



UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

GUSTAVO BRANCO MEDICI

HOSPITALIDADE EM ANÁLISE: UM ESTUDO ACERCA DOS PRINCIPAIS
ESTÁDIOS DE CURITIBA (PR)

CURITIBA

2022

GUSTAVO BRANCO MEDICI

HOSPITALIDADE EM ANÁLISE: UM ESTUDO ACERCA DOS PRINCIPAIS
ESTÁDIOS DE CURITIBA (PR)

Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II, apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo, do Setor de Ciências Humanas, da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo.

Orientador (a): Prof^a. Dr^a. Clarice Bastarz

CURITIBA

2022

RESUMO

O projeto tem como finalidade a formulação de um roteiro turístico a partir de uma análise da hospitalidade realizada nos principais estádios de futebol da cidade de Curitiba-PR. Os estádios selecionados foram: estádio Joaquim Américo Guimarães (Arena da Baixada), estádio Major Antônio Couto Pereira (Couto Pereira) e estádio Durival Britto e Silva (Vila Capanema). Para realizar esta análise, primeiro buscou-se compreender as dimensões da hospitalidade, seus elementos essenciais e suas particularidades. A pesquisa possui caráter qualitativo, descritivo e exploratório, realizada através de procedimentos bibliográficos e documentais. A etapa de estudo de campo e coleta de dados ocorreu através de visitas presenciais e observação participante, que foram realizadas em sete oportunidades, quatro visitas na Arena da Baixada, duas visitas no Couto Pereira, e uma visita à Vila Capanema. Após as visitas, foi realizada a análise e síntese dos dados coletados em campo, com objetivo de formular um roteiro turístico abrangendo os três estádios selecionados.

Palavras-chave: Análise da hospitalidade; Estádios de futebol; Dimensões da hospitalidade; Roteiro.

ABSTRACT

The project aims at formulating a tourist itinerary from an analysis of the hospitality provided in the main soccer stadiums in the city of Curitiba-PR. The selected stadiums were: Joaquim Américo Guimarães stadium (Arena da Baixada), Major Antônio Couto Pereira stadium (Couto Pereira) and Durival Britto e Silva stadium (Vila Capanema). To perform this analysis, we first tried to understand the dimensions of hospitality, its essential elements and its particularities. The research has a qualitative, descriptive and exploratory nature, carried out through bibliographic and documental procedures. The field research and data collection stage occurred through visits and participant observation, which were carried out in seven opportunities, four visits at Arena da Baixada, two visits at Couto Pereira, and one visit to Vila Capanema. After the visits, the analysis and synthesis of the data collected in the field were carried out, aiming to formulate a tourist itinerary covering the three selected stadiums.

Keywords: Hospitality analysis; Soccer stadiums; Dimensions of hospitality; Roadmap.

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	6
2.	MARCO TEÓRICO	7
2.1	HOSPITALIDADE	7
2.1.1	Hospitalidade e turismo	10
2.1.2	Dimensões da hospitalidade	12
2.1.2.1	Dimensão receber	13
2.1.2.2	Dimensão alimentar	14
2.1.2.3	Dimensão hospedar	15
2.1.2.4	Dimensão entreter	16
2.2	TURISMO E ESPORTES	17
2.2.1	Turismo e futebol	19
2.3	ROTEIROS TURÍSTICOS	21
3.	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	23
4.	ANÁLISE DA HOSPITALIDADE NOS ESTÁDIOS DE CURITIBA	29
4.1	HOSPITALIDADE NO ESTÁDIO ARENA DA BAIXADA	31
4.2	HOSPITALIDADE NO ESTÁDIO COUTO PEREIRA	38
4.3	HOSPITALIDADE NO ESTÁDIO VILA CAPANEMA.....	45
4.4	SÍNTESE DE ANÁLISE DA HOSPITALIDADE DOS ESTÁDIOS.....	48
5.	PROJETO DE ROTEIRO TURÍSTICO	54
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	58
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		60

1. INTRODUÇÃO

A prática de viajar, ao longo dos anos, alicerçada ao desenvolvimento tecnológico, tornou-se cada vez mais acessível e habitual, e tem como característica primordial ser praticada em horas de lazer e ócio, salvo as viagens motivadas por negócios. Neste cenário, o turismo relacionado aos esportes surge como alternativa de segmento para um nicho específico de indivíduos. A escolha do tema surgiu devido ao grande público que o esporte mobiliza, tornando as experiências cada vez mais imersivas, interativas e personalizadas, ainda mais na modalidade futebol, esporte aclamado mundialmente que movimenta bilhões de reais no mundo todo.

A primeira parte do projeto foi desenvolvida entre os meses de setembro e dezembro de 2021, onde foram definidos o objeto de estudo e sua abrangência, a justificativa, os objetivos, e o método, as técnicas e os instrumentos de coleta de dados. Em suma, a pesquisa se desenvolveu sob caráter qualitativo, descritivo e exploratório, utilizando-se de análise bibliográfica e documental, e posteriormente, na etapa seguinte deste projeto, a pesquisa de campo, visitação *in loco*, com objetivo de coletar dados através de observação participante, anotações em diário de campo e registros fotográficos. O objetivo geral da pesquisa consiste em analisar a hospitalidade dos estádios de futebol na cidade de Curitiba, a fim de elaborar um roteiro turístico envolvendo estes empreendimentos. Os estádios pré-selecionados foram: Estádio Joaquim Américo Guimarães (Arena da Baixada); Estádio Major Antônio Couto Pereira (Couto Pereira); e Estádio Durival Britto e Silva (Vila Capanema). As referências bibliográficas que norteiam esta pesquisa, fazem menção a temáticas como: hospitalidade; turismo e hospitalidade; turismo e esportes; turismo e futebol; e roteiros turísticos.

Quanto aos objetivos específicos:

1. Analisar as dimensões da hospitalidade (receber, entreter, alimentar e hospedar) dos estádios de futebol de Curitiba;
2. Verificar a infraestrutura e o histórico dos estádios selecionados, e seus respectivos clubes, a fim de enriquecer o conteúdo do roteiro;
3. Elaborar um roteiro turístico nos principais estádios de futebol de Curitiba;

O capítulo a seguir, intitulado marco teórico, objetiva uma melhor compreensão acerca dos temas que direcionam esta pesquisa: hospitalidade; turismo; esporte; e roteiro;

2. MARCO TEÓRICO

Este capítulo é destinado a apresentar as bases conceituais que envolvem o objeto de estudo da pesquisa. Dentre os temas abordados estão: hospitalidade, turismo e esportes, turismo e futebol, estádios de futebol e seus respectivos clubes e por fim roteiros turísticos.

2.1 HOSPITALIDADE

O termo hospitalidade, em suma, está presente desde os primórdios da humanidade, e basicamente faz menção a ideia do *bem receber, das boas vindas*, da disposição de companheirismo, atenção e abrigo. De forma abrangente, a hospitalidade se evidencia naquele que gentilmente recebe e acolhe alguém, de forma agradável, afetuosa e generosa, com bom tratamento e amabilidade.

Para Chon; Sparrowe (2014, p.1) a ideia de hospitalidade já pré existe de séculos antes de Cristo, “desde as evidências históricas encontradas nos primeiros centros da civilização, como a Mesopotâmia (atual Iraque), às referências bíblicas à tradição de lavar os pés dos hóspedes”. Outro exemplo a ser citado pode ser o processo de caça e pesca, partilha do alimento e a obtenção de abrigo (CASTELLI, 2010). O próprio Castelli (2010, p.20) reforça que:

Além da forma de obtenção da comida, a forma de obtenção de abrigo, em especial quando se buscava defesa contra animais e até mesmo contra outros seres humanos em refúgios naturais, principalmente cavernas, gerou um contexto hospitaleiro, sem o qual, presume-se, a espécie humana não teria sobrevivido. Pode-se pressupor que foi nesse contexto que a longa história sobre a hospitalidade, componente essencial das culturas dos diferentes povos que vieram habitar o planeta, tenha se iniciado (CASTELLI, 2010, p.20)

Conforme define Camargo (2004, p.30) “a origem da hospitalidade surge, pois, não de alguém que convida, mas de pessoas que necessitam de abrigo e buscam calor humano ao receber o estranho”. O próprio Camargo (2004, p.79) cita que “a noção do senso comum de hospitalidade já desvela e privilegia um processo de comunicação entre aquele que visita e aquele que recebe”, ou seja, a hospitalidade está intimamente ligada às relações humanas, sociais e interpessoais,

abrangendo conceitos como a gentileza, a cortesia, a cordialidade, etc., elucidando a ideia de compartilhamento e boa convivência. Castelli (2010) atribui certas virtudes inerentes ao domínio da hospitalidade, dentre algumas delas estão: convivência, respeito, sensibilidade, cortesia, tolerância, generosidade e solidariedade. Castelli (2010, p.107) ainda cita que “a hospitalidade permeia o agir de todos os cidadãos. É só observar o dia a dia das pessoas para perceber que a hospitalidade é o oxigênio que mantém a vida de uma pessoa e de uma comunidade”, e pode ser percebida através de um sorriso ou uma saudação, ou em situações que coloquem indivíduos frente a frente, efetuando trocas em várias dimensões.

Neste contexto, Castelli (2010) afirma que a sociabilidade, a convivência e a solidariedade constituem elementos básicos que sustentam o pilar da hospitalidade. Nakane; Vieira (2011, p.15) estabelece a hospitalidade “como sendo a nomeação para todas as relações com seu semelhante”, trazendo à tona atributos como a empatia, o espírito colaborativo e a compreensão das necessidades do próximo. Para Castelli (2010, p.130) “a pessoa é, ao mesmo tempo, um ser individual e um ser social. Esses dois aspectos são indissociáveis e estão circunscritos a um tempo e a um espaço”. Diante de uma perspectiva mais filosófica e holística:

Aristóteles concebe e realça a hospitalidade como uma das mais importantes virtudes da sabedoria humana, devendo ser, portanto, praticada com equilíbrio, como acontece com todas as virtudes. A hospitalidade é associada à amizade e à generosidade, e, por sua vez, a prática das boas maneiras contribui para exteriorizá-la. Na concepção de Platão, a hospitalidade é o primeiro dos deveres de todos os cidadãos, um dever sagrado, e seu desrespeito merece o castigo divino (CASTELLI, 2010, p.149)

O quadro a seguir (Quadro 1) apresenta algumas definições de hospitalidade:

Quadro 1- Síntese conceitual da hospitalidade

Definição	Autor (ano)
“Hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de receber, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu hábitat natural”	CAMARGO (2004, p.52)
“O entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que esta é, fundamentalmente, o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede. Para ser eficaz, é preciso que o hóspede sinta que o anfitrião está sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar e por ver a ele, hóspede, enquanto indivíduo”	LASHLEY; MORRISON (2004, p.21)
“Quando você recebe amigos em sua casa, naturalmente, quer que eles fiquem confortáveis. Você os cumprimenta e faz todo o possível para servir e entreter seus convidados. E quando vai à casa de alguém, em geral recebe comida, bebida e até mesmo uma cama confortável. Esses agrados ou traços que acrescentam conforto material, conveniência ou suavidade às relações sociais ajudam a definir o comportamento conhecido como hospitalidade. Esse comportamento também é um serviço. E os serviços são o produto mais importante da indústria da hospitalidade”	CHON; SPARROWE (2014, p. 10)
“O processo da hospitalidade, portanto, cabe enfatizar, implica não somente abertura de espaços físicos, mas também abertura de espaços emocionais e intelectuais nas interfaces com o outro. Isso se traduz, na prática, com a aceitação de sugestões e de ideias, e também no amor que dedicamos a outras pessoas”	CASTELLI (2010,p. 152)
“A hospitalidade é estabelecida como sendo a nomeação para todas as relações com seu semelhante”	NAKANE; VIEIRA (2011, p.15)

Fonte: O autor (2022), baseado em CAMARGO (2004); LASHLEY, MORRISON (2004), CHON, SPARROWE (2014); CASTELLI (2010); NAKANE, VIEIRA (2011)

Vale ainda destacar os vieses de desenvolvimento da hospitalidade no cenário social. Camargo (2004) aborda a hospitalidade, enquanto exercida no espaço social, caracterizada em quatro categorias distintas: doméstica; pública; comercial; e virtual. Para Castelli (2010, p.157) “a hospitalidade pode ser exercida em vários domínios, entre os quais cabe destacar os domésticos, os públicos e os comerciais”. Já Lashley; Morrison (2004) definem que a hospitalidade se desenvolve, por essência, nos domínios “social”, “privado” e “comercial”. Nakane; Vieira (2011, p.15) citam que “não há distinções tão latentes entre a hospitalidade doméstica, social ou comercial, pois a dádiva está presente de forma concebível [...] em todos os fatos relacionados à prática das trocas nas relações entre os indivíduos”.

Neste trabalho, tais categorias serão abordadas conforme for conveniente, de forma universal, porém dando prioridade para os contextos doméstico e comercial.

Doméstico porque “do ponto de vista histórico, o ato de receber em casa é o mais típico da hospitalidade” (CAMARGO, 2004, p.53), ou seja, contém a ideia mais primitiva de hospitalidade, e comercial, pois a análise da hospitalidade, objeto de estudo desta pesquisa, será realizada em ambientes comerciais, os estádios de futebol.

Logo, compreende-se a hospitalidade enquanto fenômeno social, assim como o turismo, pois ambos dependem da ação e comportamento do ser humano enquanto indivíduo perante um contexto social, onde há convívio e troca de experiências. Desta maneira, é fundamental uma melhor compreensão acerca da inter-relação entre hospitalidade e turismo, de forma a compreender sua mutualidade e dimensão.

2.1.1 HOSPITALIDADE E TURISMO

É fato que o turismo e a hospitalidade estão intrinsecamente ligados pois, *uma boa acolhida, o bem receber*, pode definir o nível de satisfação ou insatisfação do turista durante sua viagem. Conforme definem Chon; Sparrowe (2014, p.30) as “viagens relacionadas a turismo envolvem o deslocamento de visitantes para determinado local, a fim de desfrutarem atrativos, eventos especiais, hospitalidade, hospedagem, gastronomia e entretenimento”, ou seja, “os hóspedes percebem um serviço como bom de acordo com suas próprias expectativas com relação aos profissionais da hospitalidade” (CHON; SPARROWE 2014, p.11). Portanto, a qualidade do atendimento e do processo de hospitalidade influencia diretamente no nível de satisfação e encantamento do viajante, processo este, que deve abranger toda a cadeia produtiva que envolve uma viagem (hospedagem, alimentação, transporte, etc.) (CASTELLI, 2010).

Para os autores Chon; Sparrowe (2014, p.3) a indústria da hospitalidade abrange “negócios que se dedicam a prestar serviços a hóspedes que estão longe de suas casas”, neste caso turistas e viajantes. Castelli (2010, p.124) menciona que “ser recebido, alojado, alimentado e bem cuidado, com atitude hospitaleira, em especial quando se está em viagem, sempre foi, e ainda é, uma necessidade e também um grande desejo de todo o ser humano” (CASTELLI, 2010, p.XX) . Reforçando a inter-relação entre turismo e hospitalidade, Castelli (2010) reforça que:

É importante ressaltar que o turismo e a hospitalidade formam, simbolicamente, a cara e a coroa de uma mesma moeda; estão indissociavelmente ligados. Quando se fala em turismo, é imprescindível considerar a prática da hospitalidade, não apenas aquela praticada pelos meios de hospedagem, como também as relacionadas aos demais componentes da oferta (CASTELLI, 2010, p.5-6)

Neste contexto, Chon; Sparrowe (2014) definem que a indústria do turismo e da hospitalidade inclui componentes relacionados a serviços de alimentos e bebidas, serviços de hospedagem e de recreação e serviços relacionados às viagens, além da oferta de serviços personalizados, pois “um bom serviço sempre é equiparado à quantidade de agrados, ao grau de atenção/interação ou à rapidez da entrega” (CHON; SPARROWE, 2014, p.12). Vale destacar que os serviços constituem-se em produtos intangíveis, incapazes de serem mensurados fisicamente, somente através de expectativas e percepção de valor, ou seja, “para a maioria dos serviços de hospitalidade, o negócio principal é a criação de experiências memoráveis por meio de atividades que supram suas necessidades” (CHON; SPARROWE, 2014, p.10).

