zona portuária. Nesse contexto também ganharam mais importância, o centro urbanizado com a presença de monumentos arquitetônicos como o *Theatro Municipal* e a *Biblioteca Nacional*, além de cada vez mais reconhecimento para o *Jardim Botânico*, os festejos de carnaval e as praias. Esses cartões-postais foram os primeiros materiais de divulgação a serviço do turismo, permitindo que a imagem da cidade e dos seus atrativos circulassem, despertando, assim, um maior interesse por parte dos visitantes e contribuindo para que a cidade fosse se consolidando como uma metrópole (PERROTT, 2009).

Desta forma, as transformações na infraestrutura urbana, bem como as características simbólicas, como a música e o livro lançados, foram relevantes para que a cidade passasse a ser considerada uma metrópole cada vez mais conhecida. A partir de então, a produção do espaço no Rio de Janeiro foi direcionada para que as atividades econômicas e políticas das classes dominantes fossem garantidas e impulsionadas. Ao mesmo tempo, as prioridades destes grupos estavam passando por mudanças constantes em consonância com as dinâmicas da organização social. Nesse contexto, observa-se que no século XIX, a produção do espaço urbano carioca era orientada a partir dos interesses do capital comercial, transmitindo, assim, os interesses da classe rural (e de seu governo). Já no século XX, essa lógica foi conduzida pelos anseios do capital industrial, enquanto no início do século XXI, prevaleceu a influência financeira do capital privado, segundo Dametto (2014). Ainda sob essa perspectiva, Carlos (2011, p.67 *apud* DAMETTO, 2014) esclarece que:

[...] trata-se do momento histórico em que a existência generalizada da propriedade privada reorienta e organiza o uso do lugar. Momento também em que o espaço-mercadoria se propõe para a sociedade enquanto valor de troca destituindo-o de seu valor de uso, e nessa condição, subjugando o uso, que é condição e meio da realização da vida social, às necessidades da reprodução da acumulação como imposição para a reprodução social. (...) Neste período da história, realiza-se socialmente, por meio da apropriação privada, a lógica do valor de troca sobre o valor de uso que está no fundamento dos conflitos tanto no campo quanto na cidade. Esses conflitos explicitam as estratégias que criam novos setores de atividade como

extensão das atividades produtivas, pois a reprodução do ciclo do capital exige, em cada momento histórico, determinadas condições especiais para sua realização. Isso se dá, em primeiro lugar porque a ocupação do espaço se realizou sob a égide da propriedade privada do solo, em que o espaço fragmentado é vendido em pedaços, tornando-se intercambiável a partir de operações que se realizam através e no mercado, ou seja, tendencialmente produzido enquanto mercadoria.

Tendo em vista as questões introduzidas nesse debate, percebe-se que o espaço geográfico se torna um produto a ser mercantilizado e consumido. Assim, o processo de mercantilização do meio urbano da cidade do Rio de Janeiro se manifestou de diferentes formas e de acordo com as conjunturas histórico-geográficas. Portanto, “as formas urbanas da cidade do Rio de Janeiro, assim como seus conteúdos, foram se modificando à medida que a organização social se transformava” (DAMETTO, 2014, p. 3).

No decorrer do século XXI, outros acontecimentos foram decisivos para que o Rio de Janeiro continuasse a ser considerado como um importante centro urbano nacional e também cada vez mais reconhecido internacionalmente. Nesse contexto se inserem os megaeventos sediados na cidade, considerando o potencial que representam de reconfiguração do espaço urbano em um curto espaço de tempo (FREITAS *et al.*, 2014). Sob essa perspectiva, Lins (2014, p.142) afirma que os megaeventos são forças capazes de se entrelaçarem com a cidade e de deixarem marcas físicas e imaginárias que ultrapassam o seu período de duração.

Tendo em vista esse panorama, e com o intuito de continuar a discussão sobre a cidade do Rio de Janeiro, este capítulo também aborda, a seguir, a questão do imaginário e suas características na *cidade maravilhosa*.

4.1 O IMAGINÁRIO SOBRE A CIDADE

A palavra *imaginário* passou a ser utilizada, com mais frequência, a partir do século XX, tomando o lugar do vocábulo “imaginação”. Nos séculos anteriores, o mundo das imagens era estudado como parte do que cerca a imaginação. Porém, com apoio das ciências humanas, o estudo das produções de imagens, suas propriedades e efeitos, ultrapassou a visão referente à “imaginação” e passou a ser discutido e estudado como imaginário (WUNENBURGER, 2007, p. 8). Sob esse ponto de vista, cabe destacar que conceitualmente, o imaginário não dispensa a razão, mas se posiciona a favor de uma racionalidade que entenda a importância da imaginação na caracterização do homem e seu mundo. Dessa forma, ganha força ao mostrar que não se distancia do real, e sim considera elementos que dão ao real mais

complexidade, como as emoções e as subjetividades (KUREK, 2010). Sendo as subjetividades individuais e coletivas também apontadas pela perspectiva psicossociológica. Partindo deste olhar, esta dissertação busca apresentar a noção de imaginário como complemento do real, e não o oposto a ele.

De acordo com Laplantine e Trindade (1997), o imaginário, como processo criador, reconstrói ou transforma o real, “ao libertar-se do real, que são as imagens primeiras, pode inventar, fingir, improvisar, estabelecer correlações entre os objetos de maneira improvável e sintetizar ou fundir essas imagens” (LAPLANTINE; TRINDADE, 1997, p. 9). Assim, entende-se que o imaginário possui um compromisso com o real, e não com a realidade. Por essa via de interpretação, se considera que a realidade consiste nas coisas, na natureza; enquanto o real é interpretação, é a representação que os homens atribuem às coisas e à natureza (LAPLANTINE; TRINDADE, 1997, p. 12). Jean-Jacques Wunenburger define conceitualmente a noção de imaginário como “um conjunto de produções, mentais ou materializadas em obras, com base em imagens visuais (quadro, desenho, fotografia) e linguísticas (metáfora, símbolo, relato), formando conjuntos coerentes e dinâmicos, referentes a uma função simbólica no sentido de um ajuste de sentidos próprios e figurados” (WUNENBURGER, 2007, p. 11). A definição utilizada pelo autor considera o material, o subjetivo e o imaginário como noções dinâmicas, conforme visto em livros e artigos de outros estudiosos nessa temática. A mesma referência mencionada acrescenta que o imaginário caminha próximo às percepções do indivíduo e pode ser descrito de maneira literal ou inspirar interpretações, “pois as imagens e os relatos costumam ser portadores de um sentido secundário indireto” (WUNENBURGER, 2007, p.12).

Portanto, entende-se que, os imaginários são influenciados pelo coletivo, pelo racional e pela tecnologia. Todo imaginário “é uma leitura, interpretação; nele, cada ser é autor, co-autor e protagonista” (SILVA, 2012, p. 49), “não há imaginário verdadeiro nem falso, pois todos os enredos são possíveis e legítimos” (SILVA, 2012, p. 50). Nesse sentido, essa noção surge da relação entre memória, aprendizado, história pessoal e inserção no mundo dos outros. O imaginário é reinterpretação, releitura, desconstrução e reconstrução (SILVA, 2012).

A fim de orientar essa discussão para o turismo, pode-se dizer que pensar sobre o turismo é refletir sobre diferentes tipos de deslocamentos nos quais se reconhece a presença de imagens e imaginários. Nesse contexto, o antropólogo Marc Augé (1998 *apud* SIQUEIRA *et. al*, 2011) argumenta que as imagens partem da percepção dos objetos existentes no mundo

físico, social e cultural e são construídas pela mente. Assim, mantêm uma relação entre o universo exterior e o da consciência do sujeito, ou seja, o objetivo e o subjetivo. Partindo desse enfoque, a percepção do que há no objetivo e no subjetivo é uma das condições para a estruturação da imagem e de sua dinâmica - o imaginário. Esta concepção se assemelha à de Gastal (2005), para quem as imagens se referem ao contato visual com o lugar por meio de fotos publicadas em jornais ou revistas, presentes em cenas de filmes, guias turísticos, conteúdos de internet e cartões-postais. Já os imaginários, se referem aos sentimentos construídos em relação aos locais e aos objetos (considerar um lugar “romântico”, “perigoso”, “civilizado”, etc). Dessa forma, destaca-se a importância de tratar imagem e imaginário separadamente, e não como sinônimos (GASTAL, 2005).

Nesse sentido cabe destacar que os destinos turísticos também estão associados às características imagéticas, uma vez que imagens de determinados lugares são colocadas em destaque em agências de turismo, anúncios publicitários e outros meios de divulgação, a fim de cativar os turistas. Dessa forma, o turista tem contato com o destino antes mesmo da sua chegada ao local (SIQUEIRA, SIQUEIRA, 2007). Sendo assim, de acordo com Gastal (2005), os imaginários auxiliam na elaboração de produtos turísticos e em sua comercialização. No entanto, ressalta que uma viagem não pode ser considerada como um produto qualquer, pois os visitantes podem estar buscando algo que está além de determinada paisagem, e, podem, inclusive, estar desejando conhecer mais sobre si mesmos. Deste modo, parece claro que o turismo não lida apenas com produtos materiais, mas também com subjetividades e com imaginários dinâmicos (GASTAL, 2003).

Para conduzir essa discussão sobre imaginário ao contexto brasileiro, cabe destacar a cidade do Rio de Janeiro e os múltiplos imaginários que a envolvem. De acordo com Jaguaribe (2011), chamar o Rio de *cidade maravilhosa* já é comum, devido aos seus atrativos naturais e culturais, expostos em músicas e filmes ao redor do mundo. Em âmbito nacional, o que gerou maior impacto a este termo foi a marchinha de carnaval “*Cidade Maravilhosa*” composta por André Filho, em 1934, se consagrando como o hino popular local. Na letra da música, a cidade é enaltecida como “cheia de encantos mil”, “berço do samba” e “coração do meu Brasil”, além disso, é enfatizado o “maravilhoso” enquanto a qualidade do belo. Assim, a expressão *cidade maravilhosa* foi consolidada e se tornou fonte, tanto de inspiração artística, como de vendas comerciais e publicitárias, dentre as quais, as de pacotes turísticos.

Nesse contexto, os imaginários se estendem aos atrativos turísticos da cidade, à sua população e aos seus aspectos culturais. Os cartões-postais representam uma das muitas

formas de divulgar aspectos do turismo de uma localidade. No que diz respeito à população, cabe ressaltar a questão da hospitalidade e a imagem do corpo feminino.

No que diz respeito à hospitalidade, para Grinover (2002), ela corresponde ao “o ato de acolher e prestar serviços a alguém que por qualquer motivo esteja fora de seu local de domicílio” (GRINOVER, 2002, p. 26). Camargo (2002) complementa que este conceito deve ser percebido de forma ampla em todo o contexto turístico, e não apenas no setor hoteleiro. Dessa forma, de acordo com Camargo (2006), a hospitalidade é uma característica inerente ao ser humano, e não às empresas. Sendo assim, ela se expressa em ambientes onde existem relacionamentos humanos. Nesse sentido, se destacam os eventos esportivos, como os *Jogos Olímpicos*, que buscam propagar os sentimentos de harmonia e paz entre os povos (WADA et. al, 2018). Assim, Hollanda (1996) afirma que a cordialidade do brasileiro não diz respeito à uma atitude pontual, mas sim, faz parte da essência deste povo.

De acordo com Nogueira e Cola (2017), a beleza da cidade do Rio de Janeiro e a cordialidade de seus residentes foram elementos abordados na cerimônia de abertura da *Rio 2016*, reforçando o imaginário da cidade como espaço ideal para se estar, para se apreciar. Pensando nas *Olimpíadas* realizadas no Rio de Janeiro, Wada (et. al, 2018) afirmam que

a população brasileira, embora considerada hospitaleira, acolhedora e contagiante diante de seus visitantes, sente o antagonismo dos altos investimentos neste evento, pois serviços básicos como escolas, hospitais e saneamento básico são precários, escassos ou inexistentes em algumas localidades do Brasil (WADA et. al, 2018, p. 143).

Tal situação gerou um sentimento de insatisfação na população local, contribuindo para um possível tratamento hostil aos turistas. Nesse sentido, Costa e Pimenta (2010) entendem que nem todas as pessoas são hospitaleiras. Cada região do país possui suas particularidades, portanto, a receptividade pode ser de maior ou menor grau de acordo com o grupo e, também, do indivíduo.

Ao que se refere à imagem do corpo feminino, nota-se que os corpos das mulheres cariocas também fazem parte do imaginário turístico do Rio. Assim, quando um cartão postal (destacando as praias da Zona Sul da cidade) retrata um corpo bronzeado exposto ao sol, um biquíni de tamanho reduzido, este tipo de imaginário tende a comunicar como o corpo feminino está “a serviço” do turismo, segundo Siqueira (2006). Para essa referência, é preciso entender e rever as imagens que estão sendo transmitidas aos turistas.

Além da questão do corpo feminino, a cidade do Rio de Janeiro é apreendida por imaginários sobre atrativos turísticos, tendo em vista a diversidade à disposição dos turistas.

Dentre os principais se destacam o *Pão de Açúcar*, os *Arcos da Lapa* e o *Monumento do Cristo Redentor* (eleito em 2007 como uma das *Sete Novas Maravilhas do Mundo Moderno*), além das praias, dos parques, das florestas e igrejas, da música, das escolas de samba, e das favelas. Nesse sentido, a fama da *cidade maravilhosa* se confirma, já que é considerada a cidade mais visitada por estrangeiros no Brasil, de acordo com Ministério do Turismo¹³ e a que ocupa a 80ª posição no *ranking* das 100 cidades mais visitadas no mundo¹⁴.

Nesta perspectiva, vale a pena recordar que a cidade do Rio de Janeiro já foi sede de eventos internacionalmente reconhecidos, como a *Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento* (Rio 92), em 1992; os *Jogos Pan Americanos*, em 2007; a *Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável* (Rio+20), em 2012; a *Copa do Mundo de Futebol*, em 2014; e, os *Jogos Olímpicos de verão* e *Paraolimpíadas Rio 2016*, nos meses de agosto e setembro de 2016, sendo este considerado o mais importante evento esportivo do mundo (IRVING, *et al.*, 2011). Com base nestes antecedentes, o subcapítulo que segue traz apontamentos sobre as *Olimpíadas* na cidade do Rio de Janeiro de forma a contextualizar a trajetória e as principais características deste megaevento na *cidade maravilhosa*.