Para Castelli (2010, p.8) é possível identificar na hospitalidade quatro tipos de atributos inerentes aos bens e serviços, são eles: i) básicos; ii) esperados; iii) desejados; iv) inesperados. Referente a avaliação da qualidade de um serviço, Chon; Sparrowe (2014) citam que:

Os hóspedes avaliam a qualidade de um serviço comparando o que foi oferecido e o que eles esperavam receber, de acordo com o tipo de estabelecimento. Cinco elementos principais compõem a escala pela qual os serviços são julgados: (1) tangibilidade, (2) credibilidade, (3) responsabilidade, (4) garantia e (5) empatia. Como a maioria desses fatores é resultado da interação humana, a maneira como um funcionário se comporta durante o momento do serviço contribui muito para a percepção da qualidade do serviço (CHON; SPARROWE, 2014, p.12)

Por fim, torna-se pertinente enfatizar que os viajantes e turistas, com os mais diversos perfis, comportamentos e especificidades, se constituem no elemento essencial neste processo de troca de produtos e/ou serviços, sejam eles materiais ou simbólicos, entre os anfitriões e hóspedes, afinal o fenômeno turístico inexistente sem a presença do turista e as noções de hospitalidade (LASHLEY; MORRISON, 2004). Além disso, os profissionais da hospitalidade assumem, junto ao turista, o papel de protagonistas neste cenário de trocas, visto que a qualidade no atendimento também se constitui em elemento fundamental no que tange o nível de satisfação ou insatisfação do cliente durante sua viagem.

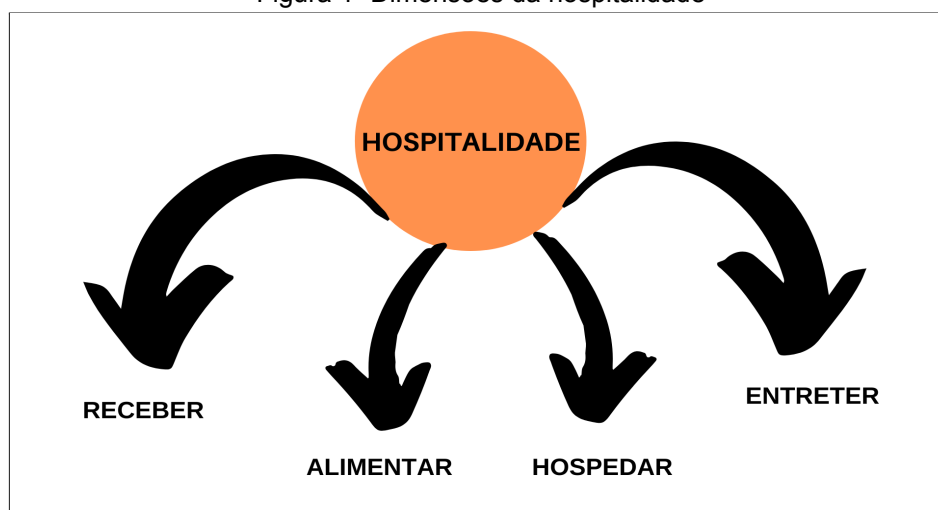
Traçadas as similaridades e vinculações entre turismo e hospitalidade, visto que estes se relacionam e desenvolvem-se principalmente no setor de serviços, o capítulo a seguir tem como objetivo principal definir e analisar os pilares da hospitalidade, abordados nesta obra conforme define Camargo (2004). São pilares da hospitalidade: i) receber; ii) alimentar; iii) hospedar; iv) entreter.

2.1.2 Dimensões da Hospitalidade

Conforme abordado anteriormente, a hospitalidade “significa receber, abrigar, alimentar e cuidar do visitante” (CAMARGO, 2004; CASTELLI, 2010), abrange resumidamente a ideia de receptividade, atenção, alimentação e hospedagem, além de elementos como gentileza, cortesia, empatia, dentre outros. Retomando Camargo (2004), definindo hospitalidade, basicamente, como o ato humano de receber, alimentar, entreter e hospedar pessoas fora do seu habitat natural. Castelli (2010, p.11) ainda cita que para a definição do conceito de hospitalidade, foram utilizadas algumas vertentes que “mais diretamente contribuíram para a construção do conceito de hospitalidade atual, cabendo mencionar o ato do comer junto, do abrigar-se e do deslocar-se (viagens)”. Para Chon; Sparrowe (2014, p.4), a hospitalidade abrange uma infinidade de negócios, “todos dedicados a prestar serviços a pessoas que estão longe de suas casas (...). Os principais componentes são aqueles que satisfazem a necessidade de abrigo e acomodação e os que fornecem alimentos e bebidas a seus clientes”.

Em outras palavras, “atitude hospitaleira é uma predisposição favorável para a ação de receber, hospedar, alimentar, entreter e despedir-se do visitante, com sinais e gestos que caracterizam uma cultura da hospitalidade” (CASTELLI, 2010, p.124). Com intuito de compor este trabalho, serão abordados, separadamente, os quatro elementos considerados, segundo autores, essenciais no processo de construção do conceito de hospitalidade, apresentados conforme Figura 1.

Figura 1- Dimensões da hospitalidade



Fonte: O autor (2022), baseado em CAMARGO (2004); CASTELLI (2010)

Conforme abordado anteriormente, a hospitalidade faz menção ao ato de acolher, receber amigavelmente, de forma generosa e amável, convidados ou estranhos, além de envolver fatores essenciais como a alimentação, a hospedagem e o entretenimento. Diante desta perspectiva, a seguir, serão abordados cada um dos quatro elementos que compõem o conceito de hospitalidade, conforme foi estabelecido na Figura 2. Além disso, vale destacar que a hospitalidade “sofre as influências das diferentes culturas locais, propiciando formas diversas de receber, hospedar, alimentar, entreter e despedir-se. Em cada país ou região encontram-se aspectos que lhe são peculiares (CASTELLI, 2010, p.142).

2.1.2.1 Dimensão Receber

O simples ato de receber segundo Castelli (2010, p.143) “implica um somatório de gestos e procedimentos (etiqueta) capazes de garantir a inserção do convidado ou hóspede no acolhimento e na familiarização a um núcleo familiar específico”. Para Camargo (2004, p.53) “receber pessoas significa entretê-las de alguma forma e por algum tempo, proporcionando-lhes momentos agradáveis e marcantes no momento vivido”. Desta maneira, os autores concordam que o ato ou ação de recepcionar, acolher e receber pessoas, conjectura-se em um dos elementos primordiais no processo da construção do conceito ideal de hospitalidade.

Castelli (2010, p.151) ainda reforça que: “receber alguém significa ir ao seu encontro, estender as mãos, demonstrar a alegria e o prazer em receber alguém. Significa ainda acolher e ocupar-se constantemente do visitante, fazendo-o sentir-se bem”, ou seja, assegurar ao visitante o direito de ir e vir, dispor de equipamentos e serviços eficientes, além de espaços físicos adequados, bem como garantir o respeito e acolhimento, objetivando facilitar o convívio social em harmonia (CASTELLI, 2010).

2.1.2.2 Dimensão Alimentar

Desde a antiguidade a prática de caça e pesca está presente na existência do ser humano, fator que contribuiu no processo de formulação da noção de hospitalidade, visto que “a caça, que exige organização e cooperação, e o ato do comer junto geraram momentos de sociabilidade, fundamento da hospitalidade” (CASTELLI, 2010, p.15), em outras palavras, segundo o próprio Castelli (2010, p.15) “repartir a comida, a bebida e o espaço é praticar o processo da hospitalidade”. Aliás, continua que “por meio do estudo da história da alimentação, é possível delinear a contribuição que o ato de repartir a comida e a bebida teve na formação cultural dos povos ou das sociedades” (CASTELLI,2010, p.16). Diante de cenários alimentícios, podem ser inclusive mensurados fatores como: acesso e compartilhamento das refeições; ampla e variada oferta de alimentos e bebidas; alimentação, nutrição e culinária, dentre outros (CASTELLI, 2010).

Afinal, Viaro (2011, p.55) afirma que “o alimento, a comida, a bebida e a cor local, aliados ao valor da hospitalidade posta como serviço, promovem uma nova e interessante experiência turística”, ou seja, a disponibilidade de alimentos e bebidas que integram a oferta gastronômica do local, junto a infraestrutura e serviços, contribuem no processo de satisfação ou não de um indivíduo quanto a uma experiência (CASTELLI, 2010).

2.1.2.3 Dimensão Hospedar

Para Camargo (2004, p.52), hospedar faz alusão ao “calor humano dedicado a alguém, sob forma de oferta de um teto ou ao menos de afeto, de segurança, ainda que por alguns momentos”. Apesar de soar paradoxal, a noção de hospedar, nesta obra, não faz referência ao ato primordial de oferecer hospedagem, como quarto, cama e pernoite, mas sim aos demais elementos que permeiam a noção de hospedagem, como: segurança, banheiros, capacidade, estacionamento, serviços, acomodações, recepção, atendimento, alimentação, entretenimento, etc. Segundo Castelli (2010), hospedar significa, dentre várias abordagens:

Quadro 2- Definição de “hospedar”

Definição	Autor (ano)
“Bem acolher o viajante ou visitante, trazendo-o para dentro do lar, do estabelecimento, da cidade ou do país por algumas horas ou por alguns dias”	(CASTELLI, 2010, p.123)
“Dar abrigo e segurança ao hóspede ou convidado, assegurando o “sentir-se em casa” e a relativa privacidade e, concomitantemente, possibilita solução de continuidade à vida doméstica”	(CASTELLI, 2010, p.143)
“Implica disponibilizar meios de hospedagem capazes de assegurar alternativas de abrigo, conforto, segurança e bem-estar ao visitante. São gestos de bem hospedar: centros de informação, albergues, hotéis, terminais de transporte”	(CASTELLI, 2010, p.145)

Fonte: O autor (2022), baseado em (CASTELLI, 2010, p.123, 143, 145)

Resumidamente vale ressaltar que para fins de estudo, a noção de “hospedar” abordada nesta pesquisa, fará menção a atributos inerentes ao conceito de hospitalidade em estabelecimentos via de regra comerciais, os estádios de futebol, a fim de considerar não a hospedagem como um pernoite, e sim de um local que dispõe de sua infraestrutura física e serviços adequados para um visitante, somente para passar o dia, como em um clube recreativo ou parque temático, por exemplo. Afinal “a infraestrutura de hospedagem corresponde a um conjunto de serviços que vão muito além de fornecer uma cama, oferecendo também instalações de lazer e entretenimento” (CHON; SPARROWE, 2014, p.7)

2.1.2.4 Dimensão Entreter

De forma sucinta, "entreter" faz menção a: interessar, amparar, distrair preenchendo o próprio tempo, de forma a ocupar-se, divertir-se e entreter-se. Está intimamente ligado à noção de lazer, recreação e entretenimento. Para Chon; Sparrowe (2014, p.30) "viagens relacionadas a turismo envolvem o deslocamento de visitantes para determinado local, a fim de desfrutarem atrativos, eventos especiais, hospitalidade, hospedagem, gastronomia e entretenimento". Está diretamente associado aos campos do lazer e da recreação, o qual busca a inserção do hóspede por meio de práticas de atividades de entretenimento. Para Castelli (2010, p124) entreter "significa dar oportunidade ao visitante para a inclusão e a integração com a comunidade no âmbito familiar, público e comercial, mediante atividades lúdicas" (CASTELLI, 2010, p.124), ou ainda, o próprio auto afirma que "implica uma atenção permanente ao hóspede ou convidado que se estende desde a conversação e a comunicação informal até o cuidado no compartilhamento de aspectos lúdicos e festas familiares" (CASTELLI, 2010, p.143)

O entretenimento, ou ato de entreter, desenvolve-se primordialmente dentro, ou nas redondezas dos estádios de futebol. É possível admitir inclusive, que em alguns casos a partida de futebol em si, torna-se o principal atrativo de entretenimento durante este período de visitação ao estádio. Ademais, alguns elementos serão conferidos a fim de compor o estudo acerca do tema "entreter", são eles: infraestrutura, serviços, atrações, apresentações, shows, partidas de futebol, etc.

Resumidamente busca-se aplicar tais conhecimentos adquiridos na temática "hospitalidade", para contribuir na formulação de um roteiro esportivo local, especificamente no segmento de futebol, através da análise da hospitalidade nos estádios de futebol na capital paranaense. Segundo Chon; Sparrowe (2014, p.276) "com novos estádios esportivos em funcionamento ou em construção, existirão novos desafios e oportunidades no futuro para a administração do lazer".

2.2 TURISMO E ESPORTES

Sabe-se que o turismo é um fenômeno praticado desde as civilizações antigas, as quais eram motivadas principalmente pela atividade comercial e necessidade de exploração. Este fenômeno social, ao passar dos tempos, foi se transformando e criando novos horizontes. Ignarra (2013) e Castelli (2010) afirmam que na Idade Média as viagens tiveram grande influência religiosa devido às Cruzadas, além do turismo de saúde no Império Romano, com viagens motivadas principalmente pelas termas. Aliás, segundo o próprio Ignarra (2013), foram os romanos que desenvolveram a capacidade de viajar a longas distâncias, com trocas periódicas dos cavalos em postos estratégicos de troca de animais, onde era possível inclusive pernoitar. Além disso, “também há relatos de grandes viagens que ocorreram na China antiga, como a de Chang Chien no ano de 138 a.C., que chegou a visitar a Pérsia (atual Irã) e a Síria” (IGNARRA, 2013, p.4).

Tão antigo quanto os já citados segmentos de saúde e religião, “o turismo ligado à prática de esportes já era registrado na civilização helênica, com a realização dos jogos olímpicos” (IGNARRA 2013, p.2).

Com o florescimento do capitalismo e o avanço industrial, as viagens se tornaram cada vez mais comuns e acessíveis, dispendo de recursos, estruturação e novas formas de transportes. Mais recentemente, após a Revolução Industrial e as Grandes Guerras é que o turismo sofreu um crescimento exponencial impulsionado pelos avanços tecnológicos principalmente no setor de comunicação e transportes, contribuindo para o desenvolvimento de diversos segmentos do turismo, inclusive o esportivo e futebolístico, que serão abordados de forma mais aprofundada conforme o decorrer da pesquisa.

Avançando temporalmente deste período antigo até a transição do que hoje podemos chamar de “esporte moderno”, Santos apud Chartier (2015, p.5) define como as principais diferenças entre o esporte moderno e as competições do passado são: “constituição de regras universais, a organização de um corpo de legisladores responsável pela divulgação dessas regras para além do âmbito local e o fato de o esporte adquirir autonomia em relação a outras dinâmicas sociais”. Outro aspecto que contribuiu para a consolidação e gestão do esporte moderno foi a criação de entidades esportivas regulamentadoras, que surgiram basicamente com objetivo de nortear, administrar e coordenar o habitat esportivo. A FIFA (1904) e o

COI (1894) surgiram basicamente com quatro objetivos, “difundir universalmente as regras de determinados esportes (...); organizar competições esportivas (...) controlar o corpo político de tais instituições;”, além de fomentar a formação e filiação de federação ou comitês que lhes ficariam subordinados (SANTOS, 2015, p.8).

Apesar de bastante abrangente e discutível, o termo “esporte”, para fins desta pesquisa, teve como base dois conceitos básicos. Para Valentina (2018, p.19-20) o esporte é “um conjunto de movimentos, estratégias, táticas e habilidades específicas. De forma organizada, esses elementos compõem um ato competitivo dirigido ao lazer, à participação ou ao rendimento”. Já Paz (2019, p.167) define que “os esportes são manifestações culturais que se originam em diferentes habilidades motoras e de combinações dessas habilidades. Por exemplo, o futebol se baseia nas habilidades de correr e conduzir a bola”. Ademais, vale ressaltar a importância do esporte na formação humana e sociocultural do indivíduo, atuando como elemento modelador do caráter, além claro dos benefícios relacionados à saúde, bem-estar e desenvolvimento pessoal. Mazzei (2015) e Mattar (2013) afirmam que o esporte é uma das maiores instituições do nosso planeta, um fenômeno sociocultural que influencia e se articula com diversas características da humanidade relativas à cultura, economia e políticas. Mattar (2013, p.16) afirma que “particularmente no caso brasileiro, o esporte é parte fundamental da sociocultura do país, tomada como representação da identidade nacional, incorporando na sua prática valores da sociedade”. Além do aspecto sociocultural, vale ressaltar o viés mercadológico no qual o esporte está inserido.

Neste contexto, retomando Santos (2013), os eventos esportivos passaram a ser percebidos como grandes espetáculos de entretenimento, com comercialização de ingressos e a elucidação deste segmento como ramo nos negócios, incluindo a gama de produtos e serviços ofertados aos clientes e consumidores, tendo parcela importante no desenvolvimento econômico de algumas regiões. Além disso, Mattar (2013), afirma que as grandes audiências e o interesse das pessoas por saúde, bem-estar e diversão contribuíram no processo de evolução do esporte enquanto indústria.

O tópico a seguir faz alusão a modalidade futebol de campo, tema de estudo desta pesquisa, onde serão abordados a origem, o histórico, dados relevantes, processo evolutivo e consolidação deste esporte aclamado no mundo todo.

2.2.1 Turismo e futebol

Conforme observado anteriormente, o turismo esportivo, ou mais especificamente o turismo de futebol, fundamentam-se em segmentos do turismo. Desta maneira, faz-se necessário a devida associação do futebol com o fenômeno turístico, onde vale destaque para o marco intitulado como “a invasão do Maracanã”. Trata-se de um episódio memorável na história do futebol brasileiro, onde cerca de 70 mil corintianos, provindos predominantemente do estado de São Paulo, se fizeram presentes no emblemático estádio do Maracanã, no Rio de Janeiro.

O dia 5 de dezembro de 1976 passou para a história do futebol brasileiro. Nessa data, ocorreu a chamada “invasão do Maracanã”: cerca de 70 mil corintianos, de acordo com os principais órgãos de imprensa da época, compareceram ao então chamado “maior estádio do mundo”, provenientes de São Paulo e de outras cidades paulistas, apoiando seu time no confronto contra o Fluminense, pela semifinal do Campeonato Brasileiro daquele ano. (PAZ, 2009, p.446)

Estima-se que este fatídico episódio ainda nos dias de hoje, cerca de quatro décadas e meia depois, detém o recorde de maior deslocamento de torcedores da história do futebol brasileiro. Paz (2009, p.446) afirma que “a invasão do Maracanã” “talvez seja um dos mais eloqüentes exemplos de como o futebol pode ser um importante agente de motivação para a prática do turismo, especialmente no Brasil, onde esse esporte se constitui num de seus maiores patrimônios culturais”. Segundo o próprio Paz (2009):

Poucos lugares no mundo, portanto, apresentam condições mais propícias para o desenvolvimento do turismo futebolístico, que poderia ser definido como um segmento do turismo esportivo, que, por sua vez, vem a ser o segmento do turismo no qual as atividades turísticas são motivadas por eventos ligados ao esporte (como competições, treinamentos, cursos, visitas técnicas, visitas a clubes, praças e museus esportivos, etc.) (PAZ, 2009, p.446)

Além deste acontecimento específico, outros exemplos de partidas de futebol podem ser citadas como memoráveis no quesito deslocamento de torcedores. Dentre os mais recentes, vale ressaltar a participação de clubes brasileiros no Mundial de Clubes da FIFA (ou Copa do Mundo de Clubes da FIFA), evento normalmente realizado no continente asiático (edições de 2000, 2013 e 2014 foram

realizadas no Brasil e duas vezes no Marrocos, respectivamente) e disputado em formato de torneio mata-mata, que conta com a participação de clubes de todos os continentes, além do campeão nacional do país-sede. O torneio é disputado entre os clubes campeões de todas as seis federações continentais: CONMEBOL (América do Sul), CONCACAF (América do Norte, Central e Caribe), UEFA (Europa), CAF (África), AFC (Ásia) e OFC (Oceania). Destaques para as participações de: Flamengo-RJ¹ (2019) com estimados 18 mil torcedores presentes no Catar; seguido de Corinthians-SP² (2012) e Atlético-MG³ (2013), ambos com aproximadamente 11 mil torcedores presentes no Japão e no Marrocos, respectivamente. Por fim, vale citar a dupla Grenal (2010 Internacional-RS⁴ e 2017 Grêmio-RS⁵), ambos presentes com aproximadamente 7 mil torcedores nos torneios disputados nos Emirados Árabes. Estes números refletem a uma demanda expressiva visto que tratam-se de viagens intercontinentais, podendo ultrapassar os 12 mil quilômetros de distância, e tem como motivação principal o futebol.

O processo histórico e evolutivo do que hoje denomina-se futebol ainda é polêmico e discutível, porém há registros que na China antiga já era praticado alguma atividade física muito semelhante ao que hoje se conhece como futebol (NASCIMENTO, 2013; GONÇALVES; FRANKE, 2018). Segundo Nascimento (2013), já na América do Sul, alguns povos nativos da floresta amazônica se entretinham com uma bola maciça, a fim de ultrapassar duas traves de madeira sem o uso das mãos. O fato é que já nas civilizações antigas era possível identificar a preexistência de práticas de jogos com a bola similares ao que hoje é o futebol. Para fins de registro, este trabalho abordará única e exclusivamente o futebol de campo, que por sinal teve sua origem oficial datada na segunda metade do século XIX.

¹ EXTRA. Disponível em: <<https://extra.globo.com/esporte/flamengo/torcidas-de-flamengo-liverpool-dividem-arquibancadas-na-final-do-mundial-24153619.html>>.

² UOL. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/mundial-de-clubes/ultimas-noticias/2012/12/11/menos-de-10-mil-torcedores-do-corinthians-viajaram-para-o-japao-para-ver-o-time-no-mundial-de-clubes.htm>>.

³ ESPN. Disponível em: <http://www.espn.com.br/noticia/374776_torcida-do-atletico-mg-ja-adquiriu-mais-de-dez-mil-entradas-para-o-mundial>.

⁴ UOL. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/mundial-de-clubes/ultimas-noticias/2010/12/14/inter-desperdica-chances-leva-2-a-0-do-mazembe-e-cai-na-semi-do-mundial.jhtm>>.

⁵ GLOBOESPORTE. Disponível em: <<http://ge.globo.com/rs/jogo/16-12-2017/realmadrid-gremio/>>.

2.3 ROTEIROS TURÍSTICOS

A viagem em si, quando inserida no contexto turístico, engloba diversos produtos, serviços e segmentos, dentre eles os esportes, a hospitalidade e o planejamento turístico, que segundo Bahl (2006), compreende uma diversidade de atividades, sendo a elaboração de roteiros turísticos a mais evidente entre elas. Segundo o próprio Bahl (2004), alguns elementos se fazem indispensáveis no processo de formulação e desenvolvimento de um roteiro turístico, sendo eles: i) o espaço geográfico a ser percorrido; ii) os tempos de duração dos deslocamentos, inclusive o tempo disponível nos atrativos; iii) tipos de atrativos a serem visitados; e iv) os serviços associados. Sendo assim, o próprio autor afirma que:

Um roteiro turístico resume todo um processo de ordenação de elementos intervenientes na efetivação de uma viagem. O roteiro pode estabelecer as diretrizes para desencadear a posterior circulação turística, seguindo determinados trajetos, criando fluxos e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos a visitar (BAHL, 2004, p.31-32)

Nota-se que em essência, um roteiro turístico é composto basicamente por um itinerário que abrange elementos como atrativos, equipamentos e serviços. Neste contexto, para melhor compreensão do roteiro que irá compor este estudo, faz-se necessária uma breve abordagem para melhor compreensão do que são atrativos.

Os atrativos são um componente integral – e importante – do produto turístico. [...] certas atrações são, em si, tão cativantes, que oferecem a única motivação para uma visita. Entretanto, para que a maioria das atrações sobreviva e floresça, outros elementos complementares ao produto turístico devem ser oferecidos em um destino, além de qualidade e preço, para dar suporte à atração e oferecer ao turista as estruturas de apoio necessárias. (COOPER *et al*, 2008, p.373)

Diante deste cenário, salienta-se que o objeto de estudo desta obra está inserido no segmento de esportes e futebol, sendo assim, Chon; Sparrowe (2014, p.34) afirmam que as “localidades que oferecem aos visitantes a oportunidade de participar de esportes [...] ou jogos atraem grandes multidões”. Segundo os próprios autores, eventualmente as pessoas organizam viagens em razão de eventos específicos como os Jogos Olímpicos, a Copa do Mundo de Futebol ou o Superbowl, onde os eventos normalmente são mais importantes que a localidade, porém, durante a viagem, usufruem de infraestrutura, equipamentos e serviços de

hospitalidade e turismo (CHON; SPARROWE, 2014). Cooper (2008) afirma que dentre as atrações de entretenimento promovidas aos usuários, os locais esportivos são capazes de movimentar milhares de visitantes.

Por fim, vale enfatizar que todo roteiro, neste caso esportivo ou futebolístico, é direcionado a um nicho específico, um público alvo. Conforme define Bahl (2004, p.32) “deve-se levar em conta ainda, o fato de que o roteiro possa ser direcionado ou que atinja um determinado público-alvo, oportunizando oferecer um produto passível de consumo altamente motivador, devendo ser exposto de maneira clara e objetiva”. Afinal, segundo o próprio Bahl (2004), o processo de elaboração de um roteiro deve considerar a que tipo de clientela será destinado o seu produto. Que neste caso, especificamente, são os torcedores, espectadores, entusiastas e apaixonados por futebol, afinal, segundo Paz (2009) a criação de roteiros inspirados no tema futebol é plenamente viável em algumas cidades brasileiras, os quais poderiam incluir visitas a estádios, centro de treinamentos, museus ou restaurantes temáticos.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para analisar a hospitalidade dos estádios de futebol na cidade de Curitiba, a fim de elaborar um roteiro turístico, foi necessária a pesquisa de abordagem qualitativa, com caráter exploratório e descritivo. Utilizando três técnicas: i) análise bibliográfica; ii) análise documental; e iii) pesquisa de campo.

Decidiu-se utilizar a abordagem de pesquisa qualitativa, pois, segundo Gil (1999) consiste em um tipo de pesquisa capaz de promover o aprofundamento da apuração de questões inerentes ao fenômeno em estudo e suas devidas relações, “utilizando o enfoque indutivo na análise de dados e dando maior importância aos significados atribuídos pelas pessoas às coisas e à vida [...]. A pesquisa é eminentemente descritiva” (ALMEIDA, 2014, p.26). Segundo o próprio Almeida (2014, p.26) a pesquisa descritiva “tem a finalidade de descrever o objeto de estudo, as suas características e os problemas relacionados, apresentando com a máxima exatidão possível os fatos e fenômenos”. No que tange o caráter exploratório da pesquisa, “trata-se de pesquisa desenvolvida em área onde existe pouco conhecimento estruturado [...]. Explora-se a realidade em busca de maior conhecimento, a fim de que posteriormente seja feita pesquisa descritiva”. (ALMEIDA, 2014, p.25-26).

A análise bibliográfica faz referência ao levantamento de referências já publicadas, como livros, artigos científicos, dicionários, enciclopédias, teses de doutorado e dissertações de mestrado (NASCIMENTO, 2012; ALMEIDA, 2014; MARCONI, LAKATOS 2017), com finalidade de construir conceitos e melhor compreender os temas que abrangem esta pesquisa, afinal, para Nascimento (2012), a pesquisa bibliográfica pressupõe verificar a diversificação de opiniões sobre determinado assunto. Para Almeida (2014, p.28) “é parte essencial da maioria dos estudos, uma vez que normalmente se parte de uma abordagem teórica para depois verificar o que se observa empiricamente”. Para Nascimento (2012) é através da pesquisa bibliográfica que se:

(...) desenvolve uma prática importante, que contribui para o aumento de seu próprio conhecimento. Essa prática diz respeito ao contato com a rede ou teia de conhecimentos, proporcionando o cruzamento das opiniões e dos pensamentos entre os diversos autores que, de certa forma, parecem trocar ideias sobre um determinado assunto (NASCIMENTO, 2012, p.27).

Para formular este estudo foram utilizados como principais portais de busca: Publicações de Turismo; Sibi da UFPR; Scientific Electronic Library Online (SciELO); Redalyc e Caderno Virtual do Turismo. Utilizando-se como filtros de análise os descritores: hospitalidade; análise da hospitalidade; turismo e hospitalidade; hospitalidade em estádios; turismo esportivo; turismo e esportes; turismo e futebol; turismo em estádios de futebol; roteiros turísticos.

Para complementar a análise bibliográfica, utilizou-se dados secundários e análise documental como forma de captação de informações e enriquecimento de conteúdo, através de sites esportivos, sites de jornais de futebol, blogs vinculados aos sites de jornais de futebol, revistas digitais sobre futebol, sites institucionais (FIFA, CBF, FPF, Clubes). Afinal, Almeida (2014) comenta que a análise documental consiste em um tipo de pesquisa em que realiza-se a análise de documentos organizacionais e/ou governamentais.

O quadro a seguir (Quadro 3) tem por objetivo demonstrar os sites que foram utilizados como base para compor o estudo.

Quadro 3- Websites utilizados para complementar a pesquisa

Websites	Descrição
Globoesporte.com	Dados e estatísticas do futebol paranaense, brasileiro e mundial
ESPN.com.br	Dados e estatísticas do futebol paranaense, brasileiro e mundial
UOL.com.br	Dados e estatísticas do futebol paranaense, brasileiro e mundial
Forbes.com.br	Dados e estatísticas do futebol brasileiro e mundial
Lance.com.br	Dados e estatísticas do futebol brasileiro e mundial
FIFA	Informações referentes ao futebol mundial
CBF	Informações referentes ao futebol brasileiro
FPF	Informações referentes ao futebol paranaense
Athletico (CAP)	Histórico, dados e informações sobre o Clube
Coritiba (CFC)	Histórico, dados e informações sobre o Clube
Paraná (PRC)	Histórico, dados e informações sobre o Clube

Fonte: O autor (2022)

A pesquisa de campo tem como objetivo a imersão e interação no ambiente estádio de futebol. A técnica de coleta de dados, vai consistir no método de observação participante nos locais selecionados, contribuindo na forma de diário de campo, com anotações, observações e impressões relevantes, e registro audiovisual. Almeida (2014, p.29) afirma que na pesquisa de campo “o que se busca é observar os fatos como eles ocorrem no ambiente natural, sem que se possam isolar e controlar variáveis. Apesar disso, permite inferências sobre as relações de causa e efeito nos eventos observados”.

A seguir, o Quadro 4 visa abordar os elementos que serão analisados, e seus respectivos detalhamentos, dentro das quatro dimensões da hospitalidade.