4.2 AS OLIMPÍADAS RIO 2016

As cidades-sede de megaeventos são reconhecidas como importantes destinos no cenário mundial e capazes de organizar e receber eventos de grande porte, como é o caso das *Olimpíadas*. Isto porque, o “título” de cidade-sede fica registrado na história dos Jogos e da própria cidade que os acolheu. Fato este que não acontecia até o final do século XIX quando apenas a cidade de Atenas se destacava como cidade adequada a sediar uma edição olímpica. No entanto, ao longo do século XX esta condição foi alterada, outras cidades foram surgindo e se desenvolvendo, fazendo com que a disputa pela candidatura dos Jogos se torna um desafio maior para o poder público, em conjunto com a iniciativa privada (RUBIO, 2005).

Com base neste argumento, MacRury (2008, p. 156) discute sobre o papel dos megaeventos no Brasil e no Rio de Janeiro, e afirma que estes podem ser considerados como “marcas que pontuam a narrativa da cidade e o desenvolvimento do país”. Assim, a

¹³Disponível em <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/6512-rio-de-janeiro-e-s%C3%A3o-paulo-s%C3%A3o-as-mais-visitadas-por-estrangeiros.html>. Acesso em 15 de dezembro de 2016.

¹⁴ Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/01/160131_rio_copa_turismo_ru>. Acesso em 15 de dezembro de 2016.

importância global desta cidade pode ser compreendida, também, através de seu protagonismo na realização de grandes eventos, como o Carnaval, por exemplo. E no campo do esporte, particularmente, cabe lembrar a experiência da cidade como sede da Copa do Mundo em 1950 e em 2014 e, em 2007, como sede dos Jogos Pan-Americanos, somente para citar os eventos internacionais de cunho esportivo.

No plano estratégico, considerando que a realização de uma edição dos *Jogos Olímpicos* pode ocorrer uma única vez na história de uma cidade, ou demorar várias décadas para voltar a acontecer, Cashman (1999) considera que o envolvimento e a compreensão da população tendem a ser fundamentais para que o evento possa deixar para a cidade um legado não só para os habitantes que presenciaram o megaevento, como para as demais gerações que poderão usufruir da infraestrutura construída com essa finalidade. Afinal, qualquer cidade candidata precisa de investimentos que envolvem desde o transporte público à estrutura de hospedagem, para abrigar delegações e turistas, até uma sofisticada rede de telecomunicações para proporcionar a circulação das imagens e notícias das competições - razão maior dos Jogos desta Era Moderna. Isso tende a representar para a cidade candidata, além de uma infraestrutura mínima, a necessidade de um projeto detalhado de edificação das instalações ainda inexistentes, bem como de captação de recursos para esse fim. Como os *Jogos Olímpicos* duram somente cerca de 17 dias, é preciso considerar ainda a preocupação com os investimentos realizados e o consequente aproveitamento dos equipamentos para usos futuros. Portanto, há uma preocupação por parte do comitê avaliador das cidades candidatas, ligado ao Comitê Olímpico Internacional (COI), que haja um aproveitamento por parte das comunidades locais, de todos os benefícios diretos da organização do evento. E conforme aponta Bittencourt (1999 *apud* RUBIO, 2005), no processo de seleção das cidades candidatas são considerados critérios e tendências para a avaliação da mesma: instalações poliesportivas existentes e sua adaptação; criação de um novo projeto olímpico; repasse das instalações para a população; apoio da população civil; estrutura de turismo e de lazer; preocupação com o ambiente natural; sistema de transporte urbano, interurbano e internacional; facilidade de telecomunicações; segurança (mobilidade e evasão); raio de realização dos eventos, deslocamentos e trajeto público; e alinhamento do projeto urbano com o projeto olímpico.

Em termos específicos do megaevento no Brasil, a *cidade caravilhosa* havia se candidatado para sediar as *Olimpíadas* de 2004 e 2012, mas as tentativas não foram bem sucedidas. Em 2004, a cidade do Rio de Janeiro perdeu a competição para sediar os Jogos para a cidade de Atenas e, posteriormente, no ano de 2012, para a cidade de Londres. Após

estas investidas, em 28 de julho de 2006, o Conselho Executivo do Comitê Olímpico Brasileiro se juntou para averiguar a possibilidade de uma cidade brasileira concorrer à candidatura de cidade-sede das *Olimpíadas* de 2016. Partindo deste encontro, a cidade do Rio de Janeiro foi indicada, pela terceira vez, à cidade mais apta para a candidatura, aptidão esta, avaliada pela empresa suíça EKS (*Event Knowledge Services*), credenciada pelo COI (OLIVEIRA, 2012). De acordo com os resultados obtidos pela EKS, a candidatura à sede olímpica era uma trajetória que a *Cidade Maravilhosa* deveria atravessar devido à experiência vinda dos Jogos Pan-Americanos. De acordo com Oliveira (2012), as esferas federal, estadual e municipal de governos se uniram para apoiar a candidatura do Rio aos *Jogos Olímpicos* de 2016, o que não tinha acontecido nas tentativas anteriores. A autora destaca que os esforços depositados nas candidaturas de 2004 e 2012 estavam concentrados na esfera municipal, liderada pelo então prefeito César Maia. A partir daí, o processo de avaliação para a escolha da cidade sede dos *Jogos Olímpicos* de 2016 foi realizado em duas fases principais: na primeira, os Comitês Olímpicos Nacionais puderam encaminhar ao COI o nome de uma cidade candidata (setembro de 2007) e posteriormente submeteram um questionário de postulação da candidatura (janeiro de 2008). Após as escolhas das cidades finalistas (junho de 2008), teve início a segunda fase. Nesta, houve o envio ao Comitê Olímpico Internacional de um dossiê de candidatura (fevereiro de 2009), ocorreu a visita às cidades candidatas pelos membros do comitê avaliador e finalmente a eleição da cidade sede (outubro de 2009) (COI, 2007 *apud* MAGALHÃES, 2013).

No que diz respeito ao Dossiê de Candidatura apresentado pela cidade do Rio de Janeiro, o planejamento para elaboração dos *Jogos Olímpicos* de 2016 foi baseado em quatro pilares: experiência memorável, excelência técnica, transformação e apoio ao *Movimento Olímpico*. Com relação ao primeiro pilar, experiência memorável, a cidade se comprometeu a organizar Jogos que estimulassem os atletas a alcançar novos níveis de desempenho, garantindo que todos os participantes fossem capazes de vivenciar uma experiência inesquecível. O pilar de excelência técnica se baseou no “comprometimento com as melhores práticas e com a entrega de uma experiência fantástica para todos os clientes” (COB, 2009). Este tópico enfatizou a necessidade de melhorias em alguns pontos de infraestrutura da cidade como acomodações e transportes, visando ao estabelecimento de uma rede de conexões, especialmente entre as quatro zonas das instalações olímpicas (Barra da Tijuca, Copacabana, Deodoro e Maracanã). O pilar “transformação” apresentou as *Olimpíadas* de 2016 como um catalisador do progresso esportivo e do progresso social. Neste ponto foi dado destaque à

modernização da zona portuária, com a proposta de melhorias estruturais e, a criação de instalações para os navios de cruzeiro; obras no setor de habitação, transportes e serviços públicos visando a reintegração da zona portuária ao centro da cidade. Ainda neste mesmo pilar, o Dossiê de Candidatura afirmou que este megaevento possibilitaria uma inserção social através de programas de criação de empregos. O quarto pilar foi também fundamental para o conceito dos *Jogos Rio 2016* e se expressou como apoio aos esportes Olímpicos e Paraolímpicos, com o objetivo de conquistar novos atletas e espectadores para o megaevento.

Para sediar as *Olimpíadas* de 2016, a disputa envolveu sete cidades aspirantes: Rio de Janeiro, Madri, Tóquio, Chicago, Praga, Doha e Baku. Para concorrer, na primeira etapa da disputa, o COI avaliou quesitos como segurança, transporte, rede hoteleira e apoio do governo e da população para a realização do evento. Neste mesmo momento, o Rio de Janeiro ficou com a última nota, em relação as demais cidades concorrentes. Depois, o Comitê Organizador dos *Jogos* do Rio teve pouco mais de um ano para elaborar um novo dossiê a ser apresentado aos membros do COI, durante as visitas de inspeção ao Brasil e, no exterior, das viagens realizadas por políticos e dirigentes a todos os continentes em busca de voto para a cidade do Rio de Janeiro. E, apesar de apresentar problemas nos itens de segurança e transporte público, o comitê brasileiro realizou uma influente campanha fundamentada no sonho de realizar os primeiros *Jogos Olímpicos* na América do Sul. Além disto, vale ressaltar o entusiasmado apoio dos dirigentes das três esferas do governo e da população, como um todo.

E, com este cenário, no dia 02 de outubro de 2009, o COI, reunido em Copenhague, elegeu a cidade do Rio de Janeiro como organizadora e sede das *Olimpíadas* de 2016 – então denominada *Rio 2016*. E, após o anúncio da cidade como sede olímpica para 2016, o primeiro pronunciamento, do então Presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva, foi o de afirmar que, finalmente, o Brasil teria conquistado “sua cidadania internacional”¹⁵. No discurso do presidente e demais representantes políticos presentes à solenidade do COI, a experiência dos *Jogos Pan Americanos* de 2007 foi trazida como garantia de que o Brasil, em especial, a cidade do Rio de Janeiro, teria adquirido a competência necessária para sediar uma iniciativa desse porte. Mas, não se pode esquecer que, para que se chegasse a este resultado, foi necessária uma grande campanha de candidatura que somou ao todo um montante de cerca de R\$ 85,7 milhões (GARCIA, *et al.*, 2011).

Após a candidatura e conquista da cidade do Rio como sede das *Olimpíadas* em 2016, Garcia *et al.* (2011) destacaram que, talvez, o maior de todos os investimentos tenha sido a

¹⁵Disponível em: <http://congressoemfoco.uol.com.br/noticias/lula-brasil--conquistou-cidadania-internacional/>. Acesso em 26 de setembro de 2017.

busca pelo apoio da opinião pública. Neste contexto, foram lançadas diversas campanhas de incentivo ao projeto olímpico, buscando entusiasmar todos os cidadãos brasileiros, que, em sua maioria apoiaram a campanha dos *Jogos*, afinal, este processo representa a construção de um capital simbólico em torno do projeto olímpico (FERREIRA; MENDONÇA, 2016). Nestas circunstâncias, a cidade do Rio de Janeiro passou a se firmar, nos cenários nacional e internacional, por ter sido a única cidade da América do Sul a ter sediado as *Olimpíadas*, apesar de todas as contradições recentes dos problemas que a cidade enfrentou e que vem enfrentando.

Considerando o momento pós-olímpico, de acordo com o Ministério do Turismo (BRASIL, 2016), a *cidade maravilhosa* recebeu 1,17 milhão de turistas¹⁶ durante os *Jogos Olímpicos Rio 2016*, e, com base em informações disponibilizadas no website do megaevento¹⁷, acessado pelos autores em 2013, a candidatura brasileira para as *Olimpíadas* custou mais de 90 milhões de reais e a previsão de gasto para os *Jogos* ficou estimado em 28,8 bilhões de reais, o investimento mais elevado quando comparado às outras cidades concorrentes (MATIAS; MASCARENHAS, 2015). No ano de 2016, estes números foram atualizados pelo Comitê Olímpico Rio 2016: o orçamento total destinado às Olimpíadas Rio 2016 foi de 39,07 bilhões de reais. Deste valor, 63% foi destinado ao legado; 18,9% para o Comitê Organizador (custos operacionais) e 18,1% para a matriz de responsabilidades (instalações olímpicas) (COMITÊ OLÍMPICO RIO 2016, 2016). Nota-se, assim, que a conquista da *cidade maravilhosa* como sede da *Rio 2016* insere o Brasil em um grupo selecionado de países que possuem o “privilégio” de receber tal evento, que contribui para a ampla divulgação da imagem da cidade e da nação (MATIAS; MASCARENHAS, 2015).

Vale ressaltar que a *Rio 2016* foi encerrada com elogios, apesar da crise econômica, manifestações políticas contra o presidente Michel Temer e o problema do zika vírus que repercutia em todo o país, principalmente no estado do Rio de Janeiro¹⁸. Alguns meses depois, entre fevereiro e março de 2017, a mídia nacional e internacional divulgou uma denúncia de corrupção envolvendo o governo estadual do Rio e membros do COI e COB sob a acusação de compra de votos para que a cidade do Rio de Janeiro fosse eleita a sede das

¹⁶ Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/turismo/2016/08/rio-recebeu-1-2-milhao-de-visitantes-durante-jogos-olimpicos>. Acesso em 26 de setembro de 2017.

¹⁷ Disponível em: <http://www.rio2016.org/comite-organizador/perguntas-frequentes>. Acesso em 26 de setembro de 2017.

¹⁸ Vide o website: <https://exame.abril.com.br/brasil/as-polemicas-que-fizeram-da-rio-2016-uma-olimpiada-unica/>

Olimpíadas de 2016¹⁹. Esta operação, chamada de *unfair play* (jogo injusto) – que ainda está em andamento - conta com investigações da Polícia Federal brasileira, Receita Federal, Ministério Público da França e resultou na prisão de Carlos Arthur Nuzman, presidente do Comitê Olímpico Brasileiro, em outubro de 2017²⁰. Alguns dias após sua prisão, Nuzman renunciou à presidência do COB²¹, sendo solto no mesmo mês por ordem do Superior Tribunal de Justiça²².

Até o momento de redação desta dissertação verificou-se, em notícias veiculadas na mídia, que as autoridades mencionadas investigam não apenas a operação na cidade do Rio, mas também a compra de votos para eleger a cidade de Tóquio como cidade-sede dos próximos *Jogos Olímpicos* de 2020²³. Estes episódios reforçam a importância de compreender as *Olimpíadas* pelo olhar psicossociológico, onde o megaevento é entendido como um fenômeno cercado por aspectos sociais, econômicos e políticos, longe de ser simplesmente um acontecimento marcado no calendário mundial para ocorrer a cada quatro anos.