Quadro 4- Elementos de análise e detalhamento das 4 dimensões da hospitalidade

Dimensões da Hospitalidade	Elementos de análise	Detalhamento	Tipo de análise
Receber	Estacionamento	Capacidade Iluminação Cobertura Custo Localização	Dias de jogos Dias sem jogos
	Infraestrutura	Capacidade Recepção Loja	
	Bilheteria	Dias e horários de operação Setores e valores	
	Venda no site	Vendas Online de ingressos e produtos/materiais esportivos	
	Acesso	Acesso via ruas e avenidas Rotas e trajetos Acesso ao estádio em si	
	Transporte	Tipos de transporte Coletivo ou individual	
	Segurança	Segurança pública e privada	
	Localização	Região da cidade Distâncias	
	Atendimento	Qualidade nos atendimentos	
Alimentar	Bares	Temática e atendimento Quantidade	Dias de jogos
	Restaurantes		

	Lanchonetes		Dias sem jogos
	Cardápio	Culinária Tipos de cozinha (produtos)	
	Alimentos & bebidas	Doces ou salgados	
Hospedar	Infraestrutura	Capacidade de público Setores (arquibancada, camarotes, áreas destinadas à imprensa,...)	Dias de jogos
	Banheiros	Capacidade Localização Acesso	Dias de jogos Dias sem jogos
	Loja	Localização Produtos Comercializados Atendimento	Dias de jogos Dias sem jogos
	Capacidade	Capacidade de público	Dias de jogos
	Cobertura e Iluminação	Possui teto? Na arquibancada? No campo? E a iluminação?	Dias de jogos Dias sem jogos
	Visibilidade	Análise da iluminação; pontos cegos e visibilidade geral da arquibancada.	Dias de jogos
	Conforto	Análise do conforto; aconchego; comodidade; acesso,...	Dias de jogos Dias sem jogos
	Segurança	Segurança pública e privada	
	Acesso a serviços	Atendimento Facilidade e praticidade	
	Recepção	Atendimento	
Ambulatório	Localização		
	A partida de futebol	Análise da partida em si Análise do pré e do pós jogo	Dias de jogos
	Torcida organizada	Análise do papel da Torcida organizada no pré, durante e no pós jogo	
	Música e locução	Segmentos musicais Qualidade da locução	

Entreter	Homenagens	Homenagens a ex-jogadores, diretores, personalidades célebres	Dias de jogos Dias sem jogos
	Eventos	Eventuais realizações de eventos	
	Atrações	Eventuais apresentações de atrações	
	Shows	Eventuais realizações de shows	
	Apresentações	Eventuais apresentações: Circense, teatral, futebolística...	
	Show do Intervalo	Atividades/atrações propostas no intervalo	Dias de jogos
	Infraestrutura	Identificar se a estrutura física tem capacidade dispõe de recursos para prática de entretenimento	Dias de jogos Dias sem jogos
	Produtos e serviços	Eventuais produtos/serviços que desempenhem função de entretenimento	

Fonte: O autor (2022)

Com objetivo de elucidar a tabela acima, a Figura 2 visa, através de ilustração, apresentar os elementos de análise dentro de cada uma das quatro dimensões da hospitalidade (receber, alimentar, hospedar, entreter).

Figura 2- Elementos de análise das 4 dimensões da hospitalidade



Fonte: O autor (2022)

Por fim, o roteiro turístico irá integrar o projeto, parte conclusiva e fundamental deste estudo. O roteiro em si, será elaborado abrangendo os principais marcos e estádios de futebol da capital paranaense, formulado a partir da coleta de dados, visitação *in loco*, observação participante e estudo de campo. O itinerário irá abranger os três principais estádios de futebol de Curitiba-PR (Estádio Joaquim Américo Guimarães, Estádio Major Antônio Couto Pereira e Estádio Durival Britto e Silva), e se necessário, serão incluídos outros locais históricos e marcantes do futebol paranaense. Referente ao transporte, será planejado de forma a ser realizado única e exclusivamente via terrestre, por meio de veículos individuais ou coletivos, podendo abranger carro, moto, bike, ônibus de linha, etc. No que tange as atividades, os produtos e os serviços ofertados durante o roteiro, serão identificados e caracterizados durante a etapa de coleta de dados, do estudo de campo e da visitação *in loco*, considerando aspectos paisagísticos, geográficos, históricos e culturais.

4. ANÁLISE DA HOSPITALIDADE NOS ESTÁDIOS DE CURITIBA (PR)

Em suma, as análises foram realizadas em sete oportunidades, através de visitas programadas em dias de jogos, e em dias aleatórios em que não houvesse jogo. Os meios de transportes utilizados para acessar e partir dos estádios consistiram basicamente em três categorias: transporte público, automóvel particular de terceiro e uber.

Os quadros 5 e 6 a seguir, tem como objetivo descrever um resumo e algumas características e detalhes dos clubes, dos estádios e das visitas.

Quadro 5- Estádios visitados

Estádio	Capacidade*	Nº sócios *	Jogo	Resultado	Público*	Renda*
Arena da Baixada	42.370	33.000	Athletico x The Strongest - Bolívia	1x0	21.140	308.320
			Athletico x Atlético Mineiro (MG)	0x1	13.050	433.040
			Athletico x Flamengo (RJ)	1x0	23.640	1.079.455
Couto Pereira	40.500	35.000	Coritiba x Santos (SP)	1x0	23.540	388.130
Vila Capanema	20.080	4.800	Paraná x São Bernardo (SP)	0x0	5.170	112.060

Fonte: O autor (2022) (*nºaproximados)

Quadro 6 - Resumo da visita aos estádios

Estádio	Jogo	Campeonato	Data e hora	Transporte de ida	Transporte de volta
Arena da Baixada	Athletico x The Strongest - Bolívia	Copa Libertadores da América 2022	14/04 19h	Veículo particular	Transporte público
	Athletico x Atlético Mineiro (MG)	Brasileiro série A 2022	17/04 18h	Transporte público	Transporte público
	Athletico x Flamengo (RJ)	Brasileiro série A 2022	23/04 16h30	Veículo particular	Uber
Couto Pereira	Coritiba x Santos (SP)	Copa do Brasil 2022	20/04 19h30	Transporte público	Transporte público
Vila Capanema	Paraná x São Bernardo (SP)	Brasileiro série D 2022	24/04 16h	Transporte público	Transporte público

Fonte: O autor (2022)

As visitas ocorreram no período matutino, vespertino e noturno, de forma a contribuir na perspectiva da avaliação da iluminação, visibilidade e segurança dos estádios, e todas as visitas foram realizadas com tempo estável, sem chuva, variando entre os 18° e 26°C. Houve consumo nas lanchonetes dos três estádios selecionados. Em nenhuma oportunidade foi utilizado o estacionamento interno dos estádios. Em suma, a coleta de dados foi realizada através de vídeos e áudios, sendo registrado observações e impressões pessoais. As visitas foram realizadas entre os meses de Março e Abril, sendo cinco visitas a estádios para acompanhar partidas de futebol, e duas visitas, na Arena da Baixada e Couto Pereira, para realizar o tour disponível nos estádios. Tradicionalmente, em dias de jogos, os portões de acesso abrem 2 horas antes do jogo, para que a torcida comece a ingressar no estádio paulatinamente, evitando filas nos minutos que precedem o jogo.

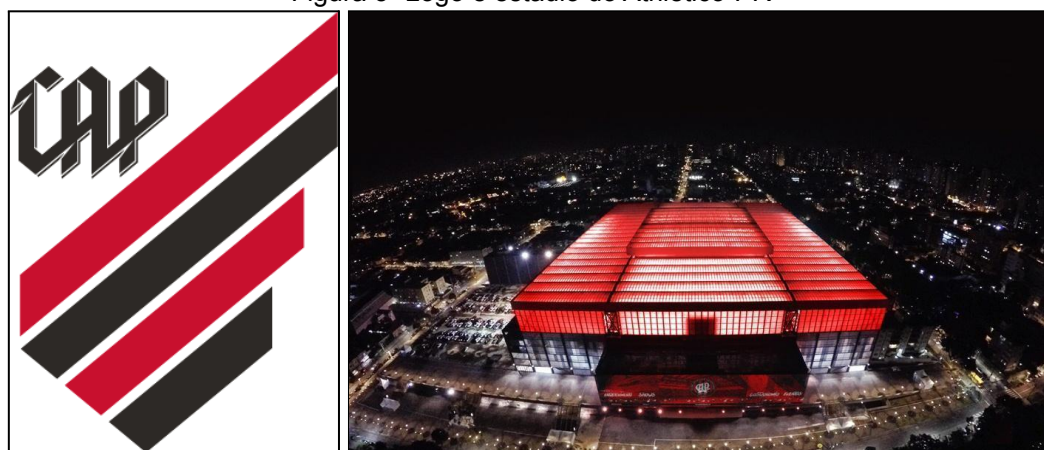
Os capítulos a seguir tem por objetivo apresentar a análise da hospitalidade nos estádios de futebol selecionados.

4.1 HOSPITALIDADE NO ESTÁDIO JOAQUIM AMÉRICO GUIMARÃES

ATHLETICO (CAP)

Fundado oficialmente em 26 de março de 1924 a partir da fusão do International Foot-Ball Club e do América Futebol Clube, o Club Athletico Paranaense, popularmente conhecido como Athletico-PR, ou Furacão, é um dos três principais clubes de futebol da capital paranaense. A seguir, a Figura 3, demonstra o logo oficial do clube e seu estádio, no formato Arena, o Estádio Joaquim Américo Guimarães, ou Arena da Baixada, localizado no bairro Rebouças, em Curitiba-PR.

Figura 3- Logo e estádio do Athletico-PR



Fonte: Athletico-PR (2022)

O quadro a seguir demonstra as principais conquistas nacionais do clube:

Quadro 7- Principais conquistas em nível nacional do CAP

Conquistas	Ano
Campeonato Brasileiro da série B	1995
Campeonato Brasileiro da série A	2001
Vice-campeão da Copa Libertadores da América	2005
Vice-campeão da Copa do Brasil	2013
Campeão da Copa Sul-Americana	2018
Campeão da Copa do Brasil	2019
Campeão da Copa Sul-Americana	2021

Fonte: O autor (2022), baseado em Athletico-PR⁶

⁶ ATHLETICO. Disponível em: <<https://www.athletico.com.br/>>.

VISITA A ARENA DA BAIXADA

As visitas na Arena da Baixada foram realizadas em três oportunidades. A primeira data, 14/04/2022 (quinta-feira) na partida entre Athletico x The Strongest (Bolívia), às 19h00. A chegada ao estádio ocorreu às 16h30, duas horas e meia antes do horário oficial da partida, através de carona. Na oportunidade utilizou-se esta janela de horário para realizar uma volta completa e observar e identificar eventuais estabelecimentos que rodeiam o entorno do estádio. Às 17:30h encontrei-me com um amigo em frente ao espaço Boulevard da Arena, onde foram consumidas três cervejas original ao preço de R\$5,00 cada lata, antes de ingressar no estádio, às 18h32 para efetivamente acomodar-se para a partida. Neste jogo, durante a caminhada até a entrada da rua Coronel Dulcídio, foi possível identificar torcedores adversários confraternizando com a torcida do Athletico no pré-jogo, que se mostrou hospitaleira com os bolivianos, o que tornou o clima do lado de fora do estádio extremamente descontraído e pacífico, diferente do que ocorre em outras partidas. Na oportunidade não foi consumido nenhum alimento nem bebida dentro do estádio, havendo somente o registro de fotos e vídeos do campo gravados do setor Coronel Dulcídio Superior, setor onde foram assistidos os três jogos na Arena.

A segunda visita foi realizada no domingo, dia 17/04/2022, na partida entre Athletico x Atlético Mineiro (MG), e o acesso ao estádio se deu através de transporte público, linha da URBS 461 - Sta. Bárbara, optando-se por descer no ponto de ônibus situado na rua Engenheiro Rebouças, próximo a Sanepar e ao IAT, de onde foi possível seguir a pé, com uma caminhada em linha reta de aproximadamente 30 minutos até a Arena. A chegada ao estádio ocorreu com uma hora de antecedência da partida, onde na ocasião foi dada uma volta na Praça Afonso Botelho, ou Praça do Athletico, a fim de se ter uma perspectiva geral do espaço destinado a lazer e prática de atividades. Foi percorrida também a rua da sede da torcida organizada os fanáticos, a torcida organizada do Athletico. Vale ressaltar que as torcidas organizadas do Athletico (os fanáticos) e do Atlético Mineiro (galoucura) são torcidas rivais a anos, o que aumentou o policiamento nas redondezas do estádio se comparado ao jogo anterior, válido pela Copa Libertadores da América. Próximo ao horário da partida, encontrei-me com um amigo e novamente o acesso à arquibancada se deu através do setor Coronel Dulcídio, ao lado da área destinada à torcida visitante. Na ocasião, foi consumido um pão com bolinho nas dependências

do estádio, ao custo de R\$12,00 pago através de cartão de crédito durante o intervalo. Foi um lanche satisfatório, ao estilo lanche de estádio, bom, porém nada de especial. A atendente na ocasião foi gentil e solícita. Não havia filas para ingressar no estádio, nem para adquirir o lanche na lanchonete interna. Ao final do jogo, o retorno ocorreu através de transporte público da URBS, linha 461- Sta. Bárbara, tomando o ônibus na Praça Rui Barbosa.

A terceira visita ocorreu no sábado, dia 23/04/2022, com a partida entre Athletico x Flamengo (RJ) prevista para às 16h30, com chegada ao estádio duas horas antes do início da partida, via carona. Durante o pré jogo, em meio a um grupo de conhecidos, optou-se novamente por consumir cerveja original lata ao preço de R\$5,00 cada. Na ocasião, ficamos reunidos na área Boulevard, em frente às escadarias de acesso ao estádio, onde se reúnem torcedores e comerciantes ambulantes. Cerca de 10 minutos para o início da partida, decidimos ingressar no estádio através do setor Coronel Dulcídio. Na ocasião, também notou-se um bom policiamento na região, visto que a torcida adversária, tradicionalmente, notoriamente se faz presente em grande número nos estádios que visita.

Assim como nas duas visitas anteriores, após passar pela revista obrigatória na entrada, ingressamos no estádio através das catracas de acesso obrigatório, onde o torcedor insere seu cartão de sócio (smart card), ou ingresso, e identifica sua digital através de um sistema de leitura digital implantado na catraca. Toda catraca possui um funcionário responsável para auxiliá-lo em qualquer eventualidade, e em todas as visitas os funcionários responderam a saudação de “olá”, “boa tarde” e “boa noite”, acrescentando “bom jogo” assim que a catraca apontava sinal verde para entrada liberada. Ao chegar na arquibancada, no setor Coronel Dulcídio Superior, uma estranha surpresa! O setor no qual tradicionalmente me via assistindo e acompanhando os jogos, simplesmente infestado de flamenguistas. Ocorreu que a torcida adversária lotou o setor visitante, e na ocasião, torcedores do Flamengo optaram por comprar ingresso de mandante. Neste cenário, compreende-se que tenham sido transferidos justamente para o setor visitante, porém na parte superior. Aqui ressalto que o setor de visitantes da Arena da Baixada, é única e exclusivamente o setor Coronel Dulcídio Inferior, porém com a superlotação do setor, o saldo remanescente de torcedores flamenguistas foi realocado, convidados a acompanhar o jogo do mesmo setor, porém da arquibancada superior, teoricamente destinado a torcida mandante.

Fato curioso é que os flamenguistas do setor superior não se fizeram acudados, e em alguns momentos da partida alguns poucos torcedores chegaram a puxar cantos de torcida, a fim de incentivar seus jogadores, principalmente no primeiro tempo. Nesta ocasião notou-se uma alteração no temperamento de alguns athleticanos que estavam presentes no setor. Foi possível perceber que a segurança foi reforçada. Seguranças de coletes laranjas, alguns cinzas ou azuis, ou até de terno discretamente se espalharam pelo setor a fim de conter qualquer alteração ou confusão. Em meio a partida, ainda houve troca de diálogos com alguns flamenguistas, em tom descontraído, abordando fatos da partida. Ainda durante a partida, a torcida organizada do Athletico estendeu por cerca de 1 minuto um bandeirão. A partida transcorreu sem grande confusão aparente, somente algumas cenas desagradáveis entre torcedores após o apito final. Após o término do jogo, a saída do estádio ocorreu de forma fluida e segura, caminhando pela rua Getúlio Vargas até o espaço Boulevard, passando por inúmeros comerciantes ambulantes, onde ocorreu o pós-jogo. O retorno ocorreu via uber, após a meia noite.