No que diz respeito aos legados materiais e imateriais dos *Jogos*, na cidade do Rio de Janeiro, há ainda muitas inquietações e controvérsias. Isto porque documentos oficiais ressaltam as melhorias na cidade no setor de mobilidade urbana, na geração de empregos, na ampliação da rede hoteleira, nas instalações esportivas e na Zona Portuária, o *Boulevard Olímpico*, localizado no centro da cidade do Rio de Janeiro e, que vem se tornando um símbolo das *Olimpíadas Rio 2016* (e do seu legado), espaço que vem atraindo, cada vez mais, muitos turistas e moradores da cidade. Apesar disto, este não é um discurso unânime. Antes mesmo da cerimônia de abertura dos *Jogos Olímpicos Rio 2016*, representantes de associações, membros de ONGs e pesquisadores relatam problemas e impactos negativos decorrentes dos *Jogos* que contrastam com o discurso oficial do COI e dos governos federal, estadual e municipal. A remoção de moradores de algumas áreas avaliadas como de interesse para a logística dos *Jogos*, ausência de um legado esportivo que beneficie toda a cidade, a crescente militarização “bélica e racista” na cidade, a privação do espaço público que promoveria uma “segregação socioespacial”, o desrespeito à legislação ambiental seriam alguns dos reais impactos dos *Jogos Olímpicos* segundo alguns autores que terminaram

¹⁹ Vide o website: <https://veja.abril.com.br/esporte/le-monde-revela-suspeitas-de-corrupcao-na-rio-2016/> e <http://esportes.estadao.com.br/noticias/jogos-olimpicos,brasil-teria-pago-propina-para-rio-ser-escolhido-para-sediar-olimpiada-de-2016,70001685438>

²⁰ Vide o website: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/pf-esta-nas-ruas-do-rj-para-cumprir-mandados-de-prisao.ghtml>

²¹ Vide o website: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/nuzman-renuncia-a-presidencia-do-cob.ghtml>

²² Vide o website: <http://politica.estadao.com.br/blogs/fausto-macedo/nuzman-chama-pele-na-unfair-play/>

²³ Vide o website: <https://istoe.com.br/procuradores-da-franca-estao-no-brasil-para-apurar-compra-de-votos-para-rio-2016/>

renomeando o evento como “os jogos da exclusão” (SANTOS JUNIOR; GAFFNEY; RIBEIRO, 2015). Nesse sentido, Damo (2012, p.77) aponta, criticamente, que sediar dois megaeventos em um breve intervalo de tempo foi uma decisão extravagante, tendo em vista a situação desfavorável de segmentos prioritários para o país, como a segurança, saúde e educação. Quintela (2017) complementa apontando que, o fim da *Rio 2016* trouxe o reconhecimento do Rio de Janeiro como *cidade olímpica*, mas também consequências limitadas para a população local, chamada pela autora de “festa cara e para poucos” (QUINTELA, 2017, p.6).

Neste sentido, considerando esses impactos, parece indicar uma oportunidade perdida, apesar dos esforços para melhoria dos serviços e da infraestrutura verificados durante este evento como já mencionados anteriormente. Também por esta razão, esta dissertação sintetiza um retrato daquele momento para que se possa, no futuro, em caminhos possíveis, se pensar em projetos que possam dar continuidade à recuperação e à revitalização da cidade e, com isto, se pensar em políticas públicas de turismo que proporcionem o desenvolvimento turístico para a cidade do Rio de Janeiro.

Tendo como base o conteúdo teórico apresentado até aqui, o capítulo que segue se caracteriza como o capítulo de interpretação e análise preliminar dos resultados obtidos na pesquisa de campo desta pesquisa, realizada com foco nas impressões dos turistas nacionais e estrangeiros sobre as *Olimpíadas Rio 2016*, com base no conteúdo de 313 questionários apresentados, a seguir.

CAPÍTULO 5. IMPRESSÕES SOBRE AS OLIMPIADAS RIO 2016: INTERPRETANDO OS RESULTADOS DA PESQUISA

Este capítulo expressa o esforço de interpretação dos resultados da pesquisa que motiva esta dissertação. Esse percurso, por sua vez, é guiado pelo objetivo de identificar as impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre as *Olimpíadas Rio 2016*, tais aspectos caracterizados como subjetivos e passíveis de interpretação pela lente da psicossociologia, conforme a proposta desta pesquisa.

A sistematização dos dados obtidos parte de temas de análise apresentados em *nuvens de palavras*. Vale ressaltar que esta análise é indicativa e preliminar, centrada em uma amostra pequena diante do número de turistas que estiveram na cidade do Rio de Janeiro para experimentar a *Rio 2016*.

Os dados foram gerados a partir da aplicação de 313 questionários respondidos por 160 turistas brasileiros e 153 estrangeiros, e resultaram em dez temas analíticos, divididos em dois blocos: 1) As impressões dos turistas sobre os *Jogos Olímpicos Rio 2016* e 2) As impressões complementares sobre o imaginário da cidade do Rio de Janeiro. Ambos serão, a seguir, identificados e analisados.

Os sete primeiros temas do primeiro bloco, buscam ilustrar as impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre os *Jogos Olímpicos* no Rio, sendo eles:

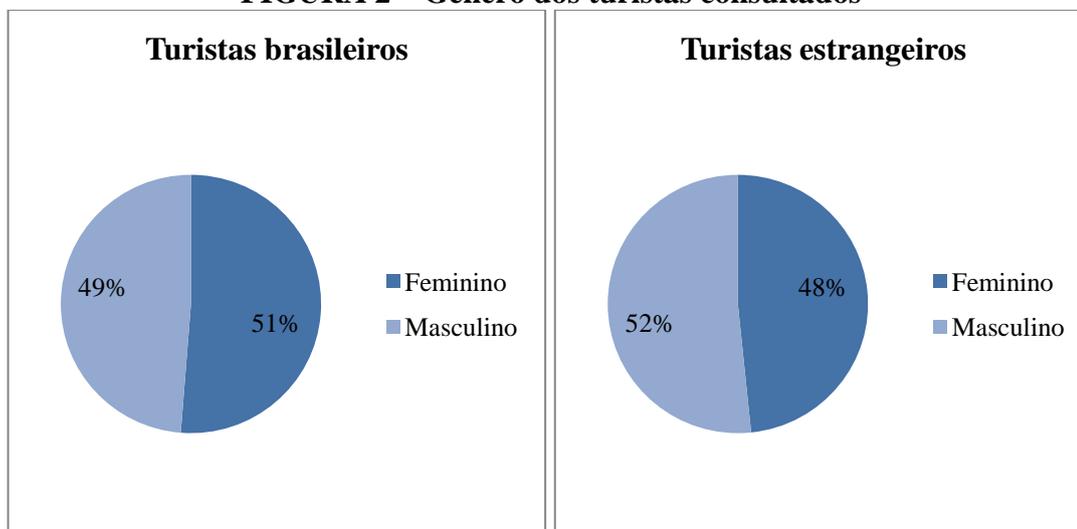
- a) A expectativa sobre as *Olimpíadas Rio 2016*;
- b) Pontos positivos da experiência olímpica;
- c) Pontos negativos da experiência olímpica;
- d) Recomendações para que a experiência fosse aprimorada;
- e) Impressões sobre a hospitalidade;
- f) Mensagem para o carioca;
- g) Mensagem para a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro.

Os três temas complementares do bloco 2 que dizem respeito ao imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro, são:

- a) Imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro anteriormente à chegada na cidade;
- b) Impressões sobre a cidade do Rio de Janeiro durante a visita;
- c) A definição de palavras-chave sobre a cidade.

No entanto, anteriormente a este exercício, se busca sistematizar, a seguir, nas Figuras 2, 3, 4 e 5, o perfil desses turistas, considerando gênero, faixa etária, país e estados de origem, respectivamente.

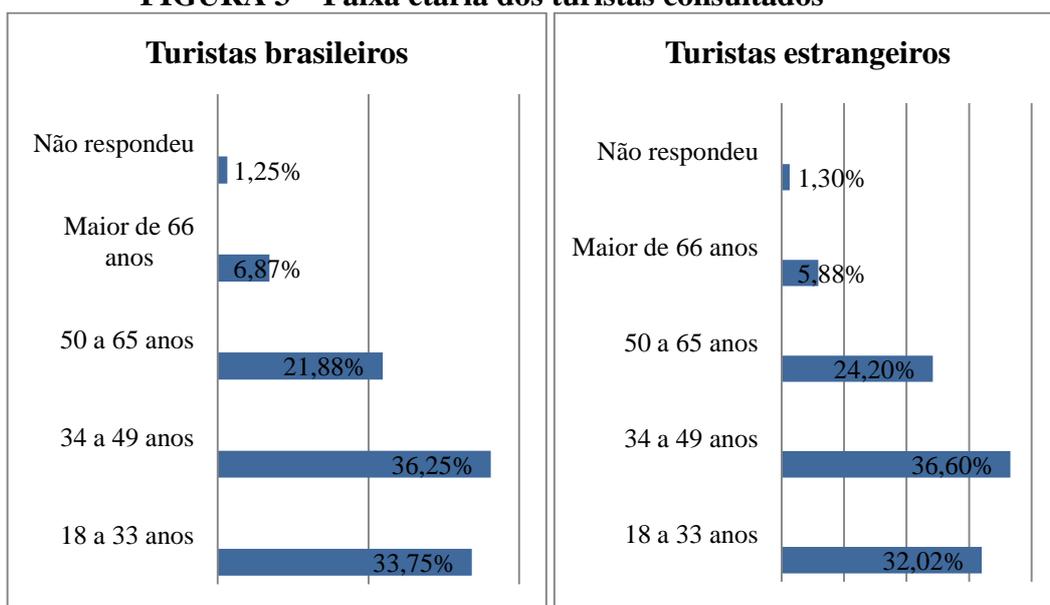
FIGURA 2 – Gênero dos turistas consultados



Fonte: Elaborado pela autora(2018).

Esta primeira figura demonstra a relação de gênero dos turistas brasileiros e estrangeiros consultados durante a pesquisa de campo. No caso dos estrangeiros, o percentual de homens supera o de mulheres de forma tímida, já no quadro dos turistas brasileiros, o público feminino é superior, porém com uma diferença também pequena. A próxima figura indica a faixa etária destes visitantes que foram consultados durante os *Jogos Olímpicos*.

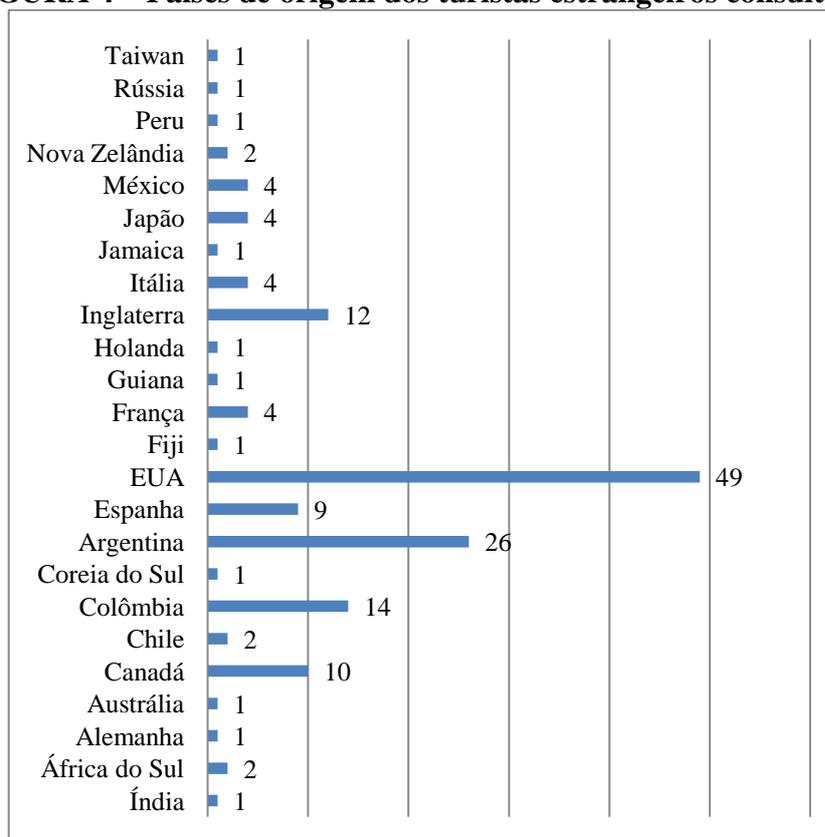
FIGURA 3 – Faixa etária dos turistas consultados



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Assim, com base na Figura 3, os visitantes brasileiros e estrangeiros consultados pela presente pesquisa são, em sua maioria, jovens e adultos entre 18 e 49 anos, 70% no caso brasileiro e 68,62%, no caso dos turistas estrangeiros. Neste último caso, esses turistas são provenientes de vinte e quatro países, conforme pode ser observado na Figura 4, a seguir:

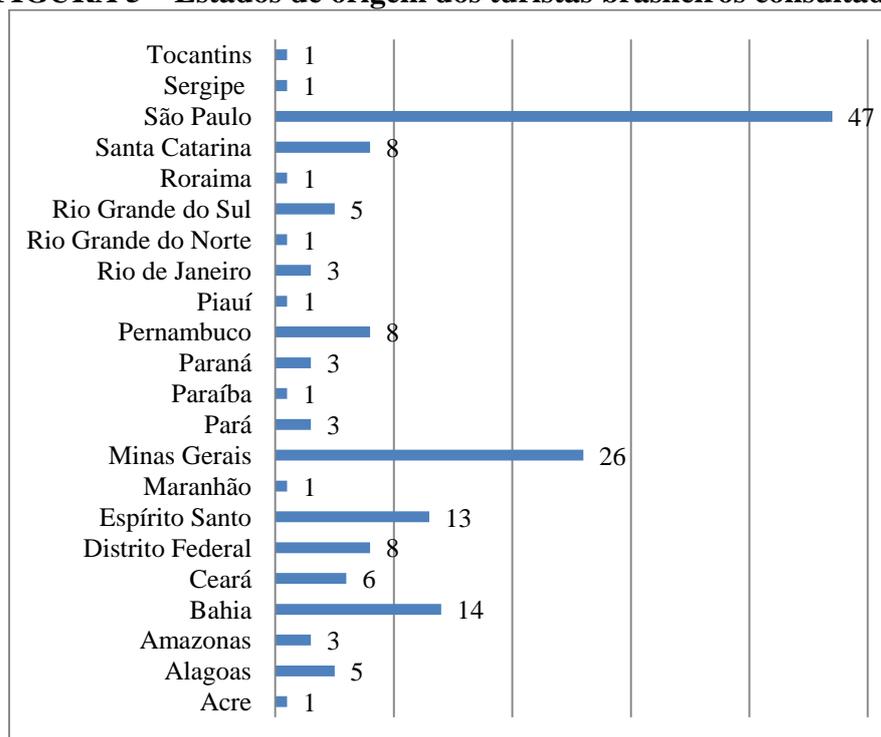
FIGURA 4 – Países de origem dos turistas estrangeiros consultados



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Percebe-se que, os turistas, pela presente pesquisa, são oriundos, predominantemente, dos Estados Unidos da América, da Argentina, da Colômbia e da Inglaterra. Já em relação aos turistas brasileiros, quase todos os estados foram representados, segundo a Figura 5.