Figura 4 - Arena da Baixada

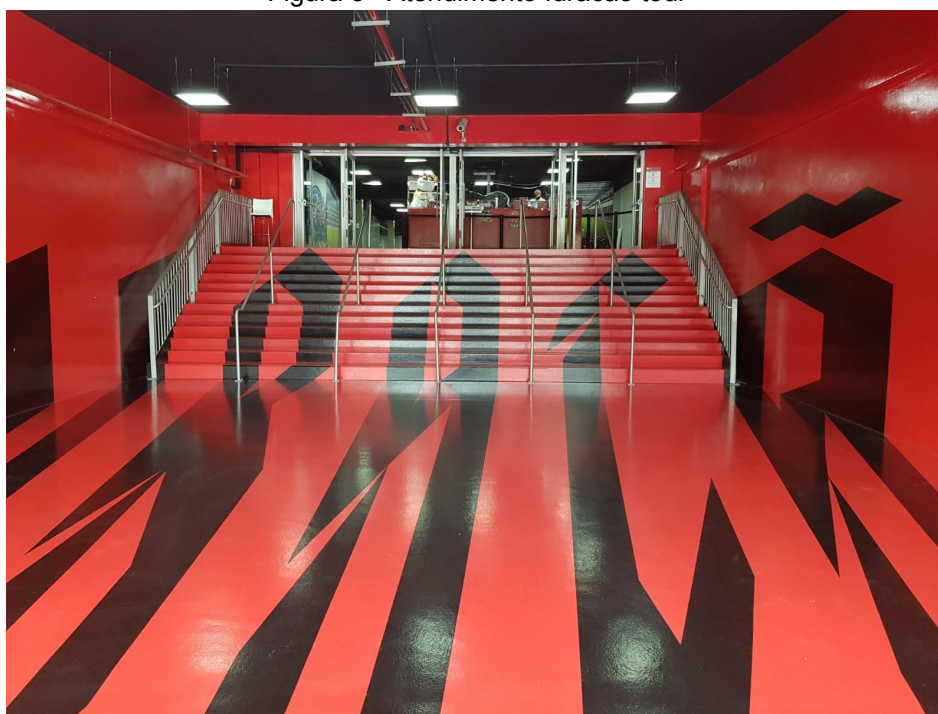


Fonte: O autor (2022)

FURACÃO TOUR

O centro de atendimento do “furacão tour” fica localizado na Rua Buenos Aires, entrada principal do estádio, ao lado do espaço sócio furacão, espaço destinado a sócios e novas associações. A visita na Arena da Baixada para a realização do “furacão tour” ocorreu na quinta-feira, 17 de Março de 2022, com chegada no centro de atendimento às 13h50 de Brasília. O acesso ao estádio ocorreu de veículo particular tanto na ida quanto na volta, optando por estacionar o automóvel nos estacionamentos públicos da rua Buenos Aires.

Figura 5 - Atendimento furacão tour



Fonte: O autor (2022)

O guia apresentou-se com roupas casuais, camisa, calça e calçados escuros, jaqueta do CAP, boné do CAP e barbas e unhas aparadas. Apresentou-se gentilmente com nome, citou que é um dos guias do estádio e seria o responsável pelo guiamento do grupo durante todo percurso, enfatizando estar à disposição para esclarecer qualquer dúvida ou questionamento futuro. A apresentação foi realizada na área Boulevard, em frente ao Centro de Atendimento, de onde o grupo seguiu sentido entrada principal do estádio, via escadaria da rua Buenos Aires, e ingressando no estádio através das portas de acesso que encontram-se fechadas em dias de jogos. O grupo caminha cerca de 10 metros adentro do estádio, onde

ocorre a primeira parada, local no qual o guia apresenta uma maquete que simula a abertura e fechamento do teto retrátil, teto este, que segundo o guia, possui 5 mil toneladas de aço naval e leva exatos 26 minutos tanto para abertura quanto para fechamento. O guia ainda acrescenta que o estádio possui sistema de captação de água da chuva para reutilização nos banheiros em dias de jogos e a utilização de painéis fotovoltaicos, responsáveis por 30% de toda energia gerada no estádio.

Após apresentação funcional da maquete, situada no piso inferior, o guia convida o grupo a subir as escadas de acesso ao andar superior do setor Brasília Itiberê, a fim de dar continuidade ao tour, onde são apresentados os painéis da Copa do Mundo de 2014, citando os quatro jogos ocorridos no torneio, todos na fase de grupos (Irã 0 x 0 Nigéria; Honduras 1 x 2 Equador; Austrália 0 x 3 Espanha; Argélia 0 x 0 Rússia). Os painéis exibem imagens simbólicas das partidas, das torcidas e de momentos marcantes deste mega evento realizado na Arena da Baixada.

Avante aos painéis da Copa o tour segue até a área de troféus, localizado no setor Brasília Itiberê Superior, em meio aos corredores de acesso à arquibancada. Nesta etapa, o guia apresenta, de forma cronológica, o processo de criação do Clube e as conquistas históricas e mais relevantes ao longo dos anos, além de algumas curiosidades, objetos emblemáticos e marcos históricos. Dentre algumas apresentações que o guia cita, estão:

- Objeto histórico - Chuteira utilizada em 1938, feita de couro e travas de madeira fixadas com pregos. Chuteiras de tamanho único 39/40;
- Bola de 1938, feita de couro. Pesava 780g seca, e até 3kg quando molhada;
- Campeonato Paranaense de 1949. Ano em que o CAP herdou o apelido de Furacão de 49;
- Troféu do Campeonato Paranaense de 1985, feito de madeira de Araucária;
- Troféus do Tri Campeonato Paranaense de 1988, 1989 e 1990;
- Troféu Campeonato Brasileiro da Série B de 1995
- Bola do título do Campeonato Brasileiro Série A de 2001, assinada por todos os jogadores da conquista;
- Troféu da Copa do Brasil 2019;
- Troféus da Copa Sul-Americana de 2018 e 2021;

Figura 6 - Troféus furacão tour



Fonte: O autor (2022)

Após a área de troféus, o tour segue para o subsolo, via elevador, onde é possível conhecer o vestiário do time mandante. O guia faz uma breve apresentação das camisas enquadradas na entrada dos vestiários, referentes às conquistas mais recentes do Clube, assinadas por todos os jogadores presentes nas conquistas (Copa do Brasil 2019 e Copa Sul-Americana de 2018 e 2021). O guia fica à disposição para dúvidas e esclarecimentos, e libera o grupo para percorrer o vestiário conforme for conveniente, acessando áreas de pré-aquecimento antes das partidas, área de aquecimento, equipe técnica e vestiários. Nesta área é possível identificar bikes de treino, espreguiçadeiras, mesas e materiais de fisioterapia, equipamentos de musculação e aeróbico, lanchonete, quatro banheiras de hidromassagem, máquina de gelo, sofás, duchas, banheiros, e área de concentração e preparação dos jogadores no pré-jogo.

Adiante, é realizado o acesso restrito ao gramado, via vestiário, conforme ocorre com os jogadores em dias de jogos. O acesso ocorre por uma escadaria ao final do túnel, onde é possível escutar, via auto falantes, o som da torcida nas arquibancadas, tornando a experiência realmente imersiva. Subindo as escadas, o acesso ao gramado fica restrito até as linhas laterais, sendo possível acessar inclusive os bancos de reservas. Às margens do campo, o guia realiza uma descrição do gramado, suas especificidades e tratamento habitual. Trata-se de um gramado

artificial, com fibra de côco e tratamento específico diário para manter a aparência de gramado natural.

Ainda no campo, o tour segue pela linha lateral até a área destinada às ambulâncias durante as partidas de futebol, onde ingressa-se nos corredores de serviços do estádio e ocorre a saudação final, o agradecimento e a finalização do tour. O final do “furacão tour” ocorre oficialmente às 14h50, na transição do corredor de serviços, despedindo-se do guia, o qual cumprimenta e se despede gentilmente, e finalizamos ingressando na loja oficial do clube, onde são comercializados produtos oficiais do Club Athletico Paranaense.

4.2 HOSPITALIDADE NO ESTÁDIO MAJOR ANTÔNIO COUTO PEREIRA

CORITIBA (CFC)

Fundado em 12 de outubro de 1909, o Coritiba Foot Ball Club, clube mais antigo do Estado, popularmente conhecido como Coritiba, ou Coxa, é um dos três principais clubes de futebol do Estado do Paraná. A seguir, a Figura 7 demonstra a logo oficial do clube, e seu estádio, o Estádio Major Antônio Couto Pereira, ou Couto Pereira, localizado no bairro Alto da Glória, em Curitiba-PR.

Figura 7- Logo e estádio do Coritiba



Fonte: Coritiba⁷ (2022)

A seguir, o Quadro 10 tem como objetivo, demonstrar as principais conquistas do Coritiba no cenário nacional.

⁷ CORITIBA. Disponível em: <<https://www.coritiba.com.br/Portal>>.

Quadro 8- Principais conquistas em nível nacional do CFC

Conquistas	Ano
Torneio do Povo	1973
Campeonato Brasileiro da série A	1985
Campeonato Brasileiro da série B	2007
Campeonato Brasileiro da série B	2010
Vice-campeão da Copa do Brasil	2011
Vice-campeão da Copa do Brasil	2012

Fonte: O autor (2022), baseado em Coritiba⁸

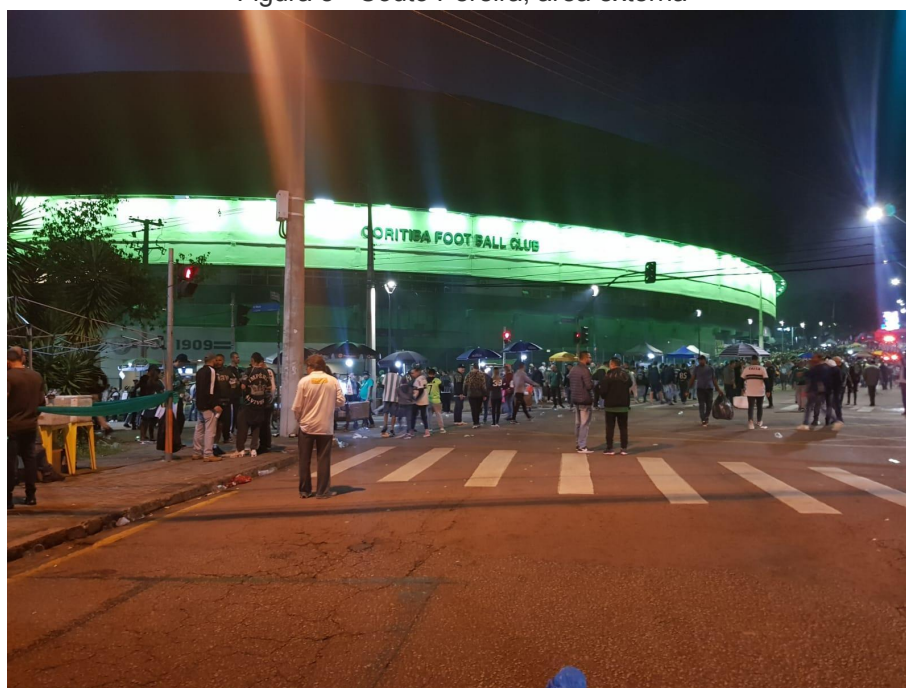
VISITA AO COUTO PEREIRA

A visita ao Couto Pereira ocorreu em uma quarta feira, dia 20/04/2022, na partida entre Coritiba x Santos (SP), jogo válido pela terceira rodada da Copa do Brasil, com acesso ao estádio através de transporte público, linha da URBS 469 - Centro Politécnico, com partida da estação tubo em frente a UFPR Campus Centro Politécnico, levando cerca de 20 minutos até a estação tubo localizada na Praça do Expedicionário. O desembarque na Praça do Expedicionário ocorreu às 18:50h, de onde foi possível caminhar até o estádio, cerca de 1km de subida através da rua Ubaldino do Amaral até o estádio, me dirigindo direto para a bilheteria. Ao aguardar cerca de 5 minutos na fila de espera, encaminhei-me à bilheteria e saudei a atendente da bilheteria, perguntando na sequência se ainda havia meia entrada para arquibancada. Na ocasião a atendente me saudou com reciprocidade e me encaminhou a outra bilheteria, cerca de 10m dali, visto que no local atual não se comercializavam ingressos para arquibancada, somente para outros setores. Após dirigir-me a bilheteria correta, aguardei aproximadamente 20 minutos até conseguir ser atendido gentilmente pela atendente da bilheteria. Com a partida iniciando, consegui adquirir um ingresso meia entrada para estudante ao valor de R\$100,00 pago através de pix, via QR Code, gerado por máquina de crédito/débito. A atendente ainda citou o fato de que só é possível a aquisição de ingressos através do modo débito, sendo vetado a venda de ingressos no modo crédito.

⁸ CORITIBA. Disponível em: <<https://www.coritiba.com.br/Portal>>.

O acesso às catracas foi feito através da rua Mauá, com entrada através do portão 9, conforme constava no ingresso, no setor arquibancada Curva Mauá. Dentro do estádio, optou-se por ficar no espaço, teoricamente, destinado à torcida adversária, visto que este foi um jogo de torcida única, sendo vetada a entrada da torcida do Santos no estádio. Vale ressaltar que menos de uma semana antes, Coritiba e Santos se enfrentaram na Vila Belmiro, em Santos, pelo Campeonato Brasileiro, ocasião essa que o Santos venceu por 2x1, porém o destaque ficou por conta da briga de torcidas do lado de fora do estádio. Devido a este incidente em Santos, optou-se por torcida única no jogo da Copa do Brasil, em Curitiba. É importante salientar também que foi notado policiamento ostensivo desde a descida do tubo Praça do Expedicionário, até a entrada das catracas, com policiais militares, ROTAM e polícias especiais, com muitas viaturas, cavalaria e motos. Um pequeno incidente entre policiais e um pequeno grupo de torcedores ocorreu entre as ruas Mauá e rua Amâncio Moro por volta das 19h25.

Figura 8 - Couto Pereira, área externa



Fonte: O autor (2022)

Adentrando o estádio através da catraca, onde há um responsável que rapidamente verifica o ingresso e deseja bom jogo. Encaminhei-me direto ao terceiro anel, andar mais alto do Couto, com boa visibilidade e placar digital, onde encontrei um lugar e acompanhei toda a partida. Importante ressaltar a arquibancada

tradicional, sem cadeiras, somente cimento. Ao final da primeira etapa, durante o intervalo, decidi comprar uma coxinha na lanchonete ao custo de R\$10,00, pago em dinheiro, enfrentando uma fila totalmente desorganizada.

Faltando cerca de 8 minutos para encerrar a partida, decidi ir embora mais cedo pelo simples fato do horário do transporte público. Me dirigi pela saída visitante seguindo a rua e contornando o estádio até acessar a rua Ubaldino do Amaral, cruzando novamente um grande contingente de policiamento em um curto espaço de tempo. Caminhando cerca de 10 minutos até a Praça do Expedicionário e partindo utilizando o mesmo ônibus 469 - Centro Politécnico.

Figura 9 - Couto Pereira



Fonte: O autor (2022)

COUTO TOUR

A recepção fica localizada na rua Mauá, cerca de 100m da loja oficial do clube, e a entrada ocorre através do portão 6. A visita ocorreu na quinta-feira dia 28/04/2022, com chegada na recepção pontualmente às 10h00 da manhã, horário oficial de Brasília. O acesso ao tour foi realizado através de automóvel particular tanto na ida quanto na volta.

Fui recepcionado pelo guia responsável pelo tour com uma saudação recíproca de bom dia, na sequência perguntei se o tour estava ocorrendo normalmente, e após confirmação do guia, solicitei realizar de forma conjunta os dois tours que o Coritiba oferece, a fim de realizar a visitação completa. O guia portava crachá de identificação com nome e foto, vestimenta casual com camiseta escura, calça jeans, calçados confortáveis, boné do coritiba e barbas e unhas aparadas. Na ocasião, o guia responsável explicou que devido ao fato de estar sozinho na recepção, não seria possível realizar o “tour expresso”, que segundo o próprio guia, trata-se de um complemento do “couthouse tour”, pois percorre o setor Pro Tork e permite uma visão panorâmica do estádio. Devido a não possibilidade de realização do tour completo, optou-se por realizar o “couthouse tour”, com o custo de R\$10,00 a meia entrada, sendo cobrada no cartão de débito. Às 10h03 inicia-se oficialmente o tour, com o guia citando que seria o responsável pelo nosso tour no estádio, visto que estávamos compondo um grupo de cinco pessoas e iríamos percorrer algumas áreas de acesso restrito ao público, tornando-se necessário que o grupo permanecesse junto durante todo o trajeto. Após tomar o elevador sentido os corredores de acesso a arquibancada superior do setor Pro Tork, indaguei o guia se haveria problema, ou alguma restrição de realizar fotos ou filmagens, o qual prontamente me respondeu que não haveria problema algum. Caminhando até a arquibancada superior do setor Pro Tork, realizamos a primeira breve parada, onde é possível ter uma vista completa do estádio. O guia apresenta os setores do estádio, iniciando pelo Pro Tork, recém reformado, visto que era uma área de arquibancada tradicional, de degrau e descoberta, e hoje contempla uma área destinada em sua grande maioria para sócios, os quais têm seus nomes marcados em suas cadeiras. Segue apresentando brevemente os camarotes, que estão presentes nos andares superiores e inferiores, inclusive alguns camarotes são tematizados, como por exemplo o camarote da Live Curitiba. Apresenta também o Setor Social, área coberta com cadeiras, que segundo próprio guia, setor mais tradicional do Couthouse, e logo acima encontram-se as cabines de imprensa. O setor Pro Tork e o Setor Social são as duas retas opostas do estádio. As arquibancadas compõem os extremos do estádio, onde tradicionalmente, em dias de jogo, fica localizada a principal torcida organizada do Coritiba, a Império Alviverde, e do outro lado a torcida visitante. Nesta área, a mais popular do estádio, não há cadeiras, somente escadaria e piso bruto, de cimento, ao estilo arquibancada tradicional. Um dos integrantes do grupo questiona

se há possibilidade de fazer a visitação em dias de treino, e o guia prontamente responde que é uma rara possibilidade, visto que em dias de treino o estádio encontra-se fechado e nem os funcionários podem acompanhar o treino, então devido a tais restrições, o ideal é aguardar o clube divulgar um treino aberto.

O tour seguiu descendo as escadas da arquibancada sentido os camarotes, e no caminho encontramos uma funcionária da limpeza que estava trabalhando nos corredores de serviço. A funcionária se apresentou simpática e de forma recíproca prontamente respondeu a minha saudação com um “olá” e um sorriso. Seguimos pelos corredores de serviços, caminhando cerca de 20m até o camarote disponibilizado para visitação. Segundo o guia, trata-se de um camarote para 12 lugares, que recentemente foi reformado, com projeto de decoração, balcão personalizado e frigobar. Questionado sobre os alimentos e bebidas da área do camarote, o guia respondeu que a alimentação é consumida das lanchonetes do Couto, onde há, por exemplo, pastel, pizza e comida árabe. O próprio proprietário do camarote pode abastecer seu frigobar com até 48h de antecedência da partida, não havendo no momento restrição de marcas, sendo permitido o acesso com a bebida de sua preferência, porém o proprietário ainda fica sujeito a novas parcerias do Coritiba com distribuidoras, por exemplo, o que poderia restringir ou tornar exclusivo o acesso a algumas marcas. O Coritiba ainda disponibiliza ar-condicionado e TV's com Pay Per View, para acompanhar os lances e replays em todos os camarotes.

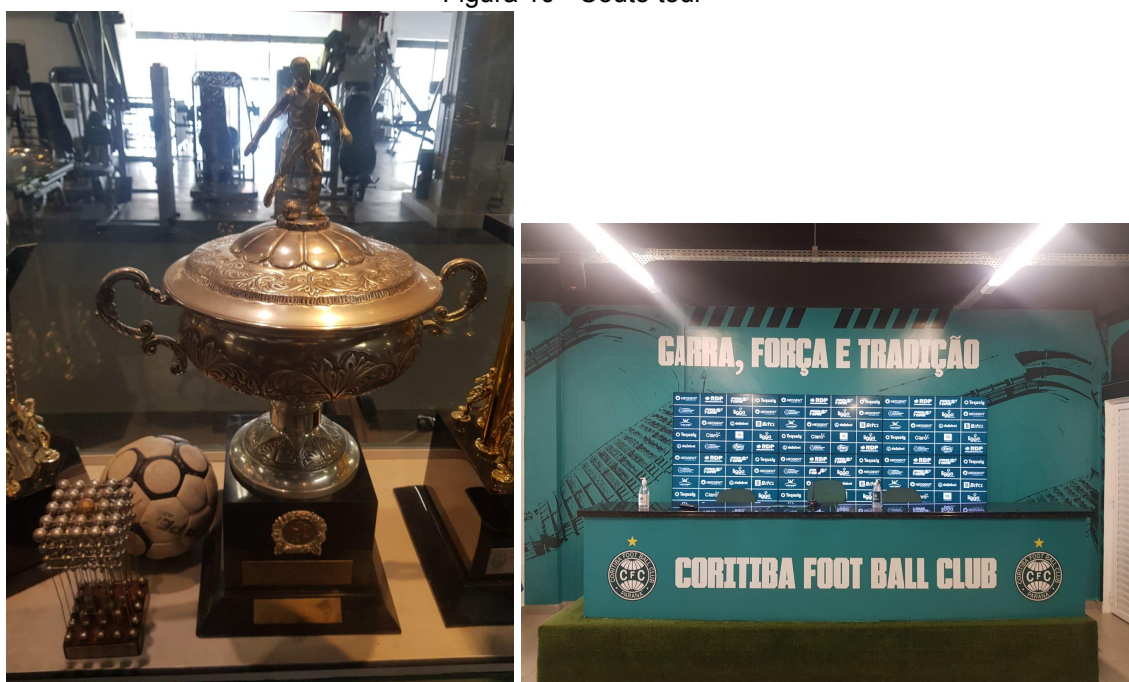
O grupo segue caminhando pelo setor Pro Tork inferior, adentrando o túnel de acesso ao campo da equipe adversária, túnel este que possui uma luminosidade baixa, aparentemente de forma proposital, com lâmpadas nos letreiros da parede que trazem as frases: “Green Hell” e “Inferno Verde”, de forma a causar intimidação ao adversário. O acesso ao gramado ocorre através de uma escadaria ao final do túnel, onde o guia orientou o grupo a respeitar o limite do campo e não adentrar as linhas de jogo, de forma a preservar o gramado, sendo possível passar por trás das traves e fora da rede, além de caminhar na área lateral do campo, sendo permitido registrar fotos e vídeos. O grupo segue caminhando pela lateral do campo sentido a entrada do túnel do time mandante, enquanto o guia passa algumas informações referente ao gramado, pois trata-se de um gramado de inverno tratado com orvalho, que recebe tratamento quase diariamente.

Adentrando o túnel do time mandante, com a tematização idêntica ao túnel do adversário, o grupo segue até o vestiário alviverde, onde é possível encontrar na

entrada, uma placa em homenagem a equipe de 2011, que conquistou o recorde de maior vitórias consecutivas (24) em jogos oficiais. Adentrando o vestiário, nota-se que o ambiente é predominantemente verde e branco, ao contrário dos túneis com tons mais escurecidos. Na ocasião, havia um funcionário trabalhando na finalização da limpeza dos armários dos jogadores. Cada armário possui uma placa com seu nome e sua foto, salvo em alguns casos em que a placa foi improvisada com papel branco escrito à mão com caneta preta. Havia vários equipamentos e malas espalhadas ao canto do vestiário, onde o guia indagou que o clube acabava de voltar da viagem de Belo Horizonte (MG), dando a entender que por isso o vestiário não estaria plenamente organizado, porém este fato, em alguns casos, pode tornar a visita mais imersiva ao torcedor que anseia pela real vivência e experiência dentro do ambiente estádio. Também foi possível encontrar macas, bolas, equipamentos de fisioterapia e destinados a recuperação e bem estar do atleta, além de painéis que trazem a programação semanal de trabalhos, onde apresenta um calendário de segunda a domingo com programações como: físico/técnico, tático, almoço no CT e descanso programado, além das partidas previstas para a semana. Ainda nos painéis nota-se recortes de jornais com fatos históricos, reportagens e destaques, a tabela de classificação com artilharia e a tabela oficial de jogos do Coritiba no Campeonato Brasileiro série A 2022 da primeira (1ª) até a trigésima oitava (38ª) rodada. Os vestiários ainda dispõe de uma mesa de futmesa, banheiros, área destinada a comissão técnica e uma capela.

Partindo do vestiário sentido a sala de imprensa, onde ocorre a finalização do tour, o grupo passa em frente a academia das categorias de base, onde anexamente são expostos através de uma vitrine, camisas autografadas e os troféus das conquistas do clube, dando destaque para o troféu e a bola do título do Campeonato Brasileiro série A de 1985, título mais importante da história do clube. Seguindo sentido a sala de imprensa, o grupo ainda passa pela área de estacionamento do ônibus do clube, por onde embarcam e desembarcam os jogadores, e ao lado esquerdo, é possível notar um painel com fundo preto e pinturas verdes que demonstram alguns dos principais ídolos da história do clube, como: Jairo, Aladim, Miltinho, Krüger, Fedato, Alex, Lela, Tostão, Zé Roberto, Pizzatinho, dentre outros.

Figura 10 - Couto tour



Fonte: O autor (2022)

Por fim, o grupo tem a possibilidade de conhecer a sala de imprensa, onde ocorrem as coletivas de imprensa pós jogo, tanto do time mandante quanto do visitante. A sala possui diversos painéis temáticos do Coritiba em tons de preto e verde, além de cadeiras com design colegial e a estrutura necessária para a coletiva, como mesa, microfones, aparelhagem audiovisual e fundo com os patrocinadores oficiais. A saída da sala de imprensa se dá através de uma porta que acessa diretamente a área de recepção, onde o grupo iniciou o tour. A finalização do tour ocorreu pontualmente às 10h38, com o guia agradecendo a presença do grupo e despedindo-se de forma gentil desejando um bom descanso e bom passeio a todos.

4.3 HOSPITALIDADE NO ESTÁDIO VILA CAPANEMA

Fundado em 19 de dezembro de 1989, após fusão entre Colorado Esporte Clube e Esporte Clube Pinheiros, o Paraná Clube, popularmente conhecido como Paraná ou tricolor da vila, é um dos três principais clubes de futebol da capital paranaense. O principal título nacional do Paraná⁹ foi conquistado em 1992, quando

⁹ PARANÁ. Disponível em: <<https://www.paranaclub.com.br/>>.

se consagrou campeão do Campeonato Brasileiro da série B. O logo oficial do clube, e seu principal estádio, o Estádio Durival Britto e Silva, popularmente conhecido como Vila Capanema, são apresentados a seguir, conforme as Figuras 12 e 13.

Figura 11- Logo e estádio do Paraná Clube



Fonte: Paraná Clube³³ (2022)

VISITA A VILA CAPANEMA

A visita ao estádio Durival Britto e Silva ocorreu no domingo, dia 24/04/2022, na partida entre Paraná Clube (PR) e São Bernardo (SP), clube oriundo da cidade de São Bernardo do Campo, ABC paulista. A partida marcou a estreia do Paraná Clube em casa, diante de sua torcida no campeonato, e ocorreu às 16h00 de Brasília, válida pela série D do Campeonato Brasileiro 2022. Optou-se pelo transporte público para acessar o estádio, linha da URBS 461 - Sta. Bárbara, tomando o ônibus às 15h10 desta data. O trajeto leva cerca de 30 minutos até o ponto de desembarque, localizado a uma quadra de distância do estádio, próximo ao IAT e a Sanepar. O resto do trajeto se deu a pé, via rua Engenheiro Rebouças, chegando no estádio através do estacionamento interno com acesso nessa mesma rua. O estacionamento interno da Vila Capanema é descoberto e tem custo de R\$20,00 por veículo.

Atravessando o estacionamento, é possível notar ao lado esquerdo o acesso a áreas VIP e camarotes. Ao final do estacionamento há uma área comum em que existe a bilheteria e os torcedores se encontram para o pré e pós jogo. A bilheteria é voltada de frente para a avenida Dr. Dário Lopes dos Santos, onde também encontra-se uma loja em que são comercializados produtos licenciados do Paraná Clube. Notou-se que os ambulantes não podem adentrar esta área comum do

estádio para comercializar seus produtos. Os produtos comercializados pelos ambulantes variam de espetinhos, hot-dogs, lanches em geral e bebidas tradicionais como refrigerante, água e cerveja.

O acesso à bilheteria física ocorreu às 15h45, com uma saudação correspondida imediatamente pela senhora que atendia no caixa da bilheteria. A bilheteria na ocasião não aceitava cartão de crédito nem débito, pois há bilheterias específicas para este tipo de operação. Optou-se por adquirir o meio ingresso de estudante ao valor de R\$20,00 pago em dinheiro, para o setor Curva Norte, por ser o setor mais popular e acessível do estádio. Agradei a atendente, que respondeu com um “obrigado”, e ingressamos no estádio após revista obrigatória, via catraca, onde há um responsável por cada catraca. Cada funcionário confere seu ingresso antes de adentrar o estádio. Questionei a funcionária da catraca na ocasião, indagando que eu não teria carteirinha de estudante, somente comprovante de matrícula oficial impresso em papel com QR Code comprobatório e documento original com foto. Ela respondeu que não haveria problema, desejou bom jogo e liberou a entrada ao estádio.

Dentro do estádio, antes de acessar a arquibancada para se aclimatar para o início do jogo, optou-se por consumir uma cerveja eisenbahn, ao custo de R\$10,00, servido em copo plástico descartável. O atendente da lanchonete tratou com cortesia e rapidez, visto que a lanchonete estava movimentada e com uma fila pouco organizada. O acesso às arquibancadas ocorre de forma tranquila e fluida. Vale ressaltar que trata-se de arquibancada tradicional, de cimento, aliás, toda infraestrutura do estádio remete a uma estrutura antiga. Cerca de 20m ao lado esquerdo, encontrava-se a tradicional torcida organizada do Paraná Clube, torcida Fúria Independente, que durante o jogo estendeu um bandeirão por aproximadamente 1 minuto.

Na ocasião, foi possível identificar não mais que uma dúzia de torcedores adversários na arquibancada visitante. Um fato importante a ser retratado foi que ao início do segundo tempo de jogo, houve uma tentativa frustrada de comprar cerveja, pois o atendente da lanchonete alegou ter acabado. A partida teve seu final conforme previsto, próximo às 18h25. O retorno ocorreu via transporte público, através da linha da URBS 462 - Petrópolis, ingressando no ônibus na rua João Negrão, em frente ao Templo Maior - Igreja Universal do Reino de Deus, cerca de 800m de caminhada do estádio.

4.4 SÍNTESE DA ANÁLISE DA HOSPITALIDADE DOS ESTÁDIOS DE FUTEBOL DE CURITIBA

Diversos segmentos do turismo, como o de esportes e de futebol, que foram abordados neste trabalho, estão intrinsecamente associados ao universo da hospitalidade. Este universo segmenta-se em basicamente quatro vertentes de estudo, definidas como: i) receber; ii) alimentar; iii) hospedar; e iv) entreter. Receber, segundo Camargo (2004) e Castelli (2010) faz menção ao acolhimento, as boas vindas, a predisposição de carinho, atenção e afetividade. Para Castelli (2004, p.53) “a oferta do alimento delimita e concretiza o ato da hospitalidade, ainda que este alimento seja simbólico, sob a forma de um copo d’água ou do pão que se reparte em algumas culturas”. O entreter faz referência, segundo Camargo (2004) e Castelli (2010), ao ato de proporcionar momentos agradáveis e marcantes, principalmente através da prática de atividades lúdicas, físicas, de lazer e recreação, a fim de promover a inclusão e integração ao hóspede. E o “hospedar”, que em suma, faz referência ao alojar, dispor de quarto, cama e pernoite, porém, também faz referência a elementos como abrigo, acolhimento, segurança, atendimento, serviços, etc. (CASTELLI, 2010; CHON; SPARROWE, 2014).