FIGURA 5 – Estados de origem dos turistas brasileiros consultados



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Na Figura 5, acima, pode-se observar a presença recorrente de turistas advindos da região Sudeste do Brasil, talvez em virtude da proximidade com o estado do Rio de Janeiro, seguido dos turistas das regiões Nordeste e Sul.

Após esta breve apresentação do perfil dos turistas brasileiros e estrangeiros, foram sistematizada, a seguir, suas impressões, conforme mencionado anteriormente. Assim, dando continuidade à apresentação dos resultados do campo, serão analisados separadamente, a seguir, os resultados a respeito das impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre as *Olimpíadas Rio 2016*, e, também, as impressões complementares dos mesmos sobre o imaginário da cidade do Rio de Janeiro. Vale ressaltar que as respostas dos turistas estrangeiros foram traduzidas pela autora para o português a fim de gerar as *nuvens de palavras*.

5.1 IMPRESSÕES DOS TURISTAS BRASILEIROS

Neste primeiro bloco, o tema inicial abordado foi a expectativa dos turistas sobre as *Olimpíadas Rio 2016*, sintetizado na Figura 6, a seguir.

FIGURA 6 – A expectativa sobre as *Olimpíadas Rio 2016* /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Com base na Figura 6, se percebe que essa sensação foi positivada, tendo em vista a recorrência de respostas como “boas”, “diversão” e “organização”. Além disto, é possível perceber em destaque, também, a palavra “Brasil”, já que os turistas brasileiros expressaram o desejo de que o país conseguisse atingir resultados satisfatórios nas modalidades competitivas (representadas por termos como “atletas”, “ouro”). Diante desse “desempenho” esperado, consequentemente, foi ressaltada a expectativa da conquista de muitas “medalhas”. Vale ressaltar, ainda, que a palavra “organização”, seguida dos termos “diversão” e “segurança” também foram recorrentes nas respostas dos turistas consultados, em uma segunda hierarquia.

Por outro lado, antes da realização do megaevento e no período próximo à cerimônia de abertura, havia uma indagação geral no âmbito da população local, dos visitantes estrangeiros e da mídia nacional e internacional se haveria realmente o êxito esperado nas *Olimpíadas Rio 2016*.

A Figura 7, a seguir, sistematiza os pontos positivos da experiência pela perspectiva dos turistas brasileiros.

ultrapassado.²⁵ Apesar de situações como estas, tanto os aparelhos olímpicos como a organização do evento foram identificados como pontos positivos da experiência olímpica para os brasileiros consultados.

Interessante notar que a menção à palavra “tudo” confirma o que foi observado anteriormente, neste contexto, ou seja, a experiência foi considerada positiva para este grupo de turistas consultado.

Em contrapartida, como ilustra a Figura 8, a seguir, alguns aspectos negativos da experiência foram também identificados pela perspectiva dos turistas abordados.

FIGURA 8 – Pontos negativos da experiência olímpica /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Após tratar dos aspectos positivos da experiência olímpica, neste outro tema de análise, procurou-se identificar o que os turistas brasileiros identificaram como pontos negativos dessa vivência no Rio de Janeiro. Assim, os principais problemas observados pelos visitantes foram os “altos” “preços”, sinalizando, de alguma maneira, que os brasileiros se sentiram lesados diante dos valores aplicados aos produtos e serviços oferecidos, durante a estadia na cidade.

Outras palavras que expressaram a percepção dos visitantes sobre os aspectos negativos da cidade *Olímpica* foram as “filas”, o “trânsito”, os “transportes”, e a “sujeira”. Essas percepções tendem a sinalizar para os governantes e empresários do Rio de Janeiro, a

²⁵ Vide o website: <http://globoesporte.globo.com/olimpiadas/noticia/2016/01/rio-2016-enfrenta-atrasos-em-obras-falta-de-voluntarios-e-corte-de-custos.html>

necessidade urgente de ações de planejamento e melhoria do sistema de transporte público e outros itens de planejamento urbano, não apenas para turistas, mas, principalmente, para os moradores da cidade.

Mas, apesar dos pontos negativos mencionados anteriormente, quando indagados sobre as recomendações para o aprimoramento da experiência, o termo que mais se destacou na *nuvem de palavras* ilustrada na Figura 8, foi “nada”. Esse resultado parece indicar que, apesar dos problemas percebidos, a experiência de visitar a *Cidade Maravilhosa* foi apreendida como muito satisfatória para a grande maioria dos turistas brasileiros abordados nesta pesquisa de dissertação.

FIGURA 9 – Recomendações para que a experiência fosse aprimorada /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Mesmo considerando positiva a oportunidade de visitar o Rio de Janeiro durante o evento, os turistas brasileiros forneceram algumas pistas sobre o que ainda poderia ser realizado para aprimorar, ainda mais, a experiência vivida na cidade. As respostas obtidas e sistematizadas na Figura 8, demonstraram sintonia com os resultados observados nas *nuvens de palavras* anteriores. Isto é, apesar da experiência considerada como muito satisfatória, para parte do público consultado, as principais recomendações envolveram a necessidade de enfrentamento da alta dos “preços”, das longas “filas” e da falta de “limpeza” urbana, ou seja, questões diretamente vinculadas ao planejamento urbano e ao custo no Rio de Janeiro. Assim, foi sugerido o aprimoramento da “organização”, de uma maneira geral. Todavia, cabe ressaltar que, assim como ocorreu na análise anterior (ver Figura 8), grande parte dos turistas respondeu que não mudariam “nada” na experiência vivida na cidade.

Assim, a impressão positiva sobre os *Jogos* parece ter prevalecido entre os brasileiros que visitaram a cidade.

FIGURA 10 – Impressões sobre a hospitalidade /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Neste ponto, se buscou levantar a opinião dos turistas brasileiros sobre o nível da hospitalidade do carioca. Na ótica do *bem receber*, os cariocas se saíram “muito” “bem”, segundo a perspectiva dos visitantes. Nesse quesito, os visitantes, de maneira geral, consideraram que os cariocas os receberam de maneira “excelente”, com “acolhimento” e “hospitalidade”. Tais resultados reafirmam as ideias de Holanda (1996) e Camargo (2006), apontadas no subcapítulo 4.1. Entende-se que essa questão deve ser observada com atenção, tendo em vista que os moradores do Rio de Janeiro receberam naquela ocasião (e continuam recebendo) atletas para outros eventos, além de turistas todos os anos e, por esse motivo, contribuem diretamente com o seu cotidiano e modo de vida; e para a imagem que os visitantes terão da cidade e/ou do país.

Ainda considerando a hospitalidade carioca, é importante mencionar que essa característica de acolhimento foi reafirmada, mais uma vez, em maio de 2017, após o lançamento da campanha “*O maior cartão-postal do Rio é o carioca*” (RIO CONVENTION & VISITORS BUREAU, 2017). Essa foi uma iniciativa da RioTur para promoção do turismo no Rio de Janeiro, utilizando para tal, a figura mais carismática da cidade, ou seja, o próprio carioca. E é, justamente, para este ator local que foi solicitado aos turistas uma mensagem que gostaria de deixar, e que está sintetizada na Figura 11, a seguir.

FIGURA 11 – Mensagem para o carioca/Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Nesse contexto, os visitantes agradeceram e parabenizaram os cariocas pela acolhida, conforme pode ser observado nas expressões “obrigado” e “parabéns”, em destaque na figura anterior. Além disto, esse público consultado destacou que foi recebido com “alegria” e “receptividade”, o que reforça a impressão positiva sobre a hospitalidade e o jeito de ser do carioca.

Outro dado interessante, para esta análise, se refere ao verbo *aproveitar* (“aproveitem”), que também surge com intensidade nos resultados obtidos. Esta menção faz referência à maneira de ser do carioca, tão comentada entre os turistas que visitam a cidade. E, por este motivo, os visitantes “pedem” que os habitantes da cidade continuem alegres, hospitaleiros e que usufruam da própria “cidade” (“Rio”) e do legado que o “evento” iria deixar.

Com relação ao legado dos *Jogos*, propriamente dito, é importante, no entanto, enfatizar que quase dois anos após as *Olimpíadas* parece evidente a dificuldade enfrentada pela população em usufruir daquilo que ficou do megaevento de 2016. Isto porque, algumas instalações continuam inacabadas e até mesmo abandonadas, o que tende a sinalizar que este legado não foi tão positivo quanto se esperava ou como poderia ter acontecido²⁶. Este cenário se deve, prioritariamente, à falta de verba do governo estadual para finalizar a infraestrutura

²⁶ Vide os websites: <https://www1.folha.uol.com.br/esporte/2018/02/maior-legado-da-rio-2016-tem- apenas-1-de-obras-finalizadas.shtml> ; <https://br.reuters.com/article/topNews/idBRKCN1G20JV-OB RTP>

proposta naquele período e à atual crise política, social e econômica que assolou (e continua assolando) não somente a cidade, mas também o Estado do Rio de Janeiro e todo o país.

Mas, voltando à pesquisa sobre o que se esperava dos governantes, pelos turistas brasileiros, este tema é abordado na *nuvem de palavras* ilustrada a seguir, na Figura 12.

FIGURA 12 – Mensagem para a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Com relação às mensagens dos turistas brasileiros, se destacam alguns comentários de agradecimento ilustrados pelas palavras “obrigado” e “parabéns”. E, com elas, são também mencionadas as expressões “Temer” (uma referência ao presidente do país), “cuidem”, “trabalhem”, “segurança”, “governo”, “população”, “melhorar”, “parem”, “roubar”, “*Olimpíadas*”, com clara conotação política.

De maneira geral, as respostas dos turistas brasileiros recomendam que os políticos cuidem do país e da cidade, não sejam corruptos e trabalhem mais pelo seu Estado, pela sua cidade e pelo seu povo. Nesta análise, é relevante mencionar que a expressão “Fora, Temer” foi destacada, também, recorrentemente nas mensagens capturadas no âmbito desta pesquisa e, durante a realização do próprio evento, fato este que foi acompanhado pela população que também se manifestou contra o governo do presidente Michel Temer. Isso foi observado, por

exemplo, na cerimônia de abertura²⁷ das *Olimpíadas Rio 2016*, quando o chefe da nação foi vaiado por grande parte do público presente àquela solenidade. Estas menções indicam também o papel das *Olimpíadas* para a veiculação das mensagens políticas no contexto da cidade/país-sede do megaevento.

Mas, como os turistas brasileiros interpretaram a experiência na própria cidade-sede? Estas impressões estão a seguir sistematizadas.

A Figura 13 sintetiza o imaginário sobre a cidade anteriormente à experiência turística.

FIGURA 13 – Imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro anteriormente à chegada na cidade /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

O imaginário dos turistas brasileiros anteriormente à chegada ao Rio de Janeiro envolve uma síntese de elementos culturais e naturais. Nesse contexto, os brasileiros demonstraram imaginar uma cidade cheia de “gente” e de “turistas” devido à realização dos *Jogos*, o que, conseqüentemente, deixaria a capital “tumultuada” e “lotada”. Foi possível observar, também, a recorrência das palavras “mulheres”, “favelas”, “bonita”, “linda”, “paisagens” e “cartão-postal”, remetendo à fama das favelas cariocas, assim como, à beleza

²⁷ Vide o website: <http://g1.globo.com/rio-de-janeiro/olimpiadas/rio2016/noticia/2016/08/temer-e-vaiado-durante-abertura-da-olimpiada-no-rio.html>

da cidade em si. Não cabe a esta pesquisa tratar da questão de gênero (e como a mulher é interpretada) no âmbito do turismo, mas, é interessante ressaltar que a figura feminina carioca e/ou brasileira é percebida como objeto de admiração pelo turista. É interessante notar, ainda, como os brasileiros destacam a *cidade maravilhosa* como “cartão-postal” do Brasil, reforçando, assim, a importância turística da cidade para o país.

No que diz respeito à questão da segurança, tema complexo e bastante atual, observa-se a incidência das palavras “medo” e “segurança”, com regularidade, conforme ilustra a Figura 9, da *nuvem de palavras*. O conteúdo sistematizado, em linhas gerais, demonstra a preocupação e o receio dos brasileiros com relação a essa questão, tendo em vista que a cidade é conhecida internacionalmente, também, pela problemática da violência²⁸. Além desses aspectos, o Estado vem enfrentando uma grave crise econômica e política desde as *Olimpíadas*, situação que se reflete nas palavras “falida” e “crise”.

Ainda em continuidade à análise da primeira *nuvem de palavras*, percebe-se a recorrência das palavras “samba”, “caipirinha”, “comida”, elementos identitários da cultura carioca, ou seja, que podem ser reconhecidos como expressões culturais do Rio de Janeiro. Essas respostas ressaltam, assim, o imaginário dos brasileiros a respeito da gastronomia e da música da cidade, demonstrando o interesse em usufruir de sua gastronomia típica, além da motivação para ouvir e/ou dançar o samba, estilo musical que mais representa o carioca.

Um outro resultado obtido a partir da *nuvem* apresentada na Figura 9, versou sobre a importância atribuída às condições meteorológicas locais durante o megaevento esportivo. Isto porque, muitos turistas esperavam encontrar um “clima quente” na cidade. Aqui, vale destacar que os *Jogos*, no Rio de Janeiro, foram realizados entre os dias 5 e 21 de agosto, período do ano em que as temperaturas não ultrapassam os 28º graus. Esse contexto, no entanto, contrasta com o inverno do Hemisfério Norte, mas, é considerado de agradável a fresco para os padrões carioca e do brasileiro, em geral.

Ainda analisando o resultado da primeira *nuvem de palavras*, anteriormente apresentada, há um destaque para a questão econômica da cidade-sede, principalmente em relação ao custo (serviços, hospedagem e alimentação). Nesse sentido, cabe destacar que, para grande parte dos participantes dessa pesquisa, de uma maneira geral, o Rio de Janeiro foi considerado uma cidade de custo elevado - “cara” -, em relação a outras capitais do país, em igual período.

²⁸ Vide o website: <http://noticias.r7.com/internacional/fotos/caos-e-violencia-no-rio-de-janeiro-assustam-imprensa-mundial-as-vesperas-dos-jogos-olimpicos-04072016#!/foto/1>

Na próxima *nuvem de palavras*, é possível analisar complementares impressões dos turistas brasileiros sobre a cidade-sede das *Olimpíadas Rio 2016*.

Em contraposição ao imaginário sobre a cidade, quais as reais impressões durante a visita? Este é o tema abordado na Figura 14, a seguir.

FIGURA 14 – Impressões sobre a cidade do Rio de Janeiro durante a visita /Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Nesse contexto, se percebeu que a impressão positiva se manteve entre os brasileiros, sendo reafirmada por meio das palavras “maravilhosa”, “bonita”, “linda”, “ótima”, “espetacular”, “organizada”. Também na perspectiva da segurança, ironicamente a cidade foi definida como “tranquila”, “segura”, e com “policiamento”. Nesse quesito, cabe destacar, na ocasião, o aumento do efetivo de policiais militares, membros das Forças Armadas e da Força Nacional²⁹ na cidade durante os *Jogos*. Assim, o plano de segurança pública durante o evento parece ter tido êxito, sendo refletido na sensação de segurança expressa pelos brasileiros consultados.

Em menor frequência, aparecem na *nuvem* mencionada as palavras “animada”, “divertida”, “espírito” e “festas”, o que parece indicar que os turistas se encantaram pela cidade e pela “energia diferente e positiva”, não apenas resultante do megaevento – o espírito

²⁹ Vide o websites: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/rio-2016/noticia/2016-07/efetivo-militar-no-rio-para-os-jogos-olimpicos-aumenta-de-18-mil-para-21> e <http://www1.folha.uol.com.br/esporte/olimpiada-no-rio/2016/07/1789237-efetivo-de-seguranca-cresce-670-nos-jogos-em-relacao-a-dias-normais.shtml>

olímpico -, mas devido, também, ao próprio “espírito do carioca”, o “jeito de ser” da população local.

Por outro lado, na mesma *nuvem de palavras*, encontram-se as expressões “problemas”, “estrutura”, “infraestrutura”, que, por sua vez, tendem a refletir sobre as modificações que ocorreram na cidade, antes e durante o evento, como as obras de mobilidade e transporte, o processo de revitalização da Zona Portuária (*Porto Maravilha*), a inauguração do Museu do Amanhã, além da construção e reforma de hotéis, entre outros projetos destinados à realização dos *Jogos*. Mas, em contrapartida, cabe ressaltar que durante o preenchimento dos questionários, foi possível perceber, ainda, que os turistas brasileiros abordados, assinalaram, frequentemente, a precariedade dos serviços de transporte público como um dos principais “problemas” locais.

De outro modo, outras terminologias como “cheia” e “turistas” tendem a reafirmar a impressão anteriormente expressa pelos turistas brasileiros quanto à quantidade de visitantes na cidade devido à realização do megaevento esportivo, o que intensificou a sensação de cidade “movimentada”. Tal percepção foi respaldada pelas estatísticas oficiais, conforme mencionado anteriormente nesta pesquisa.

A Figura 15, a seguir, sintetiza as impressões sobre a cidade por meio de palavras-chave.

FIGURA 15 – A definição de palavras-chave sobre a cidade/Turistas brasileiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Expressando satisfação com a experiência, os turistas brasileiros definiram o Rio como uma cidade “maravilhosa”, “linda”, “bonita” e “olímpica”. Além disso, mencionaram com frequência as palavras “Rio”, “continua”, “lindo”, em referência à música *Aquele abraço*³⁰, de Gilberto Gil. O verso “*o Rio de Janeiro continua lindo*” foi amplamente repetido pelo público consultado nesta pesquisa. Desta forma, uma impressão positiva foi vivenciada, em linhas gerais, com relação à *cidade maravilhosa*. Aliás, a cidade recebeu este título em 1908, quando foi batizada por Coelho Neto³¹, escritor maranhense, e popularizada pelo compositor André Filho, em 1934, pela marcha de carnaval de mesmo nome (TURISRIO, 1999). Desde então, a expressão passou a representar um hino popular em homenagem à cidade, cantado por brasileiros e estrangeiros. E, apesar de todos os problemas identificados, esta permaneceu como a marca da cidade também neste megaevento.

Após analisar as impressões dos turistas brasileiros sobre as *Olimpíadas Rio 2016*, o bloco a seguir sintetiza as impressões dos turistas estrangeiros sobre o megaevento e sobre a cidade do Rio.

5.2 IMPRESSÕES DOS TURISTAS ESTRANGEIROS

Na seção anterior, foram apresentados e discutidos os resultados das análises sobre as impressões de 160 turistas brasileiros, em relação à realização dos *Jogos Olímpicos Rio 2016*, captadas a partir da aplicação de questionários, de acordo com a metodologia proposta para esta dissertação.

A partir desta seção, serão apresentados e discutidos os resultados das análises sobre as impressões de 153 turistas estrangeiros quanto à realização deste megaevento esportivo na cidade do Rio de Janeiro. Com base no percurso metodológico descrito, anteriormente, foram aplicados questionários junto a esse público, também, e as principais percepções registradas foram agrupadas em *nuvens de palavras*, recursos ilustrados e interpretados a seguir.

O primeiro tema de análise, como no caso anterior, expressa as expectativas dos turistas estrangeiros com relação aos *Jogos*. A *nuvem de palavras* que ilustra as respostas mais recorrentes, neste caso, pode ser observada a seguir, na Figura 16.

³⁰ Composição Gilberto Gil (1969).

³¹ A expressão foi registrada no artigo “Os sertanejos”, publicado no jornal *A Notícia* de 29 de novembro de 1908. Duas décadas depois, o mesmo autor escreveu um livro intitulado *Cidade maravilhosa*, publicação que trazia uma série de crônicas sobre o Rio de Janeiro. Há uma segunda versão para este título. Segundo o website do Instituto Moreira Sales, foi a escritora francesa Jane Catulle-Mendès, em 1913, que batizou a cidade com a expressão, após visitá-la cidade, dois anos antes, através do livro de poemas *La ville merveilleuse* (IMS, 2018).

FIGURA 16 – A expectativa sobre as Olimpíadas Rio 2016/Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Conforme o resultado ilustrado na *nuvem de palavras* (Figura 16), se percebe que os turistas estrangeiros tiveram expectativas variadas sobre as *Olimpíadas Rio 2016*. Para os turistas americanos que participaram da pesquisa, por exemplo, esse sentimento se concentrava nos atletas que representavam o seu país, com base na palavra “EUA”, mencionada recorrentemente. Além dos Estados Unidos, outros países também foram destacados no contexto desta pesquisa, como a “Espanha”, a “Colômbia” e a “Argentina”, sinalizando os desejos de seus compatriotas de que tivessem também um bom “desempenho” nos “Jogos”.

Considerando todos os turistas estrangeiros consultados, a expectativa desse público se expressou por intermédio das palavras “boas”, “medalhas”, “diversão”, “ouro”, “torcer”, “organização” e “segurança”. Com isto, percebe-se, então, que esses visitantes esperavam aproveitar os *Jogos* ao máximo, assim como desejavam assistir às competições, mas, a questão da segurança parece também recorrente. Nesse sentido, os estrangeiros esperavam por tranquilidade, proteção e um megaevento organizado, assim como observado em relação aos turistas brasileiros

Com relação aos pontos positivos reconhecidos na experiência dos megaeventos, estes estão sistematizados na Figura 17, a seguir.

FIGURA 17 – Pontos positivos da experiência olímpica /Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Sobre os pontos positivos pela perspectiva dos turistas estrangeiros estes se referem ao fato de estarem visitando a *Cidade Maravilhosa* (“cidade”, “Rio”) e presenciando o megaevento (“*Olimpíadas*”). A palavra “tudo” se expressa como síntese do que gostaram, assim como na ilustração da *nuvem* dos turistas brasileiros, sinalizando, neste caso, também, a satisfação destes visitantes com a experiência Olímpica.

Ainda analisando esta *nuvem de palavras*, é importante destacar o verbo “conhecer” que, no entendimento desta pesquisa, diz respeito à vontade de apreciar: pontos “turísticos”, “natureza”, “passaios” e “parque” “olímpico”. Da mesma forma que o verbo “assistir” se refere às “competições” e aos “jogos”. Por outro lado, as palavras “espírito” (Olímpico) e “clima” tendem a expressar o momento positivo que os turistas vivenciaram, enquanto visitaram a cidade.

Em contrapartida, esta experiência também expressa pontos negativos, como pode ser observado, nos resultados analisados e apresentados a seguir, na Figura 18.

FIGURA 18 – Pontos negativos da experiência olímpica /Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Em se tratando dos pontos negativos, para os turistas estrangeiros, alguns aspectos não foram apreciados por estes turistas durante a experiência dos *Jogos*, como os “preços” elevados, conforme mencionado por Wada (et. al, 2018) no subcapítulo 4.1, bem como o “trânsito” e as “filas”. A palavra “violência” também consta, recorrentemente, na *nuvem*, expressando, assim, a preocupação deste grupo com essa questão. Apesar dos esforços empreendidos pelos atores locais para minimizar os pontos críticos de infraestrutura e segurança na cidade, esses aspectos foram amplamente pontuados pelos visitantes estrangeiros. Ainda assim, a palavra “nada” foi a mais mencionada na *nuvem*. Esta hierarquia ilustrada indica que, a maioria dos estrangeiros, não identificou nenhum ponto negativo na experiência que tenha merecido destaque em suas narrativas.

A Figura 19, a seguir, parece confirmar esta afirmação, uma vez que sintetiza as possíveis recomendações para que a experiência pudesse ser aprimorada.

FIGURA 19 – Recomendações para que a experiência fosse aprimorada /Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Com relação às possibilidades de melhoria na experiência, os turistas estrangeiros pontuaram apenas secundariamente a possibilidade de melhoria dos preços praticados, além da necessidade de maior atenção à “segurança”, à “limpeza”, e ao “transporte” público. Vale ressaltar, também, que esses mesmos temas foram observados no caso dos turistas brasileiros. Nota-se que, a menção à palavra *preços* indica a preocupação dos turistas com a questão do sobrepreço praticado na cidade.

A Figura 20, a seguir, sintetiza as impressões sobre hospitalidade na cidade.

FIGURA 20 – Impressões sobre a hospitalidade /Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Em relação ao acolhimento, os turistas estrangeiros demonstraram, de uma maneira geral, terem sido muito bem recebidos na cidade e nos locais destinados aos *Jogos*. Neste quesito, se destacaram as palavras “excelente”, “hospitaleiras”, “amigável” e “agradável”, que expressam a satisfação dos visitantes estrangeiros, o que também foi observado no caso dos turistas brasileiros.

Com relação à mensagem que gostariam de deixar para o carioca, a Figura 21, a seguir, parece não deixar dúvidas.

FIGURA 21– Mensagem para o carioca /Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Assim como solicitado aos turistas brasileiros, os visitantes de outros países expressaram, com clareza, gratidão ao povo carioca. Para os estrangeiros, as palavras “obrigado” e “parabéns” tiveram maior hierarquia na nuvem, o que reforça o sentimento de gratidão e reconhecimento em relação à população local.

De maneira geral, esta é, também, a mensagem deixada para a prefeitura da cidade.

FIGURA 22 – Mensagem para a prefeitura da cidade do Rio de Janeiro/Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Os turistas estrangeiros deixaram mensagens de cunho comemorativo e de agradecimento – “parabéns” e “obrigado”. As palavras “cidade” e o verbo “cuidem” também se destacaram entre os resultados analisados, sinalizando, assim, que os visitantes estavam atentos à situação política do país. As expressões “evento” e “legado”, por sua vez, indicam a preocupação com a etapa de pós-evento e com o que ficaria para a cidade e seus moradores. Por outro lado, a palavra “nada” também foi mencionada, recorrentemente, tendo em vista que muitos turistas não quiseram deixar qualquer mensagem para o governo da *Cidade Maravilhosa*.

Mas, como as impressões sobre as Olimpíadas se articulam com as impressões sobre a própria cidade? O tema de análise a seguir (Figura 23) busca sintetizar o imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro anteriormente à chegada dos estrangeiros.

FIGURA 23 – Imaginário sobre a cidade do Rio de Janeiro anteriormente à chegada na cidade/Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Esta primeira *nuvem* destaca as palavras de maior recorrência nos questionários aplicados com relação ao imaginário dos turistas antes destes chegarem à cidade. Em uma primeira hierarquia, se observa o termo “violenta”, o que parece indicar que, assim como ocorreu com os brasileiros consultados, houve uma preocupação inicial com a violência na cidade. Esse receio pode ter sido decorrente, principalmente, das inúmeras matérias jornalísticas veiculadas pela mídia internacional frisando a questão da insegurança na cidade do Rio antes dos *Jogos*³².

Tendo em vista esse contexto de grande visibilidade internacional sobre o tema da segurança, também retratado pela mídia em nível nacional, entende-se melhor o motivo de preocupação dos turistas estrangeiros antes de chegarem ao Rio de Janeiro para os *Jogos*.

Entretanto, a imagem da violência não foi a única percebida por esse público consultado. Isto porque, ainda segundo ilustrado pela *nuvem de palavras* anterior, a recorrência das terminologias “bonita”, também em primeira hierarquia, seguido de “samba”, “Cristo”, “praias”, “caipirinha”, “natureza” e “belezas” destaca a beleza da cidade e demonstra o interesse dos turistas estrangeiros em conhecer os pontos turísticos da cidade e

³² Vide os websites: <https://noticias.r7.com/internacional/fotos/caos-e-violencia-no-rio-de-janeiro-assustam-imprensa-mundial-as-vesperas-dos-jogos-olimpicos-04072016#!/foto/1> e <http://noticias.r7.com/cidades/noticias/midia-internacional-segue-destacando-violencia-no-rio-20091018.html>

também a cultura local. Paralelamente, as expressões “ensolarada”, “sol” e “calor” também estão expressas entre as respostas, sinalizando, por sua vez, a expectativa de um clima agradável, até mesmo para o usufruto da experiência integral na cidade. Os termos “gente” e “agitada” indicam, ainda que os estrangeiros já esperavam se deparar com a movimentação urbana intensa, em virtude da realização do grande evento internacional.