A seguir, o Quadro 9 apresenta uma síntese de avaliação das quatro dimensões da hospitalidade nos três estádios visitados.

Quadro 9- Síntese de análise dimensão x estádio

Dimensões da hospitalidade	Arena	Couto	Vila
Receber	Bem recebido Fácil acesso	Bem recebido Fácil acesso	Bem recebido Fácil acesso
Hospedar	Capacidade Estacionamento Infraestrutura Arquibancada com cadeiras Estádio coberto	Capacidade Estacionamento Infraestrutura	Estacionamento
Alimentar	Preço alto	Preço alto	Preço justo
Entreter	A partida Produtos personalizados Torcida Organizada Infraestrutura	A partida Torcida Organizada Infraestrutura	A partida Torcida Organizada

Fonte: O autor (2022)

RECEBER

Tanto Athletico, Coritiba e Paraná possuem a venda de ingressos e loja online, porém para fins deste estudo, optou-se por adquirir os ingressos presencialmente através das bilheterias físicas nos momentos que precedem o jogo.

Figura 12 - Ingressos



Fonte: O autor (2022)

Referente a Infraestrutura, os estádios Couto Pereira e Vila Capanema possuem infraestrutura mais antiga, visto que a Arena da Baixada passou por reformas recentemente a fim de atender exigências da Fifa para realização da Copa do Mundo da Fifa 2014. No geral os três estádios encontraram-se com boas condições de iluminação, visibilidade e infraestrutura no geral, com lanchonetes estruturadas e banheiros limpos. No caso da Vila Capanema e do Couto Pereira, somente alguns setores específicos da torcida têm direito a espaços cobertos e com cadeiras, como área social, por exemplo. Na Arena da Baixada, o teto retrátil é um diferencial na América do Sul, pois permite que a partida se desenvolva em condições perfeitas mesmo com a mais adversa das situações climáticas.

Os estádios em si não ficam distantes a mais que 5 km um do outro, o que facilita o acesso através de quaisquer meio de transporte, inclusive a pé, vide clássicos realizados na capital paranaense, onde as torcidas organizadas deslocam-se em caminhada de ida e volta até o estádio do clube rival.

Em geral, todos os atendimentos foram bons, sem nenhuma queixa negativa. Todos os funcionários foram gentis, se mostraram dispostos e estavam trajados de coletes coloridos, desde o segurança, atendentes de lanchonetes e responsáveis das catracas, provavelmente selecionados diferentemente para cada cargo/função dentro do estádio, por exemplo, nos três estádios os seguranças da área da revista sempre trajavam colete laranja. Na Arena da Baixada, todos os funcionários das catracas vestiam colete azul, salvo exceções.

ALIMENTAR

Para melhor compreensão e para facilitar o processo discricionário desta etapa do trabalho, a dimensão “alimentar” será dividida em duas vertentes, dentro e fora dos estádios. Os alimentos encontrados dentro dos estádios, nas lanchonetes internas licenciadas pelos clubes, em suma, são similares, quase padronizados, e variam de pizza (mini ou fatia), hot-dog, pão com pernil, choripan (pão com linguiça), pão com bolinho, coxinha tradicional de frango, pipoca doce e salgada, além de picolés (uva, chocolate...) e aperitivos como amendoins, salgadinhos elma chips e similares. Quanto às bebidas, são comercializados chás (tradicional, limão e pêsego...), sucos artificiais (uva, manga, maracujá...) e refrigerantes (cola-cola, pepsi, guaraná, soda limonada, sprite, fanta, sukita...) dos mais diversos sabores e marcas. Água, chás, sucos e refrigerantes variam de R\$5,00 a R\$8,00. Cervejas e chopes são comercializados a partir de R\$10,00 (brahma, brahma extra, budweiser, tiger, kaiser, eisenbahn, therezópolis, chopp way, chopp gauden, pilsen e ipa...). Todas as bebidas são servidas ao público em copo plástico descartável.

Vale ressaltar que todas as opções alimentícias citadas anteriormente fazem referência ao que pôde ser observado, em todo caso, há possibilidade que outras opções de alimentos e bebidas sejam comercializadas e não destacadas nesta pesquisa. Por exemplo, nos camarotes dos estádios são comercializados diversos

outros tipos de gastronomia, inclusive, em alguns casos as bebidas ficam por conta do indivíduo titular do camarote.

Por fim, as lanchonetes em ambos estádios, tradicionalmente trabalham com funcionários terceirizados nos caixas e balcões de atendimento, além do serviço de *catering*, ou seja, os alimentos são preparados em outro local a fim de serem servidos nos estádios. Durante as visitas nos três estádios houve consumo nas lanchonetes internas.

Figura 13 - Alimentos consumidos dentro dos estádios



Fonte: O autor (2022)

No segundo caso, os alimentos encontrados fora do estádio, englobam as mais diversas culturas e variam das mais diversas culinárias, e ainda assim, possuem um certo padrão nos três estádios. Este padrão está presente na comida de rua, nas barraquinhas dos comerciantes autônomos - e muitas vezes ilegais, que normalmente comercializam seu produto nos três estádios da capital. Dentre os principais produtos estão: espetinhos (carne, frango, coração, linguiça, pão de alho...), hot-dog, x-pernil, pipoca doce e salgada, lanches em geral, além de água, refrigerantes e cervejas das mais diversas marcas, que tradicionalmente custam entre R\$5,00 e R\$8,00. Além da comida de rua, existem os bares, lanchonetes e restaurantes em volta ao estádio que comercializam seus produtos gastronômicos.

Foi possível identificar comida de boteco, frios, aperitivos, porções, salgados, assados e lanches gourmetizados, dentre outras opções que não foram observadas.

A maioria dos estabelecimentos alimentícios que permeiam os estádios, salvo em alguns casos, ainda são muito dependentes do fluxo dos dias de jogos, possuindo atividade muito menos intensa em dias em que não ocorrem jogos, conforme pôde ser observado em outras ocasiões.

HOSPEDAR

Conforme abordado na dimensão “receber”, a infraestrutura da Arena da Baixada destaca-se notoriamente, visto que as reformas recentes possibilitaram algumas transformações tecnológicas, como por exemplo o teto retrátil e a implantação de cadeiras em todo estádio. O Couto Pereira e a Vila Capanema dispõem de cobertura apenas em alguns setores. No geral, os banheiros estavam limpos em todas as visitas. Os três clubes possuem lojas físicas, onde são comercializados materiais oficiais e licenciados pelos clubes. Referente a iluminação e visibilidade, todos os refletores funcionaram perfeitamente durante a partida, as lanchonetes e corredores dos três estádios estavam bem iluminados, não haviam pontos de baixa claridade, salvo em algum caso específico relatado neste trabalho, ou em algumas ruas específicas em torno dos estádios. No geral a segurança e o conforto cumpriram com as expectativas, não sendo observado nenhum desacordo nestes elementos de análise, enfatizando que a segurança envolve desde as polícias especiais, ROTAM e militar, até seguranças do estádio e guarda-costas.

ENTRETER

Na ocasião não se identificou nenhuma atividade de entretenimento extra-jogo dentro dos estádios. Além da partida de futebol em si, dentro do estádio pouco se nota em relação ao fenômeno de entreter. As torcidas organizadas compõem papel importante nesta condição, visto que são responsáveis por coordenar e organizar a festa na arquibancada. Nas ocasiões, foi possível identificar o “green hell”, ainda do

lado de fora do Couto Pereira, e na Arena da Baixada e Vila Capanema, as torcidas organizadas estenderam bandeirão durante o decorrer da partida.

As torcidas organizadas possuem sede e fonte de renda próprias, totalmente independente financeiramente dos clubes, salvo em alguns casos em que há cooperação dos clubes com as organizadas. Possuem loja e bar para comercialização de bebidas e vendas de materiais exclusivos de torcida.

Arena da Baixada foi o único estádio em que se notou uma reprodução nos telões, localizados atrás dos gols no andar superior de cada setor. O vídeo reproduzido faz alusão a uma ação/campanha de marketing, onde nota-se uma melodia soando quase como um canto de torcida, com imagens vivas, coloridas e convidativas. Ainda na Arena, há a comercialização de copos temáticos das partidas. Nos jogos do campeonato brasileiro, foram utilizadas as temáticas de games, por exemplo no jogo contra o Atlético Mineiro a temática foi o game “bomba patch”, e no jogo contra o Flamengo, a temática foi o game “Mario”. O copo personalizado da partida contra o The Strongest foi adquirido, conforme demonstrado na Figura 14.

Figura 14 - Copo Athletico x The Strongest



Fonte: O autor (2022)

Foi possível ainda identificar torcedores fazendo festa do lado de fora dos três estádios, ou até churrasco em alguns casos, com churrasqueiras portáteis, improvisadas ou gengis-khan. É comum também visualizar torcedores que vão ao estádio com suas caixas térmicas, levando suas próprias bebidas, bandeiras e faixas.

5. PROJETO DE ROTEIRO TURÍSTICO

Até agora, vale lembrar, foram abordados diversos segmentos que compõem o tema da pesquisa: hospitalidade; esportes; futebol; estádios e roteiros. Esta etapa do trabalho tem por objetivo elaborar a proposta de um roteiro turístico que compreenda todos os estádios analisados (Arena da Baixada, Couto Pereira e Vila Capanema). Este projeto surge devido a ausência de um produto turístico neste formato. Como pré-requisito para a montagem, elaboração e desenvolvimento deste roteiro, considerou-se o “furacão tour” e o “couto tour” como elementos essenciais na construção desta etapa de trabalho.

A elaboração inicial do roteiro considerou prioritariamente os horários de atendimento dos tours nos estádios:

- Couto - 10h, 11h, 14h e 16h
- Arena - 9h, 10h, 11h, 13h, 14h, 15h, 16h

Diante destas informações, foi decidido a elaboração de dois roteiros:

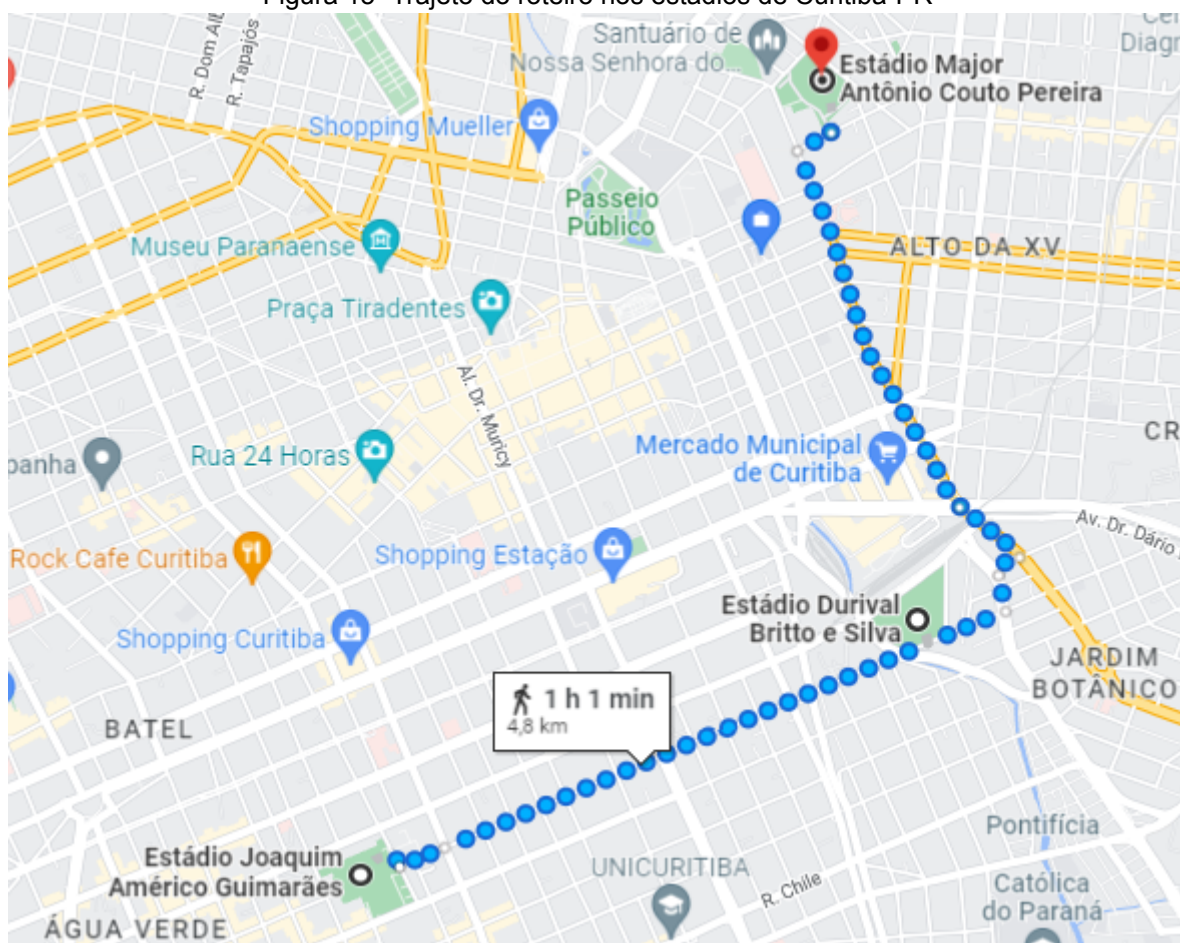
Quadro 10 - Proposta roteiros nos estádios

Roteiro 1	Roteiro 2
Período: manhã Origem: Arena da Baixada Destino: Couto Pereira Passando pela Vila Capanema Início: 9h Encerramento: 12h	Período: tarde Origem: Couto Pereira Destino: Arena da Baixada Passando pela Vila Capanema Início: 14h Encerramento: 17h

Fonte: O autor (2022)

A vantagem do roteiro 2, exemplificado pela Figura 15, é que o encerramento do roteiro ocorre na Arena da Baixada, onde é possível desfrutar do espaço Boulevard do estádio, planejado exatamente para atrair visitantes, visto que é um espaço que funciona diariamente com área comercial diversificada, operando com diversos tipos de gastronomia. Além do espaço Boulevard, existe a Praça do Athletico, ou Praça Afonso Botelho, área arborizada onde há equipamentos de ginástica de praça, área de convívio, escadarias, pista de skate, parquinho, área indoor para a prática de algumas modalidades, além de canchas de areia e um módulo policial.

Figura 15- Trajeto do roteiro nos estádios de Curitiba-PR



Fonte: Google Maps¹⁰ (2022)

Calcula-se que o roteiro dure aproximadamente 3 (três) horas, percorrendo aproximadamente 5km, visto que cada tour leva cerca de 45 minutos com caminhada moderada, e começa pontualmente quase de hora em hora, o que deixa uma folga entre os tours, onde pode ser realizada uma breve visita ao estádio Vila Capanema. Não há número restrito de pessoas, visto que pode ser realizado tranquilamente por um indivíduo sozinho a pé, como por um grupo de 10 pessoas através da locação de uma van, ou via uber, por exemplo. Na ocasião não considerou-se grupos grandes, visto que este é um tipo de turismo extremamente nichado. Os roteiros podem ser realizados de terça a sábado, com exceção dos dias em que ocorrem jogos em casa.

O público-alvo são homens e mulheres de classe B, C e D, amantes, simpatizantes, turistas e apreciadores ou não de futebol que se encontram hospedados em Curitiba e região. Além de terceiros, que tenham potencial para

¹⁰ GOOGLE. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps>>.

frequentar shows (Metallica, Paul McCartney, Roger Waters), eventos esportivos (Liga Mundial de Vôlei, UFC 198: Werdum x Miocic), eventos religiosos, ou qualquer outro evento que possa ser alocado dentro dos estádios de futebol. Os valores dos ingressos dos tours custam R\$30,00 inteira e R\$15,00 meia na Arena da Baixada, e R\$20,00 inteira e R\$10,00 meia no Couto Pereira. O Couto Pereira ainda oferece um tour complementar por um dos setores recém reformados, ao custo de R\$10,00 e R\$5,00 meia. Já os ingressos para shows como do Metallica ou Roger Waters, por exemplo, custavam a partir de R\$350,00 com taxas.