Por outro lado, nesta mesma nuvem, a palavra “mulheres” está expressa em importante hierarquia, quando comparada à *nuvem* sobre o mesmo tema de análise dos turistas brasileiros. Isto pode indicar, também, a relação direta que esse público continua fazendo entre o Brasil e o imaginário do corpo feminino, principalmente no Rio de Janeiro, onde esse estereótipo ainda é comum nos cartões-postais até os dias de hoje (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2011). Conforme ressaltado anteriormente, não cabe a esta pesquisa se aprofundar sobre este tema polêmico, porém, diante da frequência com que o termo foi pontuado nas *nuvens*, vale refletir sobre como a beleza e a sensualidade femininas são comercializadas até mesmo como um patrimônio brasileiro, sendo comuns os casos de assédio no dia-a-dia das mulheres³³.

Se percebe, ainda, nesta *nuvem*, as palavras “maravilhosa” e “cara” indicando que, os turistas estrangeiros esperavam conhecer ou revisitar a *cidade maravilhosa* com toda a sua fama, e, ainda, tinham como expectativa se deparar com altos preços em sua estadia durante as *Olimpíadas*, o que foi comentando, também, entre os turistas brasileiros.

A Figura 24, a seguir, complementa a análise sobre as impressões da cidade durante a experiência vivenciada.

FIGURA 24 – Impressões sobre a cidade do Rio de Janeiro durante a visita/Turistas estrangeiros



³³ Vide o website: <https://www.cartacapital.com.br/blogs/escritorio-feminista/nos-existimos-mas-nao-para-satisfaze-lo-6118.html>

Para esta questão, as respostas foram, majoritariamente, positivas. “Linda”, “bonita”, “Incrível”, “alegre”, “Ótima”, “Impressionante”, “bela”, “divertida”, “moderna”, “legal”, “animada”, “viva”. Essas impressões foram bem distintas do que imaginaram antes da chegada, o que pode ser ilustrado na palavra “diferente”, presente na mesma *nuvem*. Em todo caso, as impressões da experiência foram extremamente positivas.

Outra palavra que se destacou na *nuvem* foi “maravilhosa”, ou seja, foi uma das mais recorrentes na *nuvem* como resposta dos turistas estrangeiros. Esse resultado pode sugerir que a impressão dos estrangeiros abordados para esta pesquisa superou a expectativa inicial, tornando a experiência vivida bastante positiva.

Com relação ao tema da segurança, as ações voltadas para aumento do policiamento, como também mencionado no caso dos turistas brasileiros, também foram notadas pelo grupo de estrangeiros, o que terminou gerando nesse público uma sensação confortável no Rio, expressa pelas palavras “segura” e “tranquila”; mesmo tendo sido, esta, considerada, ao mesmo tempo, como uma cidade “movimentada” e “cheia”. Essas expressões, por sua vez, indicam o que os estrangeiros esperavam encontrar localmente, isto é, um espaço urbano com grande agitação em virtude da realização das *Olimpíadas*.

Interessante notar algumas diferenças entre as duas últimas nuvens de palavras analisadas (Figuras 23 e 24), referentes às impressões dos turistas estrangeiros. Enquanto os resultados observados na Figura 23 sugerem certo receio ao viajar para a cidade-sede dos *Jogos Olímpicos*, os da Figura 24 indicam que esta sensação foi claramente alterada, ou seja, as impressões da experiência foram mais positivas, de admiração diante do que se encontrou e se vivenciou durante a estadia na cidade. A experiência parece ter sido, realmente, positiva para os turistas estrangeiros, como ilustrado no item de análise que será apresentado, a seguir, na Figura 25.

FIGURA 25 – A definição de palavras-chave sobre a cidade/Turistas estrangeiros



Fonte: Elaborado pela autora (2018)

Após identificar as impressões dos turistas estrangeiros sobre a cidade (Figuras 23 e 24), verificou-se, neste tema de análise, como estes mesmos turistas definiam a cidade pensando em suas experiências antes de chegar ao Rio e durante a visita. O resultado da *nuvem de palavras*, na Figura 24, que trouxe as expressões “cidade” “maravilhosa”, “incrível”, “bonita”, “impressionante”, “linda” e “ótima”, entre as mais mencionadas. Aqui, é interessante salientar que esse os turistas estrangeiros tiveram, em geral, uma impressão extremamente positiva sobre a cidade, da mesma forma que os turistas brasileiros consultados, o que pode indicar que o legado, ao menos em termos da imagem da cidade, foi altamente satisfatório, segundo essas impressões.

Com o intuito de encaminhar esta pesquisa para uma possível conclusão, a fim de complementar a análise das *nuvens*, a autora elaborou o Quadro 1, abaixo, buscando identificar categorias e características de falas dos turistas consultados. As falas foram registradas e obtidas durante a pesquisa de campo em caderno de campo e, também, nos questionários aplicados, a fim de identificar as categorias e características das impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre suas experiências na *cidade maravilhosa* e nas *Olimpíadas Rio 2016*.

QUADRO 1 – Categorias presentes nas falas dos turistas³⁴

TIPO DE TURISTA	FALAS REGISTRADA	CATEGORIA	CARACTERÍSTICA
Brasileiro	“Fora, Temer!” “Primeiramente, fora, Temer!” “Fora, Temer e Pezão!”	Política	Governança e administração de uma nação ou Estado. Diz respeito ao espaço público, à coletividade, sociedade. ³⁵
Brasileiro	“O carioca não conhece o Rio.” “Conheçam o seu estado.” “Conheça mais o Rio.”	Desconhecimento	Não ter conhecimento sobre algo.
Brasileiro	“Tá tranquilo, tá favorável!”	Despreocupação	Ausência de preocupação e/ou interesse.
Brasileiro	“Gentileza gera gentileza.”	Polidez	Demonstração de afabilidade, educação.
Brasileiro	“Povo maravilhoso.” “O pessoal do albergue é legal.” “Obrigado pela receptividade.”	Hospitalidade	Refere-se ao acolhimento; recepcionar de forma cordial; bem receber.
Brasileiro	“Sejam menos arrogantes.”	Imodéstia	Ausência de humildade.
Brasileiro	“Sejam simpáticos com todos.”	Afabilidade	Tratar alguém com simpatia, atenção, amabilidade.
Brasileiro	“Não roubem tanto!”	Corrupção	Desvirtuar bons hábitos, corromper.
Brasileiro	“Pagamos impostos altos, não cobrem tão caro!”	Altos preços	Quantia elevada aplicada sobre produtos e/ou serviços.
Brasileiro	“Bom trabalho com as Olimpíadas.”	Megaevento	Acontecimento que envolve repercussão de nível internacional com público acima de

³⁴As falas dos turistas estrangeiros foram traduzidas para o português.

³⁵Adaptado de: <https://politicaedireito.org/br/o-que-e-politica/>

	<p>“Parece que deu certo.”</p> <p>“Parabéns pelo evento.”</p>		5.000 pessoas.
Brasileiro	“Os turistas vão embora, a população fica.”	Legado	Herança, patrimônio. Aquilo que é deixado para um povo ou local.
Brasileiro	“Sou brasileira e não desisto nunca.”	Persistência	Ato de insistir, continuar uma ação.
Estrangeiro	“Vocês vivem num lugar maravilhoso.”	Encantamento	Sentimento de atração, beleza.
Estrangeiro	<p>“Fui assaltada.”</p> <p>“Ando preocupada o tempo todo.”</p> <p>“Sentimento de atenção e cautela.”</p>	Violência	Coação física ou moral exercida sobre alguém.
Estrangeiro	<p>“Vocês são ótimos!”</p> <p>“Parabéns pela hospitalidade!”</p>	Hospitalidade	Refere-se ao acolhimento; recepcionar de forma cordial; bem receber.
Estrangeiro	<p>“O que eu mudaria? Mais pessoas falando espanhol.”</p> <p>“As pessoas não falam inglês devidamente.”</p> <p>“Treinar as pessoas para falarem outros idiomas.”</p> <p>“Qualificar os profissionais no comércio.”</p>	Qualificação profissional	Preparar um indivíduo por meio de formação profissional para atuar no mercado de trabalho.
Estrangeiro	<p>“Melhoria no transporte urbano”</p> <p>“Mais sinalização para o turista.”</p>	Infraestrutura	Conjunto de serviços e elementos essenciais para a sustentação da sociedade.

Estrangeiro	“Seja confiante em sua nação, não desista.”	Persistência	Ato de insistir, continuar uma ação.
Estrangeiro	“Tudo caro.”	Altos preços	Quantia elevada aplicada sobre produtos e/ou serviços.

Fonte: Dados da pesquisa (2018).³⁶

Para dar início à interpretação do quadro acima, a primeira categoria identificada foi *política*. As frases que compõem esta categoria demonstram a inquietação e reprovação dos brasileiros com os governantes do estado do Rio de Janeiro e o Presidente da República, tendo em vista a crise econômica instalada no país à época dos *Jogos Olímpicos*. A categoria *desconhecimento* identifica a perplexidade dos turistas com a falta de conhecimento dos cariocas. Os brasileiros que foram consultados apontaram que conheceram cariocas que nunca foram em pontos turísticos famosos, como o Corcovado e o Pão de Açúcar e, até mesmo desconheciam outras cidades turísticas do estado do Rio. Isso causou espanto nos turistas brasileiros. A frase registrada como *despreocupação* se refere ao refrão de uma famosa música de funk que diz respeito à tranquilidade diante da vida. Ao mencionar essa frase, o turista demonstra despreocupação e até mesmo alienação diante da cidade-sede das *Olimpíadas* de 2016, indicando estar concentrado apenas em se divertir e curtir o momento que experienciava. A categoria *polidez* destaca a expressão repetida por um turista brasileiro (“gentileza gera gentileza”). Tal expressão ficou famosa a partir das pinturas feitas à mão pelo artista José Dadrino, conhecido popularmente, nas décadas de 1970 e 1980³⁷ como Profeta Gentileza. O uso desta expressão pelo visitante pode indicar que ele sugeriu a alguém que adotasse uma atitude gentil para ser tratado da mesma forma. Já a *hospitalidade* aponta a forma cordial com a qual os turistas consultados foram tratados e recebidos. Em contrapartida, um dos visitantes brasileiros se deparou com atitudes grosseiras por parte dos cariocas, conforme abordado por Costa e Pimenta (2010) no subcapítulo 4.1, sendo apontado nas categorias *imodéstia* e *afabilidade*. Nesta última, o turista aconselhou o tratamento cordial, podendo-se presumir que ele experienciou alguma situação oposta à hospitaleira. A categoria seguinte, *corrupção*, destaca uma fala registrada na pergunta que solicitava que o turista

³⁶O quadro foi elaborado com base na formatação da pesquisa “Quanto mais frio melhor: imagem e representações sociais do turista em Campos do Jordão”. Referência: SIQUEIRA, E. D.; REIS, J. R.; OLIVEIRA, V. C. S. Quanto mais frio melhor: imagem e representações sociais do turista em Campos do Jordão. Revista Contemporânea, v.5, n.1, Ed. 8, 2007, p. 11-23.

³⁷Vide o website: <http://jorge-menteaberta.blogspot.com/2013/02/a-historia-do-profeta-gentileza.html#.W1ckRdJKjIU>

deixasse uma mensagem para os governantes da cidade do Rio de Janeiro. Nota-se, assim, que o visitante expressou indignação e descrença com o governo ao dizer “não roubem tanto”. O turista, certo de que haverá corrupção política, pede para que esta seja menos recorrente.

No que diz respeito aos preços aplicados na cidade, os mesmos foram categorizados neste quadro como *altos preços* devido ao conteúdo das falas registradas pelo brasileiro e o estrangeiro. Na pesquisa de campo, notou-se que os turistas reclamavam dos valores da alimentação nas áreas onde os *Jogos* aconteceram e, também, dos preços dos ingressos. Na categoria *megaevento* foram identificadas falas/impressões a respeito das *Olimpíadas* em si, onde os visitantes destacaram surpresa com o êxito do evento e parabenizaram pela realização do mesmo. Ainda tratando dos *Jogos*, a categoria *legado* destaca a preocupação do visitante brasileiro com a população carioca, salientando a importância de pensar, prioritariamente, na população local. A categoria seguinte, *persistência*, ressalta falas de esperança ditas por turistas brasileiro e estrangeiro. Nas impressões percebidas durante o campo, foi possível notar um sentimento de perseverança diante das dificuldades enfrentadas pelo Brasil no âmbito político e econômico, demonstrando preocupação de ambos os visitantes. Dando continuidade às categorias do quadro 1, a *encantamento* evidencia a atração que o turista estrangeiro tem pela cidade, por suas belezas naturais e culturais. Em contrapartida, também foram notadas falas de turistas estrangeiros que destacaram a *violência* no Rio: um deles foi assaltado e outros apontaram o sentimento de apreensão e receio ao se deslocarem pela cidade.

No que diz respeito à *qualificação profissional*, os turistas estrangeiros lamentaram a ausência de profissionais falando outros idiomas, principalmente inglês e espanhol. Aqueles que falavam, era de forma inadequada, dificultando a comunicação. Vale ressaltar a importância de profissionais qualificados em eventos internacionais, sobretudo em um megaevento. Tal qualificação diz respeito não só à fluência em outros idiomas mas também na qualidade do atendimento ao público. A última categoria a ser mencionada é a *infraestrutura*. Esta trouxe falas que mencionaram, especificamente, o transporte público e a sinalização. Os turistas estrangeiros consultados ficaram descontentes com a ausência de sinalização turística e as condições dos meios de transporte.