Para se ter uma perspectiva dos custos gerais do roteiro proposto:

Quadro 11- Custos do roteiro

Atrativos	Custo (individual)
Couto Pereira (Couto tour)	R\$30 / R\$15
Vila Capanema	-
Arena da Baixada (Furacão tour)	R\$30 / R\$15
Mercado Municipal*	x
Transporte*	x
Guia responsável	R\$30 p/ pessoa
Total	R\$90,00 p/ pessoa*

Quadro 11- Custos do roteiro

O valor total de R\$90,00 faz referência a valores inteiros por pessoa, podendo ser reduzido com meio ingresso. Durante o percurso, que será desenvolvido primordialmente a pé, salvo em caso específico em que o deslocamento por qualquer outro meio de transporte será acrescido no valor total/final do roteiro, assim como a opção de visitar o Mercado Municipal de Curitiba. Neste caso, o Mercado Municipal e o transporte surgem como alternativa do roteiro, sendo opcionais. Os valores incluem única e exclusivamente as visitas aos tours dos estádios em datas e horários em que não ocorram jogos como mandante. Vale destacar ainda que a Vila Capanema não possui atividades a serem realizadas em dias de não jogos, sendo possível ter somente uma perspectiva do exterior do estádio.

A figura a seguir (Figura 16) tem por objetivo apresentar um modelo simplificado de uma suposta divulgação deste roteiro.

Figura 16- Exemplo simplificado de divulgação do roteiro



Fonte: O autor (2022)

Por fim, vale ressaltar que trata-se de um roteiro contemplativo e experiencial, em suma, os roteiros turísticos tem capacidade de agregar valor ao destino em que está inserido. Desta forma, o roteiro aqui proposto, tem objetivo de promover e divulgar os estádios selecionados, e fomentar o desenvolvimento de eventos, visto que os estádios possuem capacidade considerável e dispõe de infraestrutura para realização de espetáculos, shows, apresentações, celebrações, etc.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme estudado no capítulo 2, a hospitalidade tem influência direta no nível de satisfação do turista, visto isso, a análise da hospitalidade nos estádios priorizou principalmente o viés atendimento, o relacionamento interpessoal visto que a prestação de um mau atendimento vai totalmente contra ao que compreende-se acerca de hospitalidade. Para análise, foram considerados fatores como cortesia, gentileza, atenção, vestimenta, e eventualmente conhecimento acerca do clube ou estádio, dentre outros fatores.

Os jogos transcorreram de maneira tranquila e sem nenhum empecilho que impedissem o pleno desenvolvimento da partida, tendo início e fim nos horários previstos. No geral, os estádios foram ambientes movimentados, porém sem filas, salvo em alguns casos e horários específicos citados anteriormente. Foi notada a presença de forças policiais e seguranças nos arredores e no interior dos três estádios. As análises no geral foram positivas e atenderam as expectativas geradas no processo da tomada de decisão.

Vale destacar a capacidade dos estádios Arena da Baixada e Couto Pereira de angariar, fomentar e receber eventos de grande porte para a cidade de Curitiba, como por exemplo, shows de bandas internacionais e megaeventos.

Com referência ao intervalo de jogo, apesar de ser um tempo destinado justamente a um intervalo do entretenimento que é a partida em si, comumente sendo utilizado pelos torcedores para lanchar ou ir ao banheiro, por exemplo, ainda nota-se que uma parte da torcida acaba que ociosa na arquibancada durante esta lacuna de tempo de 15 minutos. Tempo que poderia ser preenchido com algum tipo de atração, apresentação, show, ou qualquer atividade com objetivo de entreter o torcedor que se encontra aguardando o reinício da partida. Neste contexto, nota-se uma carência de entretenimento, como ocorre por exemplo na NBA (National League Basketball), conhecida no Brasil como Liga Americana de Basquete, onde em todo o show do intervalo, e até em paradas técnicas, ocorre algum tipo de apresentação, show, ou qualquer outro tipo de atração, a fim de entreter o público durante aqueles minutos. Vale ressaltar que os três estádios possuem telões nas arquibancadas, esta poderia ser uma alternativa, reproduzindo alguns *highlights* de gols incríveis, lances da rodada ou vídeos de *stand up*, por exemplo. Além do intervalo, não identificou-se

nenhuma atração no pré ou pós jogo, simplesmente o pré-aquecimento dos jogadores ante a partida, e uma saudação final após o apito final.

Para servir de modelo em tour e museu em estádios de futebol, são citados Barcelona FC e Real Madrid CF, ambos clubes espanhóis, e mundialmente reconhecidos como dois dos maiores clubes do mundo. Tanto o Camp Nou, estádio do Barcelona, quanto o Santiago Bernabéu, estádio do Real Madrid, possuem tour com museus que são referência no que tange tour em estádios de futebol. Ambos estádios estão entre os mais modernos do mundo e encontram-se entre os principais atrativos a serem visitados na Espanha, segundo o sites especializados como Tripadvisor. Os museus são interativos, possuem galeria com ilustrações, imagens e reproduções em vídeo nos telões que ficam dispostos ao longo de um corredor com painéis históricos, conquistas, troféus, e fatos e jogadores memoráveis. Há uma ala destinada a jogadores históricos como Lionel Messi e Cristiano Ronaldo, onde são exibidos títulos individuais dos dois principais jogadores da última década, como as réplicas de bolas de ouro, prêmio destinado ao melhor jogador do mundo. O tour realiza uma visita aos bancos de reservas, parte do gramado, arquibancadas, camarotes, área de imprensa e a finalização de ambos os tours ocorre na loja oficial do respectivo clube. O tour, o museu e a loja, possuem amplo espaço e tecnologias sofisticadas a fim de proporcionar experiências mais imersivas e interativas ao visitante.

Por fim, vale ressaltar que os estádios de futebol, inclusive as redondezas, tradicionalmente, são ambientes com conflitos e extravagâncias por parte de alguns indivíduos, sendo necessária demasiada atenção no que tange a segurança e bem estar do indivíduo. Em casos extremos e abomináveis, registram-se inclusive casos de racismo, xenofobia, etc., inclusive na maioria dos estádios do Brasil, os cantos que ecoam das torcidas nas arquibancadas normalmente tem tom homofóbico. Neste contexto, vale citar a atual situação da Copa do Catar, a ser realizada entre os meses de novembro e dezembro de 2022, visto que a organização do país sede informou que “não vai tolerar bandeiras de arco-íris, que representam o movimento em defesa dos direitos LGBTQIA+, nas arquibancadas dos oito estádios do Mundial” (UMDOIS¹¹, 2022), apresentando sanções políticas a quem descumprir esta regra.

¹¹ UMDOIS. Disponível em: <[Copa do Catar vetará bandeiras LGBTQIA+ para "proteger torcedores" \(umdoisesportes.com.br\)](https://umdoisesportes.com.br)>.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de projeto, TCC, dissertação e tese: uma abordagem simples, prática e objetiva**. São Paulo: Atlas, 2014.

BAHL, Miguel. Planejamento turístico por meio da elaboração de roteiros. RUSCHMANN, Doris Van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs.). **Planejamento turístico**. Barueri, SP: Editora Manole, 2006.

BAHL, Miguel. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Protexto, 2004.

BARRETO, Margarita; REJOWSKI, Mirian. Considerações epistemológicas sobre segmentação: das tipologias turísticas à segmentação de mercado. In: PANOSSO NETTO, Alexandre ; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Editora Manole, 2009.

BASTOS, Flávia Da Cunha; MAZZEI, Leandro Carlos. Gestão do esporte no Brasil. In: VANCE, Patricia de Salles; NASSIF, Vânia Maria Jorge; MASTERALEXIS, Lisa Pike (orgs.). **Gestão de esporte - casos brasileiros e internacionais**. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

BONETE, Wilian Junior. In: SILVA, Juliano Vieira da [et al.]. **Dimensões histórico-filosóficas da educação física e do esporte**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.

CASTELLI, Geraldo. **Hospitalidade: a inovação na gestão das organizações prestadoras de serviços**. São Paulo: Saraiva, 2010.

CHARTIER, R. Le sport au la libération contrôlée des emotions (Avant-propos). In: ELIAS, N.; DUNNING, E. **Sport et civilization: la violence maîtrisée**. Paris: Fayard, 1994.

CHON, Kye-Sung (Kaye) [et al.]. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. 2ª edição revisada e atualizada. São Paulo: Cengage Learning; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2014.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen. **Turismo: princípios e práticas**. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2008.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti [et al.]. **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2004.

FURTADO, Silvana; VIEIRA, Francisco (orgs.). **Hospitalidade: turismo e estratégias segmentadas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas. 1999.

GOMES, Antonio Carlos; SOUZA, Juvenilson de. **Futebol: treinamento desportivo de alto rendimento**. Porto Alegre: Artmed, 2008.

GONÇALVES, Patrick da Silveira; FRANKE, Rodrigo de Azevedo. **Esporte I (futebol de campo)**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**: 3ª edição revista e ampliada. São Paulo: Cengage Learning; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2013.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Editora Manole, 2004.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico: projetos de pesquisa / pesquisa bibliográfica/ teses de doutorado, dissertações de mestrado, trabalhos de conclusão de curso**. São Paulo: Atlas, 2017.

MATTAR, Fauze Najib; MATTAR, Michel Fauze (orgs.). **Gestão de negócios esportivos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2013.

MAZZEI, Leandro Carlos. Políticas públicas do esporte no Brasil. In: VANCE, Patricia de Salles; NASSIF, Vânia Maria Jorge; MASTERALEXIS, Lisa Pike (orgs.). **Gestão de esporte - casos brasileiros e internacionais**. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

NAKANE, Andrea; VIEIRA, Francisco Canindé Gentil. A brasilidade como estratégia impulsionadora de negócios na hospitalidade. In: FURTADO, Silvana; VIEIRA, Francisco (orgs.). **Hospitalidade: turismo e estratégias segmentadas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

NASCIMENTO, Antonio Rodrigues do. **Futebol & relação de consumo**. Barueri, SP: Manole 2013.

NASCIMENTO, Luiz Paulo do. **Elaboração de projetos de pesquisa: monografia, dissertação, tese e estudo de caso, com base em metodologia científica**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Editora Manole, 2009.

PARANÁ CLUBE. **Demonstrações Financeiras do Exercício Findo em 31 de dezembro de 2020**. Paraná Clube, 2020.

PAZ, Sérgio Miranda. Turismo futebolístico: campo aberto para novas conquistas brasileiras. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Segmentação do Mercado Turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Editora Manole, 2009.

PEREIRA, Ericson; PAZ, José Ricardo Lemos. **Iniciação esportiva: esportes individuais e coletivos**. Porto Alegre: SAGAH, 2019.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene; SOLHA, Karina Toledo (orgs.). **Planejamento turístico**. Barueri, SP: Editora Manole, 2006.

SANTOS, João Manuel Casquinha Malaia. História da gestão do esporte no Brasil. In: VANCE, Patricia de Salles; NASSIF, Vânia Maria Jorge; MASTERALEXIS, Lisa Pike (orgs.). **Gestão de esporte - casos brasileiros e internacionais**. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

SILVA, Juliano Vieira da; BONETE, Wilian Junior; SCARANO, Renan Costa Valle; LOZADA, Cristiano Rodrigues. **Dimensões histórico-filosóficas da educação física e do esporte**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

SPARROWE, R. T; CHON, Kye-Sung (Kaye) [et al.]. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. 2ª edição revisada e atualizada. São Paulo: Cengage Learning; Rio de Janeiro: Editora Senac Rio de Janeiro, 2014.

VALENTINA, Eduardo Natali Della. **Fundamentos históricos da educação física e do esporte**. Porto Alegre: SAGAH, 2018.

VANCE, Patricia de Salles; NASSIF, Vânia Maria Jorge; MASTERALEXIS, Lisa Pike (orgs.). **Gestão de esporte - casos brasileiros e internacionais**. Rio de Janeiro: LTC, 2015.

VIARO, Osley José. Alimento - prática cultural e hospitalidade que segmenta mercados. In: FURTADO, Silvana; VIEIRA, Francisco (orgs.). **Hospitalidade: turismo e estratégias segmentadas**. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

WATT, David. C. **Gestão de eventos em lazer e turismo**. Porto Alegre: Bookman, 2007.

Websites

ATHLETICO. Disponível em: <<https://www.athletico.com.br/>>. Acesso em: 07/12/2021.

CORITIBA. Disponível em: <<https://www.coritiba.com.br/Portal>>. Acesso em: 07/12/2021.

ESPN. Disponível em: <https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/6905560/receitas-explodem-athletico-pr-superavit-maior-ate-que-flamengo>. Acesso em: 07/12/2021.

ESPN. Disponível em: <https://www.espn.com.br/futebol/artigo/_id/8090152/gigantes-da-europa-perderam-mais-de-r-7-bilhoes-com-pandemia-e-barcelona-segue-no-topo-dos-mais-ricos-veja-ranking>. Acesso em: 07/12/2021.

ESPN. Disponível em:

<http://www.espn.com.br/noticia/374776_torcida-do-atletico-mg-ja-adquiriu-mais-de-d-ez-mil-entradas-para-o-mundial>. Acesso em: 07/12/2021.

EXTRA. Disponível em:

<<https://extra.globo.com/esporte/flamengo/torcidas-de-flamengo-liverpool-dividem-ar-quibancadas-na-final-do-mundial-24153619.html>>. Acesso em: 07/12/2021.

GLOBOESPORTE. Disponível em:

<<http://ge.globo.com/rs/jogo/16-12-2017/realmadrid-gremio/>>.
Acesso em: 07/12/2021.

GOOGLE. Disponível em: <<https://www.google.com.br/maps>>.

Acesso em: 07/12/2021.

KIDD, Robert. . Disponível em:

<<https://forbes.com.br/listas/2019/01/os-clubes-de-futebol-que-mais-geraram-receita-em-2018/#foto1>>. Acesso em: 07/12/2021.

LANCE. Disponível em:

<<https://www.lance.com.br/galerias/veja-os-clubes-com-as-maiores-receitas-e-dividas-do-futebol-brasileiro/#foto=2>>. Acesso em: 07/12/2021.

OZANIAN, Mike. Os 20 times de futebol mais valiosos do mundo em 2021.
Disponível em:

<<https://forbes.com.br/forbes-money/2021/04/os-20-times-de-futebol-mais-valiosos-do-mundo-em-2021/>>. Acesso em: 07/12/2021.

PARANÁ CLUBE. Disponível em: <<https://www.paranaclube.com.br/>>.

Acesso em: 07/12/2021.

UMDOIS. Disponível em: <[Copa do Catar vetará bandeiras LGBTQIA+ para "proteger torcedores" \(umdoisesportes.com.br\)](https://umdoisesportes.com.br/)>. Acesso em: 10/05/2022.

UOL. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/mundial-de-clubes/ultimas-noticias/2012/12/11/menos-de-10-mil-torcedores-do-corinthians-viajaram-para-o-japao-para-ver-o-time-no-mundial-de-clubes.htm>>. Acesso em: 07/12/2021.

UOL. Disponível em:

<<https://noticias.uol.com.br/ultimas-noticias/bbc/2020/01/14/ranking-dos-20-times-de-futebol-mais-ricos-do-mundo-se-concentra-em-5-ligas-europeias.htm>>.

Acesso em: 07/12/2021.

UOL. Disponível em:

<<https://www.uol.com.br/esporte/futebol/campeonatos/mundial-de-clubes/ultimas-noticias/2010/12/14/inter-desperdica-chances-leva-2-a-0-do-mazembe-e-cai-na-semi-do-mundial.jhtm>>. Acesso em: 07/12/2021.