Portanto, através das impressões dos turistas, identificadas através dos temas de análise, e de suas falas registradas, pode-se afirmar que, a experiência vivenciada nas

Olimpíadas Rio 2016 pelos turistas brasileiros e estrangeiros, consultados nesta investigação, foi proveitosa e satisfatória, ainda que este resultado tenha sido incerto antes da realização dos *Jogos*, em virtude de diversos problemas (como o zika vírus, violência, os riscos de atentado terrorista, dentre outros) que a população local, os governos e a mídia veicularam como obstáculos ao êxito do megaevento. Nota-se, no entanto, que a cidade do Rio de Janeiro continua sendo reconhecida, nacional e internacionalmente, como *cidade maravilhosa*.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Pela presente pesquisa, foi possível refletir sobre características relevantes a respeito dos megaeventos, sendo algumas delas seu alcance global, a importância de sua repercussão internacional e seu caráter multidimensional. Nessa perspectiva orientadora, dentre os megaeventos mundiais mais populares, na contemporaneidade, se destacam os *Jogos Olímpicos*, considerados como o principal acontecimento esportivo, com forte apelo ao incremento dos fluxos turísticos e capacidade de ampliar a visibilidade das cidades-sede, sobretudo, no plano internacional. Por outro lado, essa força mobilizadora é capaz de despertar também o espírito olímpico, uma espécie de energia renovadora com potencial de fortalecimento de valores como a solidariedade entre os povos e motivadora de ações de compartilhamento e conagração entre os países envolvidos. Por essas e outras razões, que vão além da competitividade entre as nações, a cada quatro anos, os *Jogos* atraem um número maior de expectadores, muitos dos quais, turistas interessados em acompanhar de perto essa grande festa e em conhecer as localidades onde as modalidades esportivas são disputadas.

Desse modo, as *Olimpíadas* vêm sendo consideradas como uma oportunidade notável para o desenvolvimento turístico tanto das cidades, como dos países, onde têm sido sediadas. Isso porque, podem representar investimentos de bilhões de dólares facilitados por meio de recursos públicos e privados que dificilmente estariam disponíveis de outra maneira. Em contrapartida, esse megaevento tem repercussões, também, no cotidiano da população residente, bem como na dinâmica do ambiente construído. No caso das *Olimpíadas Rio 2016*, essa repercussão foi ainda mais significativa regionalmente, tendo em vista a sua realização pela primeira vez, na América do Sul.

Considerando este breve contexto, esta dissertação teve como principal objetivo interpretar as impressões dos turistas brasileiros e estrangeiros sobre as *Olimpíadas* realizadas no Rio de Janeiro, em 2016. Para tal, se partiu da perspectiva psicossociológica, ou seja, considerando esse megaevento como um fenômeno contemporâneo capaz de influenciar, e ser influenciado, pelos contextos geográfico, socioeconômico, cultural e político onde acontecem, além de envolver processos subjetivos nas relações humanas individuais e sociais entre atletas, equipes, turistas e demais envolvidos. Com este enfoque se buscou, ainda, articular, complementarmente, a interpretação das impressões da *Rio 2016* aos imaginários dos visitantes a respeito da cidade do Rio de Janeiro.

Para dar suporte ao alcance do objetivo que norteia esta dissertação, o percurso metodológico adotado envolveu, além de levantamento bibliográfico e documental, uma pesquisa de campo realizada durante as *Olimpíadas*, que culminou em 160 questionários respondidos por turistas brasileiros e 153 por estrangeiros. A partir desse levantamento se empreendeu uma análise qualitativa dos dados obtidos com apoio da ferramenta *nuvens de palavras*. Tal ferramenta foi escolhida para indicar tendências e caminhos de interpretação dos resultados.

Tendo em vista o objetivo traçado e o percurso teórico-metodológico escolhido, foi possível apreender algumas das impressões dos turistas que visitaram a cidade na ocasião, traduzidas a partir das experiências vivenciadas durante as *Olimpíadas*. Nesse contexto, os principais resultados obtidos indicaram que, a experiência de brasileiros e estrangeiros consultados durante os *Jogos* na cidade foi, de uma maneira geral, bastante positiva, apesar de alguns problemas percebidos pelos visitantes consultados. Dentre os quais, o receio decorrente da sensação de insegurança, a questão dos preços elevados de alguns produtos e serviços ofertados na cidade e as longas filas de espera nos ambientes esportivos e em locais públicos. Por outro lado, mesmo diante do cenário do risco de violência e das incertezas de como seria a organização do evento, a vivência naquela ocasião pode ser considerada como exitosa.

Ainda com base nos resultados obtidos, muito mais do que um importante momento esportivo e histórico, este evento foi interpretado, também, como uma experiência particular vivenciada pelos próprios moradores e pelos turistas que estiveram no Rio de Janeiro. É possível reafirmar, também, que, segundo os turistas brasileiros e estrangeiros abordados nesta investigação, o Rio de Janeiro representa efetivamente um “cartão-postal” do Brasil, em virtude das suas belezas naturais, da diversidade cultural e, principalmente, do jeito de ser do carioca. Mas algumas impressões negativas podem ser também destacadas nesse contexto, como aquelas relacionadas à insegurança e ao momento pessimista pelo qual vem passando o país. Dentre estas impressões destacaram-se a organização problemática do evento, a ausência de um planejamento eficaz para o sistema de transporte urbano, a precariedade dos serviços de limpeza urbana, além da comercialização de espaços públicos e do excesso de filas em arenas esportivas e demais estabelecimentos olímpicos e dos altos preços praticados na cidade.

Diante do exposto, apesar das questões políticas e socioeconômicas que perpassavam a dinâmica do país e, mais especificamente, do Rio de Janeiro, no período dos *Jogos Olímpicos*,

os resultados da pesquisa indicam que a imagem do Rio de Janeiro durante as *Olimpíadas* continuou com o significado de *Cidade Maravilhosa* para os que a vivenciaram, em 2016, a experiência olímpica.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, B. S.; JÚNIOR, W. M. Comitê Olímpico Brasileiro E O Financiamento Das Confederações Brasileiras. Revista Brasileira de Ciências do Esporte, v.33, n.1, 2011.

AMARAL, F. Criando Nuvens de Palavras: Word Clouds. 2013. Disponível em <<http://www.datascientist.com.br/2013/05/criando-nuvens-de-palavras-word-clouds.html>> Acesso em 20 de fevereiro de 2018.

ANAZ, S.; AGUIAR, G.; LEMOS, L.; FREIRE, N.; COSTA, E. Noções do Imaginário: Perspectivas de Bachelard, Durand, Maffesoli e Corbin. Revista Nexi, n. 3, 2014.

BARRETTO, M. Manual de iniciação ao estudo do turismo. 11ª edição, 164p. Editora Papirus. São Paulo, 2001.

BRANDT, M.; MEDEIROS, M. B. B. Folksonomia: esquema de representação do conhecimento? TransInformação, v.22, n.2, p.111-121, 2010.

BRASIL. RIO RECEBEU 1,2 MILHÃO DE VISITANTES DURANTE JOGOS OLÍMPICOS. 2016. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2016/08/rio-recebeu-1-2-milhao-de-visitantes-durante-jogos-olimpicos>> Acesso em 20 de maio de 2017.

BRITO, F.; HORTA, C. J. G.; AMARAL, E. F. L. A urbanização recente no Brasil e as aglomerações metropolitanas. XXIV General Population Conference. 2001. Disponível em <http://www.abep.nepo.unicamp.br/iussp2001/cd/GT_Migr_Brito_Horta_Amaral_Text.pdf> Acesso em 20 de maio de 2017.

BUENO, F. Métodos heurísticos – teoria e implementações. 2009. Disponível em <https://wiki.ifsc.edu.br/mediawiki/images/b/b7/Tutorial_m%C3%A9todos_heur%C3%ADsticos.pdf>. Acesso em 05 de fevereiro de 2018.

CAMARGO, L. Hospitalidade sem sacrifício? O caso do receptivo turístico. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano III, n. 2, p. 11-28, 2006.

CAMARGO, L. O. L. Turismo, hotelaria e hospitalidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes (Org.). Hospitalidade: Reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, Cap. 1. p. 1-23, 2002.

CASADORE, M. M. Psicossociologia e Intervenção Psicossociológica: alguns aspectos da pesquisa e da prática, In: EMIDIO, T.; HASHIMOTO, F. Psicologia e seus campos de atuação: demandas contemporâneas. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2013.

CASHMAN, R. Olympic Countdown. Diary of the Sydney Olympics. Sydney: WallaWalla Press, 1999.

CASTROGIOVANNI, A. C. Turismo x Espaço – reflexões necessárias na pós-modernidade. In: GASTAL, S. A.; CASTROGIOVANNI, A. C. (orgs.) Turismo na Pós-modernidade (Des) Inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

COSTA, J. H.; PIMENTA, H. F. Repensando a "hospitalidade" do povo brasileiro: como e porque somos e não somos hospitaleiros. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 10, n. 2, p.79-90, 2010.

COMITÊ OLÍMPICO BRASILEIRO – COB. Dossiê de Candidatura do Rio de Janeiro a Sede dos Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de 2016 - Volume 1. 2009.

COMPANHIA DE TURISMO DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (TurisRio). Plano Diretor de Turismo: diagnóstico preliminar. Rio de Janeiro: TurisRio, 1999. CDROM.

DAMETTO, M. A produção do espaço urbano no/do Rio de Janeiro: um estudo sobre as diferentes racionalidades promotoras da produção urbana carioca. Anais do VII Congresso Brasileiro de Geógrafos. 2014. Disponível em <http://www.cbg2014.agb.org.br/resources/anais/1/1403296110_ARQUIVO_CBGtrabalhocompleto.pdf> Acesso em 15 de fevereiro de 2017.

DE LA TORRE, O. El turismo: fenómeno social. México: Fondo de Cultura Económica, 1994.

EDA, T.; UCHIYAMA, T.; UCHIYAMA, T.; YOSHIKAWA, M. Signaling Emotion in Tagclouds (Relatório). Madrid, 2009. Disponível em <<http://www.ra.ethz.ch/CDStore/www2009/proc/docs/p1199.pdf>>. Acesso em 05 de fevereiro de 2018.

FERREIRA, H. C. H.; MENDONÇA, T. C. M. Sobre megaeventos esportivos e seus impactos: perspectivas e expectativas pós *Olimpíadas Rio 2016*. Anais do Seminário Internacional Turismo, Natureza e Cultura: diálogos interdisciplinares e políticas públicas. Rio de Janeiro, p. 137-144, 2016.

FLICK, U. Uma introdução à pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Bookman, 2004.

FREITAS, R. F.; ELIAS, R. V.; GONZAGA, E. Megaeventos urbanos: fenômenos sociais midiáticos. 2011. Disponível em <http://www.lacon.uerj.br/sites/default/files/arquivos/artigo_nucleas_2011_2.pdf> Acesso em 20 de dezembro de 2016.

FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. Megaeventos: motores de transformação social. Anais do XXIII Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Pará. 2014. Disponível em <[http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT07_COMUNICACAO_EM_CONTEXTO S_ORGANIZACIONAIS/freitaslinscarmocompos2014belemdopara_2195.pdf](http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT07_COMUNICACAO_EM_CONTEXTO_S_ORGANIZACIONAIS/freitaslinscarmocompos2014belemdopara_2195.pdf)> Acesso em 15 de fevereiro de 2017.

GALDO, A.; VIERA, A. F. G.; RODRIGUES, R. S. Classificação social da informação na web: tecnologia, informação e gente. *DataGramaZero*, v. 10, n. 8, p.1-10, 2009. Disponível em: < <http://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/52960>>. Acesso em 05 de fevereiro de 2018.

GASTAL, S. A. Turismo, imagens e imaginários. São Paulo, SP: Aleph (Coleção ABC do Turismo), 2005.

GASTAL, S. A. Turismo na Pós-modernidade: agregando imaginários. In: GASTAL, S. A.; CASTROGIOVANNI, A. C. (Orgs.) Turismo na Pós-modernidade (Des) Inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

GARCIA, F. E. S.; HERDY, F. H.; SANTOS, R. R. O.; GOMES, T. B. M. Rio 2016: O Projeto Olímpico E Sua Economia Simbólica. Anais XIV Encontro Nacional da ANPUR, v. 14, 2011.

GIL, A. C. Como classificar as pesquisas? XIX Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas. 2009. Disponível em <http://www.gf-bns.net/site/wp-content/uploads/2009/10/projeto_de_pesquisa_44-56-pai.pdf> Acesso em 14 de dezembro de 2016.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 2, p. 57-63, mar./abr. 1995.

GRINOVER, L. Hospitalidade: um tema a ser reestudado e pesquisado. In: DIAS, C. M. M. (Org.). Hospitalidade: Reflexões e perspectivas. Barueri: Manole, 2002. Cap. 2. p. 25-38.

HOLLANDA, S. B. Raízes do Brasil. 26. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

IRVING, M. A.; CORRÊA, F. V.; MORAES, E.A. Cidade Maravilhosa? Interpretando a percepção do turista sobre o Rio de Janeiro. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p.427-442, dez. 2011.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: SANSOLO, D. G.; BARTHOLO, R.; BURSZTYN, I. (orgs.). Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: LETRA E IMAGEM, 2009.

IRVING, M. A.; AZEVEDO, J. Turismo – O desafio da sustentabilidade. São Paulo: Futura, 2002.

ISHIY, M. Turismo e megaeventos esportivos. Revista Turismo em Análise, v. 9, n. 2, p. 47-61, 1998.

JAGUARIBE, B. 2011 Imaginando a “cidade maravilhosa”: modernidade, espetáculo e espaços urbanos. Revista Famecos, v. 18, n. 2, p. 327-347, 2011.

JUNIOR, D. Turistas aprovam a Olimpíada e querem voltar ao Brasil. 2016. Disponível em < <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/7041-turistas-aprovam-a-olimp%C3%ADada-e-querem-voltar-ao-brasil.html> > Acesso em 02 de abril de 2018.

KUREK, D. L. Essas coisas do imaginário...Anais do I Encontro ouvindo coisas: instituindo outras formas de estar juntos. Universidade Federal de Santa Maria, Rio Grande do Sul, 2010, pág. 12-21, Disponível em <<http://w3.ufsm.br/ouvindocoisas/concepcoes.pdf>> Acesso em 20 de dezembro de 2016.

LAPLANTINE, F.; TRINDADE, L. M. S. O que é imaginário. São Paulo: Brasiliense, 1997.

LIMA, M. A. G. Projetos de Turismo de Base Comunitária no Estado do Rio de Janeiro: Tecendo teias de significados em busca da dimensão cultural. 300f. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Programa EICOS, Instituto de Psicologia, 2014.

LINS, F. Cidade-fábula: imaginário e materialidade eternamente inacabados. In: ARAUJO, D. C.; CONTRERA, M. S. Teorias da Imagem e do Imaginário– Compós, p. 137-154, 2014.

MACRURY, I. Legado Olímpico: regeneração social e cultural. In: DACOSTA, L. Legados de megaeventos esportivos. Brasília: Ministério dos Esportes, 2008.

MAFFESOLI, M. A conquista do presente. Rio de Janeiro: Rocco, 1984.

_____. A contemplação do mundo. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

_____. O imaginário é uma realidade (entrevista). Revista FAMECOS, v. 8, n. 15, 2001.

MAGALHÃES, L. F. *As Olimpíadas De 2016: Da Captação Aos Possíveis Legados Socioeconômicos Na Cidade Do Rio De Janeiro*. 66 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade Federal Fluminense – UFF – 2013. Disponível em: <<http://www.repositorio.uff.br/jspui/bitstream/1/1454/1/248%20-%20Lucas%20Magalh%C3%A3es.pdf>> Acesso em 22 de novembro de 2016.

MAGALHÃES, L. H. Discussão crítica acerca do turismo numa perspectiva materialista histórica. Caderno Virtual de Turismo, v. 8, n. 2, p. 95-104, 2008.

MAISONNEUVE, J. Introdução à Psicossociologia. Tradução de Luiz Damasco Penna e J. B. Damasco Penna. São Paulo: Cia. Ed. Nacional; EDUSP, 1977.

NEVES, J. L. Pesquisa qualitativa – características, usos e possibilidades. Caderno de Pesquisas em Administração, v. 1, n. 3, p. 1-5, 1996.

NOGUEIRA, M. A. F.; COLA, L. F. L. L. D. De Cidade Maravilhosa à Cidade Olímpica: A imagem do Rio De Janeiro como destino turístico. Anais do XXVI Encontro Anual da COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação. 2017. Disponível em < <https://casperlibero.edu.br/compos-2017/#/noticias/anais-da-compos-2017-versao-provisoria>> Acesso em 29 de abril de 2018.

NUNES, B. F.; MOURA, H. V. Imaginário urbano e conjuntura no Rio de Janeiro. Revista Brasileira de Gestão Urbana, v. 5, n. 1, p. 91-105, jan/jun, 2013.

OLIVEIRA, D. A. N. Turismo e pós-modernidade – complexidade(s). In: GASTAL, S. A.; CASTROGIOVANNI, A. C. (orgs.) Turismo na Pós-modernidade (Des) Inquietações. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

OLIVEIRA, N. G. O Poder dos Jogos e os Jogos de Poder: os interesses em campo na produção de uma cidade para o espetáculo esportivo. 308f. Tese (Doutorado em Planejamento Urbano e Regional) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, 2012.

PANOSSO NETTO, A. Filosofia do turismo: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PERROTT, I. Imagens turísticas do Rio de Janeiro: memória, representação, identidade e sedução. Revista Mosaico, v. 1, n. 1, 2009.

PORTELA, G. L. Pesquisa quantitativa ou qualitativa? Eis a questão. 2004. Disponível em < http://www.paulorosa.docente.ufms.br/metodologia/AbordagensTeoricoMetodologicas_Portela.pdf> Acesso em 22 de maio de 2017.

RIO CONVENTION & VISITORS BUREAU. RIOTUR LANÇA CAMPANHA “O MAIOR CARTÃO-POSTAL DO RIO É O CARIOCA”. 2017. Disponível em <<http://www.rcvb.com.br/noticias/riotur-lanca-campanha-o-maior-cartao-postal-do-rio-e-o-carioca>> Acesso em 13 de Janeiro de 2018.

RUBIO, K. Da Europa Para América: A Trajetória Do Movimento Olímpico Brasileiro. Scripta Nova Revista Electrónica De Geografía y Ciencias Sociales, v. 9, n. 200, 2005.

RUBIO, K. Os Jogos Olímpicos E A Transformação Das Cidades: Os Custos Sociais De Um Megaevento. Scripta Nova Revista Electrónica De Geografía y Ciencias Sociales, v. 9, n. 194, 2005.

SANTOS JUNIOR, O. A.; GAFFNEY, C.; RIBEIRO, L. C. Q. Brasil: os impactos da Copa do Mundo 2014 e das Olimpíadas 2016. Rio de Janeiro: E-paper, 215, p. 57-77, 2015.

SANTOS, R.; PRÓSPERO, R. P.; GIANORDOLI, G. Estudo sobre a abordagem quantitativa para visualização de dados qualitativos: processo e ferramentas. Anais do 6º Information Design International Conference. 2014. Disponível em <<http://pdf.blucher.com.br.s3-sa-east-1.amazonaws.com/designproceedings/cidi/CIDI-141.pdf>>. Acesso em 29 de abril de 2018.

SILVERMAN, D. Interpretação de dados qualitativos: métodos para análise de entrevistas, textos e interações. Porto Alegre: Artmed, 2009.

SILVA, G. J. A.; PADOVANO, B. R. Megaeventos e sustentabilidade urbana em Cuiabá – MT – entre a teoria, a prática e as possibilidades. Revista Eletrônica de Estudos Urbanos e Regionais – e-metropolis, n. 24, ano 7, p. 41-57, mar 2016.

SILVA, J. F. P. S. Visualização com nuvens de tags. 104f. Dissertação (Engenharia Informática) – Instituto Superior de Engenharia de Porto - ISEP, 2010.

SILVA, J. M. As tecnologias do imaginário. Porto Alegre, Editora Sulina, 111 p., 2012.

SILVA, T. O que se esconde por trás de uma nuvem de palavras? 2013. Disponível em <<http://tarciziosilva.com.br/blog/o-que-se-esconde-por-tras-de-uma-nuvem-de-palavras/>>. Acesso em 05 de fevereiro de 2018.

SIMÕES, A. C.; JUNIOR, D. D. R. Psicossociologia aplicada ao esporte: contribuição para a sua compreensão. Revista Paulista de Educação Física, v. 13, Número Especial, p. 88-97, 1999.

SIQUEIRA, E.D.; SIQUEIRA, D.C. O. Corpos autorizados: comunicação, poder e turismo. Conexão - Comunicação e Cultura, v. 6, n. 11, p. 81-98, jan/jun, 2007.

SIQUEIRA, E. D.; SIQUEIRA, D. C. O. Corpo, mito e imaginário nos postais das praias cariocas. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v. 34, n. 1, p. 169-187, jan/jun, 2011.

SIQUEIRA, E. D.; SIQUEIRA, D. C. O. Eferverscência, emoção e produção de sentidos na Jornada Mundial da Juventude. In: FREITAS, R. F.; LINS, F.; SANTOS, M. H. C. (Org.). *Megaeventos, comunicação e cidade*. 1ed., Curitiba: CRV, 2016, p. 215-235, 2016.

SIQUEIRA, E. D. Para uma etnografia do cartão-postal: destaque para a garota carioca. *Teoria e Cultura – Revista da Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora*. v.1, n.2, p. 129-147, 2006.

SOUZA, C. R. A.; CARRETEIRO, T. C. O. C. Narrativas de vida e o seu uso pela psicossociologia. *Clínica & Cultura*, v. 5, n. 1, p. 23-36, 2016.

VIEIRA, M. V.; MOURA, R. A. A Cidade do Rio de Janeiro e suas representações na/da paisagem: beleza e medo. *Anais do Colóquio Nacional do Núcleo de Estudos em Espaço e Representações - Espaço e representações: construções teóricas do geográfico*, Edição do NEER Geografia/UFPR, Curitiba, v. 1, n. 1, 2007.

WADA, E. K.; AMIKURA, L.; VILKAS, A. A falácia da hospitalidade: quem cuida do anfitrião em megaeventos esportivos?. *PASOS – Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, v. 16, n. 1, p. 135-146, 2018.

WAINBERG, J. A. O movimento turístico: olhadelas e suspiros em busca da singularidade alheia. In: GASTAL, S. A.; CASTROGIOVANNI, A. C. (Orgs.) *Turismo na Pós-modernidade (Des) Inquietações*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

WAL, T. V. *Folksonomy*. 2007. Disponível em <<http://www.vanderwal.net/folksonomy.html>>. Acesso em 05 de fevereiro de 2018.

WUNENBURGER, J. *O imaginário*. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE 1: EDIÇÕES DAS *OLIMPIADAS* NA ERA MODERNA, CIDADES E PAÍSES-SEDE POR EDIÇÃO

Ano	Cidade	País
1896	Atenas	Grécia
1900	Paris	França
1904	Saint Louis	Estados Unidos da América
1908	Londres	Grã-Bretanha
1912	Estocolmo	Suécia
1916	Primeira Guerra Mundial: não houve edição	
1920	Antuérpia	Bélgica
1924	Paris	França
1928	Amsterdã	Holanda
1932	Los Angeles	Estados Unidos da América
1936	Berlim	Alemanha
1940 e 1944	Segunda Guerra Mundial: não houve edição	

1948	Londres	Grã-Bretanha
1952	Helsinque	Finlândia
1956	Melbourne	Austrália
1960	Roma	Itália
1964	Tóquio	Japão
1968	Cidade do México	México
1972	Munique	Alemanha
1976	Montreal	Canadá
1980	Moscou	Rússia
1984	Los Angeles	Estados Unidos da América
1988	Seul	Coréia do Sul
1992	Barcelona	Espanha
1996	Atlanta	Estados Unidos da América
2000	Sydney	Austrália
2004	Atenas	Grécia
2008	Pequim	China

2012	Londres	Grã-Bretanha
2016	Rio de Janeiro	Brasil

Fonte: Adaptado de https://pt.wikipedia.org/wiki/Lista_dos_Jogos_Ol%C3%ADmpicos_da_Era_Moderna

APÊNDICE 2: MODELO DE QUESTIONÁRIO EM PORTUGUÊS

PESQUISA PERCEPÇÃO OLIMPÍADAS E CORCOVADO

Realização:



Apoio:



ROTEIRO DE QUESTIONÁRIO:

IDENTIFICAÇÃO DO PESQUISADOR:

Nome: _____

Instituição: _____

Data: _____ Hora: _____

1. IMPRESSÕES SOBRE AS OLIMPÍADAS

1.1. Qual é a sua expectativa sobre as Olimpíadas?

1.2. O que mais está gostando na experiência?

1.3. O que menos está gostando na experiência?

1.4. O que você mudaria na experiência?

1.5. Como foi recebido?

1.6. Que mensagem você deixaria para o carioca?

1.7. Que mensagem você deixaria para o governo do Rio de Janeiro?

2. IMAGINÁRIO SOBRE A CIDADE DO RIO DE JANEIRO

2.1. Como imaginava a cidade antes de chegar aqui?

2.2. Como define a cidade hoje?

2.3. Como você define a cidade em uma frase?

APÊNDICE 3: MODELO DE QUESTIONÁRIO EM ESPANHOL

GUIÓN PERCEPCIÓN JUEGOS OLÍMPICOS Y EL CORCOVADO

Realización:



Apoio:



GUIÓN DEL CUESTIONARIO:

DATOS DEL INVESTIGADOR:

Nombre: _____

Institución: _____

Fecha: _____ Horario: _____

1. IMPRESIONES EN LA OLIMPIADAS

1.1 ¿Cuál es su expectativa sobre los Juegos Olímpicos?

1.2 ¿Qué más está disfrutando de la visita a la ciudad de Río de Janeiro?

1.3 ¿Qué menos le gustó en la experiencia de la visita?

1.4 ¿Qué cambios usted sugiere en la experiencia de su visita a la ciudad de Rio de Janeiro?

1.5 ¿Como ha sido recibido?

1.6 Deje un mensaje para la población carioca

1.7 Deje un mensaje para el gobierno del Edo. de Rio de Janeiro

2. IMAGINARIO EN LA CIUDAD DE RIO DE JANEIRO

2.1 ¿Cómo imaginabas la ciudad antes de venir aquí ?

2.2 ¿Cómo se define la ciudad hoy en día ?

2.3 ¿Cómo se define la ciudad en una oración?

APÊNDICE 4: MODELO DE QUESTIONÁRIO EM INGLÊS

SURVEY - OLYMPICS AND CORCOVADO PERCEPTION

Execution:



Support:



SURVEYOR IDENTIFICATION:

Name: _____
 Organization: _____
 Date: _____ Time: _____

1. IMPRESSIONS ABOUT THE OLYMPICS

1.1. What are your expectations about the Olympics?

1.2. What are you enjoying the most about the experience?

1.3. What are you enjoying the least about the experience?

1.4. What would you change about this experience?

1.5. How were you received?

1.6. What message would you leave to the Rio de Janeiro population?

1.7. What message would you leave to the Rio de Janeiro government?

2. IMAGERY ABOUT RIO DE JANEIRO CITY

2.1. How have you pictured the city before you arrived here?

2.2. How do you define the city today?

2.3. How would you define the city in one word?

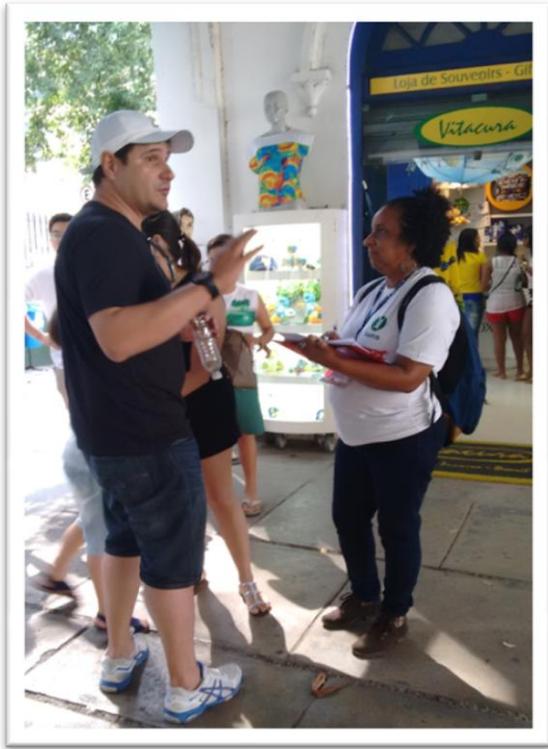
APÊNDICE 5: REGISTROS FOTOGRÁFICOS DA PESQUISA DE CAMPO



Fonte: A autora (2016)



Fonte: A autora (2016)



Fonte: A autora (2016)



Fonte: A autora (2016)



Fonte: A autora (2016)

